



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Finanzas

Calidad del servicio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”, a través del modelo ServPerf

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de Licenciado en Finanzas

AUTOR:

Marvin Fabricio Achupallas Quirola

DIRECTORA:

Ing. Johanna Maribel Ochoa. Mg.Sc

Loja - Ecuador

2024



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **OCHOA HERRERA JOHANNA MARIBEL**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **Calidad del servicio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Manuel Esteban Godoy Ortega"**, a través del modelo ServPerf, perteneciente al estudiante **MARVIN FABRICIO ACHUPALLAS QUIROLA**, con cédula de identidad N° **0151464468**.

Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 2 de Agosto de 2024



Verificar digitalmente en:
JOHANNA MARIBEL
OCHOA HERRERA

F)
DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-001658

1/1
Educamos para Transformar

Autoría del Trabajo de Integración Curricular

Yo, Marvin Fabricio Achupallas Quirola, declaro ser autor del presente trabajo de integración curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi trabajo de integración curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de Identidad: 0151464468

Fecha: 02 de agosto de 2024

Correo Electrónico: marvin.achupallas@unl.edu.ec

Teléfono: 0993795385

**Carta de autorización del Trabajo de Integración Curricular para la consulta de
producción parcial o total, y publicación electrónica de texto completo**

Yo, Marvin Fabricio Achupallas Quirola, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular titulado **“Calidad del servicio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”, a través del modelo ServPerf.”** como requisito para optar el título de Licenciado en Finanzas y autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del trabajo de integración curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 02 días de agosto de dos mil veinticuatro, suscribe el autor

Firma:

Autor: Marvin Fabricio Achupallas Quirola

Cédula de Identidad: 0151464468

Dirección: San Pedro de Bellavista

Correo electrónico: marvin.achupallas@unl.edu.ec

Celular: 0993795385

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director del trabajo de integración curricular:

Ing. Johanna Maribel Ochoa

Dedicatoria

Quiero dedicar este trabajo a mis padres por ser una fuente de amor, apoyo y guía en el transcurso de mi vida estudiantil.

A mi hermana Eduarda por ser una fuente de inspiración, a mis hermanos Pipo y Pancho por estar para mí en cada momento difícil.

A mis abuelitos de forma especial a mi abuelita Zoila que con su amor han sido una pieza clave para no rendirme y seguir adelante.

A mis amigos que me alentaron a no rendirme y que con sus consejos me incentivaron a seguir creciendo tanto profesionalmente como personal.

Marvin Fabricio Achupallas Quirola

Agradecimiento

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja, Facultad Jurídica, Social y Administrativa y de manera especial a la carrera de Finanzas por haberme dado la oportunidad de ser un estudiante dentro de esta prestigiosa institución.

A los docentes de la carrera por haberme brindado sus conocimientos, valores y forjar a que sea un profesional de calidad; su apoyo en este proceso ha sido de suma importancia para lograr culminar este camino.

Con mucho cariño, agradezco a mi directora Ing. Johanna Maribel Ochoa por haber sido un apoyo incondicional con su conocimiento, por la paciencia brindada y haber sido una fortaleza en este proceso.

Marvin Fabricio Achupallas Quirola

Índice de Contenidos

Certificación del trabajo de integración curricular	ii
Autoría del Trabajo de Integración Curricular	iii
Carta de autorización del Trabajo de Integración Curricular para la consulta de producción parcial o total, y publicación electrónica de texto completo	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1. Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico.....	6
4.1. Evidencia Empírica	6
4.1.1. Evidencia Internacional.....	6
4.1.2. Evidencia Regional.....	6
4.1.3. Evidencia Nacional.....	7
4.2. Marco Conceptual	7
4.2.1. Sistema Financiero	7
4.2.2. Importancia del Sistema Financiero	7
4.2.3. Elementos del Sistema Financiero	7
4.2.4. Funciones del Sistema Financiero	8
4.2.5. Intermediación Financiera	8
4.2.6. Sistema Financiero del Ecuador	9
4.2.7. Composición del Sistema Financiero Ecuatoriano.....	9
4.2.8. Banca Privada.....	9
4.2.9. Economía de Mercado.....	9
4.2.10. Sector Financiero Popular y Solidario	9
4.2.11. Socio	10
4.2.12. Cliente.....	11

4.2.13.	Diferencia entre cliente y socio	11
4.2.14.	Productos financieros	11
4.2.15.	Servicio	11
4.2.16.	Servicios financieros.....	11
4.2.17.	Servicio al cliente.	11
4.2.18.	Calidad del servicio	12
4.2.19.	Gobierno Corporativo	13
4.2.20.	Modelos para la medición de la calidad del servicio.....	13
4.2.21.	Coefficiente de Correlación	17
4.2.22.	Alfa de Cronbach.....	17
4.2.23.	Escala de Likert	18
4.3.	Marco Legal	19
4.3.1.	Entidades Reguladoras del Sistema Financiero Ecuatoriano	19
4.3.2.	Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS)	19
5.	Metodología	20
5.1.	Área de estudio	20
5.2.	Enfoque de investigación	20
5.3.	Alcance y tipo de investigación	20
5.4.	Métodos de Investigación.....	21
5.4.1.	Método Inductivo	21
5.4.2.	Método Deductivo	21
5.4.3.	Método Analítico.....	21
5.4.4.	Método Sintético	21
5.5.	Diseño de investigación	22
5.6.	Técnicas e instrumentos de investigación.....	22
5.7.	Población, muestra u objeto de investigación	22
5.7.1.	Población.....	22
5.7.2.	Muestra	23
5.8.	Procedimiento de la investigación.....	23
6.	Resultados	25

6.1.	Objetivo 1. Caracterizar los socios y servicios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”.	25
6.1.1.	Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”	25
6.1.2.	Caracterización de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”	35
6.1.3.	Relación de los socios con la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”	37
6.1.4.	Satisfacción general de los socios de la cooperativa	38
6.1.5.	Resumen de los datos más importantes del objetivo 1	39
6.2.	Objetivo 2. Determinar la satisfacción del socio sobre los servicios que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega” mediante el método ServPerf.	39
6.2.1.	Dimensiones del Modelo ServPerf.....	39
6.2.2.	Correlaciones del Modelo ServPerf.....	45
6.2.3.	Resumen de los datos más importantes del objetivo 2.....	47
6.3.	Objetivo 3. Proponer estrategias que fortalezcan la calidad del servicio que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”.....	47
6.3.1.	Principales dificultades por dimensión.....	47
6.3.2.	Estrategia por dimensión	48
7.	Discusión	54
8.	Conclusiones	56
9.	Recomendaciones	57
10.	Bibliografía	58
11.	Anexos	63

Índice de Tablas

Tabla 1.	Segmentación del sector popular y solidario.....	10
Tabla 2.	Rango de preguntas por cada dimensión.....	16
Tabla 3.	Puntuación Escala de Likert.....	18
Tabla 4.	Socios activos por provincia. Socios activos por provincia	23
Tabla 5.	Programas de seguridad y vigilancia de la salud.....	29
Tabla 6.	Servicios que se pueden pagar en la “Coopmege”	31

Tabla 7. Canales electrónicos de la Coopmego.....	33
Tabla 8. Resumen estadístico de las quejas y reclamos	34
Tabla 9. Datos demográficos de los socios encuestados.....	36
Tabla 10. Datos sociales de los socios encuestados	36
Tabla 11. Datos económicos de los socios encuestados.....	37
Tabla 12. Datos institucionales de los socios encuestados.....	38
Tabla 13. Satisfacción de los socios con los servicios ofrecidos por la cooperativa	39
Tabla 14. Promedio de percepciones sobre la dimensión de los elementos tangibles	40
Tabla 15. Promedio de percepciones sobre la dimensión de la fiabilidad	41
Tabla 16. Promedio de percepciones sobre la dimensión de la capacidad de respuesta	42
Tabla 17. Promedio de percepciones sobre la dimensión de la seguridad	43
Tabla 18. Promedio de percepciones sobre la dimensión de la empatía	44
Tabla 19. Correlación de la dimensión de elementos tangibles con la calidad del servicio....	45
Tabla 20. Correlación de la dimensión de fiabilidad con la calidad del servicio.....	46
Tabla 21. Correlación de la dimensión de capacidad de respuesta con la calidad del servicio....	46
Tabla 22. Correlación de la dimensión de seguridad con la calidad del servicio.....	47
Tabla 23. Correlación de la dimensión de empatía con la calidad del servicio.....	47
Tabla 24. Problema identificado por dimensión	48
Tabla 25. Estrategia para los elementos tangibles.....	49
Tabla 26. Estrategia para la fiabilidad.....	50
Tabla 27. Estrategia para la capacidad de respuesta.....	51
Tabla 28. Estrategia para la seguridad.....	52
Tabla 29. Estrategia para la empatía	53

Índice de Figuras

Figura 1. Modelo de Análisis de la escuela nórdica	15
Figura 2. Valoración del servicio recibido y esperado.....	16
Figura 3. Operacionalización de la satisfacción de los socios.....	24
Figura 4. Valores institucionales.....	26
Figura 5. Valores institucionales de la Cooperativa Coopmego	26
Figura 6. Estructura del Gobierno Corporativo de la Cooperativa	27
Figura 7. Procesos aplicados.....	28
Figura 8. Tipos de crédito ofertados por la Coopmego.....	31
Figura 9. Oficinas de la “Coopmego” en el Ecuador.....	34

Figura 10. Percepción promedio por dimensiones.....	45
--	----

Índice de Anexos

Anexo A. Matriz de dimensiones.....	63
Anexo B. Sillas de espera de oficina flip.....	67
Anexo C. Escritorios en L Quattro con cajonera.....	67
Anexo D. Color blue plate de Sherwin-Williams	68

1. Título

Calidad del servicio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”, a través del modelo ServPerf.

2. Resumen

La calidad del servicio en las instituciones financieras se ha convertido en un área importante para su éxito y sostenibilidad. La Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”, tiene como meta mejorar la calidad en sus servicios, es por esto que, se busca analizar la calidad del servicio a través del modelo ServPerf, siendo este el principal objetivo de la investigación. La investigación tuvo una metodología de enfoque mixto, con distintos alcances, el primer alcance es el exploratorio, porque la investigación carece de información previa; el segundo alcance fue el descriptivo porque se detalla las características puntuales de la calidad del servicio de la cooperativa, por último, el alcance correlacional porque se buscó la relación existente entre la calidad del servicio y las diferentes dimensiones del ServPerf. Usando un estudio transversal o transaccional, se recolectó la información mediante encuestas a una muestra de 151 socios, la cual permitió medir la calidad del servicio en las siguientes dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Los resultados muestran que en un promedio sobre 5, todas las dimensiones superan el 3,5, siendo la dimensión de seguridad la más alta con un 4,14, mientras que la dimensión de fiabilidad presenta un puntaje más bajo con un 3,71. Esto ratifica una respuesta satisfactoria por parte de los socios frente a la calidad de los servicios ofrecidos por la cooperativa. Para concluir, se menciona que los socios están mayormente satisfechos con las dimensiones de los elementos tangibles y la seguridad, siendo factores importantes para mantener la confiabilidad de los socios hacia la cooperativa.

Palabras Claves: Confiabilidad, fidelidad, mejora, satisfacción, socios.

2.1. Abstract

Service quality in financial institutions, in this case credit unions, has become an important area for their success and sustainability. The "Manuel Esteban Godoy Ortega" Savings and Loan Cooperative seeks to improve the quality of its services, which is why it aims to analyze the quality of service through the ServPerf model, as the main objective of the research. The research had a mixed approach methodology, with different scopes, the first scope is exploratory, because the research lacks previous information; the second scope was descriptive because it details the punctual characteristics of the cooperative's service quality, and finally, the correlational scope, since the relationship between service quality and the different dimensions of ServPerf was sought. The study used is transversal or transactional because it collected information by surveying a sample of 151 members, which made it possible to measure the quality of service in the following dimensions: tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy. The results show that on an average out of 5, all dimensions are above 3.5, the highest being the security dimension with 4.14 and the lowest being the reliability dimension with 3.71, ratifying a satisfactory response of the members to the quality of the services offered by the cooperative. In conclusion, it is mentioned that the members are mostly satisfied with the dimensions of tangible elements and security, being important factors to maintain the reliability of the members towards the cooperative.

Key words: Reliability, loyalty, improvement, satisfaction, members.

3. Introducción

Para muchas personas la calidad siempre ha sido un tema de controversia, debido a la ineficiencia de hacerla analítica por motivos como complejidad, falta de datos, tiempo o recursos o simplemente por creer que no es tan útil como para resolver esta problemática. Consecuencia de esto nacen departamentos de orden y control en las cooperativas llamado “Departamento de Recursos Humanos”, aunque con el tiempo se ha demostrado que la calidad no puede ser obra de una sola área en específico. La calidad del servicio al cliente es crucial a nivel global en las cooperativas ya que en estas instituciones la demanda recae en el tipo de atención al cliente, ya que, de esta forma se fortalece la lealtad del cliente a la cooperativa y así mismo la confianza con sus productos; sin embargo, aún existen muchas de estas instituciones donde la atención del cliente no es fundamental (Guijarro 2014).

En este sentido Tapia (2023) determina que, desde enero de 2021, 24 cooperativas han entrado en procesos de liquidación, representando el 5,12 % de las 451 instituciones financieras que son parte del sector de la Economía Popular y Solidaria. La mayoría de las cooperativas han entrado en proceso de supervisión debido a las deficiencias en la solvencia, problemas que causa la disminución de socios y clientes en las cooperativas, esto debido a la deficiente calidad del servicio.

Por otra parte, Gómez et al. (2020) las principales insatisfacciones generadas por los clientes son: la falta de solución y celeridad ante los problemas de los clientes, demora en el cumplimiento de los plazos y el otorgamiento de créditos, tiempo de espera para la atención en la cooperativa, debilidades en la calidad del servicio al cliente y falta de preparación de los funcionarios para la atención al cliente.

Actualmente, las cooperativas de ahorro y crédito atraviesan un entorno cada vez más competitivo, donde claramente la calidad del servicio es lo que mide la excelencia, es decir, se determina por varias percepciones del cliente de acuerdo con su necesidad, es allí donde deben crearse los mejores atributos al momento que el cliente requiera del servicio, para satisfacer dicha necesidad en el momento exacto. De acuerdo con Jiménez et al (2018) expresa que la calidad del servicio es el máximo nivel que una empresa debe tener para satisfacer a sus clientes. Los mismos que, califican el nivel del servicio, a través de sus necesidades y expectativas.

Siguiendo la línea de investigación, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega” también se busca renovar la calidad de servicio para cumplir con las necesidades y expectativas de sus socios y clientes de manera más precisa, obteniendo así mayor satisfacción (CoopMego, s.f). Por ello, es apto medir la satisfacción del cliente mediante

la calidad del servicio para la cooperativa, que integre las particularidades de una cooperativa de ahorro y crédito y ayude a identificar las variables críticas que inciden en la satisfacción del cliente.

En tal virtud, surge la siguiente pregunta general de la investigación: ¿Cómo evalúan los clientes la calidad de los servicios prestados por la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”?

Para el desarrollo de la investigación se plantearon los siguientes objetivos específicos: **Objetivo 1** “Caracterizar los socios y servicios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”. **Objetivo 2** “Determinar la satisfacción de los socios sobre los servicios que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega” mediante el método ServPerf”. y finalmente, un **Objetivo 3** “Proponer estrategias que fortalezcan la calidad del servicio que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”, los que se cumplieron a cabalidad.

Siguiendo la normativa del Reglamento de Régimen Académico de la UNL la estructura de la investigación se desarrolla de la siguiente manera : **Título** el cual describe el tema y alcance de la investigación, **Resumen de la investigación** que se presenta en idioma español e inglés conjuntamente con las palabras claves que son las de mayor relevancia, la **Introducción** que busca familiarizar al lector con el desarrollo de la investigación, el **Marco Teórico** que incluye la fundamentación teórica que aborda los antecedentes del tema de estudio, la fundamentación conceptual más relevante y la fundamentación legal de la investigación, la **Metodología** en la que se describe el área de estudio, los métodos, tipos, técnicas, población de estudio, muestra a investigar, la recolección de información, el tratamiento de datos, operacionalización de variables de estudio y el proceso de la investigación, **Resultados** es el desarrollo y cumplimiento de los objetivos específicos, **Discusión** donde se contrasta los resultados con las teorías y resultados de otras investigaciones previas, **Conclusiones** que se fundamentan en los puntos más relevantes y resultados obtenidos de cada uno de los objetivos específicos, seguidamente se redactan las **Recomendaciones** en base a las conclusiones, **Bibliografía** que describe las fuentes de consultas utilizadas en el estudio y finalmente los **Anexos** donde se presentan las herramientas, técnicas complementarias e información secundaria de la investigación.

4. Marco Teórico

4.1. Evidencia Empírica

4.1.1. Evidencia Internacional

El primer estudio encontrado es de la Ciudad de Nepal con autoría de Vaidya & Yogi (2022) enfocado en la entrega de compras en línea en esa misma ciudad mediante el método ServPerf y la escala de likert, concluyen que, la capacidad de respuesta, la empatía y la seguridad tuvieron un promedio de 3,06, 3,12 y 3,18 respectivamente, por lo que mencionan que son promedios bajos de la media (3,5) por lo que son aspectos a mejorar prontamente para que la satisfacción no siga decreciendo, con respecto a las correlaciones mencionan que, todos los elementos están relacionados con la satisfacción del cliente respecto a la calidad del servicio de entrega en línea.

El segundo estudio de Babić-Hodović et al. (2019) realizado en Croacia, mencionan que en la satisfacción de los servicios hoteleros mediante el Servperf ratifican que los aspectos más significativos para la satisfacción del cliente con la calidad del servicio son la fiabilidad y la empatía con valores lambda de 0,832 y 0,835, dándose estos valores porque están enfocados a los hoteles, entonces los mismos para seguir teniendo acogida deben tener valores positivos en estos campos, que son los que más conectan con las personas netamente.

4.1.2. Evidencia Regional

El estudio de Fragoso y Espinoza (2017) realizado en la Ciudad de México, obtuvo que la calidad del servicio es 9/10, los mismos que la describen con una buena puntuación. Los autores consideran que el nivel alcanzado por la institución es aceptable, y lo que más satisfechos están los clientes es con las instalaciones físicas del primer nivel, por lo tanto, la dimensión tangible la califican como excelente.

En el estudio realizado por Martínez (2013) de la Universidad Nacional de Colombia, que analiza mediante el método ServPerf medir la satisfacción del cliente industrial y aplicar sugerencias mediante dimensiones como lo tangible, seguridad, responsabilidad, capacidad y confiabilidad. Donde concluye que para el 71 % de los clientes industriales el servicio prestado es como lo esperaban, para el 21 % es más alto y tan solo para el 9 % sienten que no tienen un servicio acorde con sus expectativas.

Vásquez (2017) de la Universidad San Ignacio de Loyola, que desarrollo un diagnóstico sobre la percepción del consumidor ante el servicio de los restaurantes. Aplicando encuestas a 245 personas, concluyendo que la satisfacción cliente es netamente parcial a la calidad del servicio, incidiendo desde la apariencia del lugar, forma del producto, hasta la atención de los trabajadores.

4.1.3. Evidencia Nacional

Como primera evidencia nacional, se tomó en cuenta a la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP (2023), que en su informe de consejo administrativo menciona que de activos cuenta con \$ 2 miles de millones de dólares esto debido al rápido crecimiento de su porcentaje de socios que la cooperativa tiene, también la misma se encuentra en el segmento 1 y lleva ya 53 años dentro del mercado.

El segundo estudio de Gómez et al. (2020), es una investigación basada en el modelo “ServPerf”, que obtiene datos a través de encuestas a una muestra de 375 socios, basadas netamente en la escala de Likert, concluyen que las cooperativas tienen un déficit por la atención personalizada, talento humano capacitado y servicio rápido, todas con un promedio de 45,9 %.

El tercer estudio de Rodríguez y Yaguana (2018), determinaron que la investigación enfocada a la satisfacción de los clientes revela un promedio de 3,92/5 y que el nivel alcanzado es regular. Determina también, que existe una mayor satisfacción en la dimensión tangible, empatía y seguridad, sin embargo, para las dimensiones fiabilidad y capacidad de respuesta la satisfacción es baja lo que aumenta el riesgo de perder los clientes.

4.2. Marco Conceptual

4.2.1. Sistema Financiero

El sistema financiero de un país está formado por el conjunto de instituciones, medios y mercados, cuyo fin primordial es canalizar el ahorro que generan los prestamistas, hacia los prestatarios o unidades, así como facilitar y otorgar seguridad al movimiento de dinero y al sistema de pagos. La labor de intermediación es llevada a cabo por las instituciones que componen el sistema financiero, y se considera básica para realizar la transformación de los activos financieros, denominados primarios, emitidos por las unidades inversoras (con el fin de obtener fondos para aumentar sus activos reales), en activos financieros indirectos, más acordes con las preferencias de los ahorradores (Casilher, 2013).

4.2.2. Importancia del Sistema Financiero

Según Casilher (2013) el sistema financiero tiene una misión basada en una economía de mercado, la misma que es captar ahorros y canalizarlos hacia los prestatarios públicos o privados.

4.2.3. Elementos del Sistema Financiero

Dueñas (2008) sostiene que son tres los elementos los más importantes del Sistema Financiero:

• **Activos financieros:** Estos activos son títulos negociables, pero deben ser líquidos, de bajo riesgo y con rentabilidad.

• **Instituciones financieras:** Existen dos tipos de intermediarios que son las entidades de crédito que como su nombre indica captan y otorgan créditos; por otro lado, se encuentran las entidades que no son de crédito que son destinadas a inversionistas.

• **Mercados financieros:** Son un lugar físico o virtual a la cual concurren compradores y vendedores, aunque entre estos tienen una subdivisión que es:

–Según su etapa de negociación: Mercados primarios y secundarios.

–Según su estructura: Mercado organizados y no organizado

–Según características de los activos financieros: Mercados interbancario, de fondos públicos y de pagarés empresariales.

–Mercado de capitales: Renta fija y variable.

4.2.4. Funciones del Sistema Financiero

- Captar el ahorro y canalizarlo hacia la inversión
- Impulsar el ahorro
- Ofertar los productos que se acoplan a las necesidades de los ahorradores e inversores, de manera que los dos obtengan una satisfacción alta y un coste bajo
- Estabilidad monetaria

4.2.5. Intermediación Financiera

Banco Internacional (2014) ve como un proceso dado por un conjunto de instituciones donde su objetivo principal es captar el dinero de personas y empresas; para colocarlo en préstamos; en otras palabras, ofrecen créditos a quienes lo necesiten ya sea para el desarrollo de sus actividades o para la compra de bienes o servicios. Por ello, gracias a la intermediación, se puede generar empleo y aportar al progreso económico de una sociedad.

4.2.5.1. Intermediarios Financieros. Existen dos intermediarios financieros según Dueñas (2008):

• **Entidades de crédito:** Son responsables de captar dinero y otorgar créditos como también se encuentran encargados de la compra de cartera, arrendamiento financiero, efectuar pagos, transferencia de fondos, servir de aval o garante de operaciones, compra de acciones para negociar en bolsa, brindar servicios de asesoría y gestionar patrimonios autónomos.

• **Entidades que no son de crédito:** Son inversionistas como las entidades aseguradoras, Fondos de Inversión, Bolsa de Valores y Fondos de Pensiones y Cesantías (p. 9).

4.2.6. Sistema Financiero del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador [CRE] (2008) menciona que el sistema financiero nacional este compuesto por el sector público, privado y del popular y solidario, además, señala que cada uno de estos sectores tendrá normas y entidades de control específicas y diferenciadas, fundamentales para la seguridad, confianza y desarrollo. Además, menciona que es el conjunto de instituciones que tiene como objetivo canalizar ahorros, misma que permite el desarrollo de la economía del país, esto porque hace que los fondos lleguen desde personas que tienen excedentes económicos hacia las que necesitan estos recursos (Art. 309).

4.2.7. Composición del Sistema Financiero Ecuatoriano

•**Sector Privado:** Compuesto por instituciones financieras privadas como: los bancos, las sociedades financieras y asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda.

•**Sector Público:** Instituciones que su control y gestión está encargada una administración pública o el Estado.

•**Sector Financiero Popular y Solidario:** El sector económico popular y solidario como el conjunto de formas de organización económico-social en las que sus integrantes, colectiva o individualmente, desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios (Ramón, 2017).

En Ecuador, forman parte las cooperativas de ahorro y crédito, mutualistas, bancos comunales y cajas de ahorros, siendo intermediarios de los productos financieros y no financieros.

4.2.8. Banca Privada

Sus operaciones son a través del sector privado debido a que su capital viene de personas exteriores; Por otro lado, intermedia entre los agentes económicos y los agentes que necesitan inversión. La banca privada de una actividad profesional clara y honesta a muchos clientes, regulada por las disposiciones del Estado (Banco Internacional, 2022).

4.2.9. Economía de Mercado

Según Mankiw (2012) “es una economía que dota de recursos mediante decreto de los diferentes hogares y empresas que intervienen en el mercado, para beneficiarse de bienes y servicios” (p. 11).

4.2.10. Sector Financiero Popular y Solidario

La CRE, 2008 establece que:

El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro que recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria (Art 311).

4.2.10.1. Cooperativas de Ahorro y Crédito. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2017) “las cooperativas de ahorro y crédito o, simplemente, cooperativas de crédito son sociedades cooperativas cuyo objetivo es cumplir con las necesidades financieras de sus socios” (p. 149).

4.2.10.2. Importancia de las Cooperativas. Permiten a las personas tener una visión a futuro de su economía, y las cooperativas al no ser de accionistas, todos los beneficios económicos y sociales de su actividad permanecen en la misma comunidad que han establecido y las ganancias se vuelven a invertir o se devuelven a sus miembros (Alianza Cooperativa Internacional, 2024).

4.2.10.3. Segmentación del Sector Financiero Popular y Solidario. Expedida la resolución No. 521-2019-F por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera, en la cual consta la Norma para la segmentación de las instituciones del Sector Financiero Popular y Solidario. La cual la SEPS actualizó la segmentación para el año 2023. (Segmentación de Entidades del SFPS, Año 2023, s. f.). La cual ratifica que las entidades del sector se ubicarán de acuerdo al tipo y saldo de sus activos como se puede observar en la Tabla 1:

Tabla 1.

Segmentación del sector popular y solidario

Segmento	Activos (USD)
1	Mayor a 80'000.000,00
2	Mayor a 20'000.000,00 hasta 80'000.000,00
3	Mayor a 5'000.000,00 hasta 20'000.000,00
4	Mayor a 1'000.000,00 hasta 5'000.000,00
5	Hasta 1'000.000,00

Nota. Adaptado de Segmentación de Entidades del SFPS, año 2023 (s. f.) <https://www.seps.gob.ec/institucion/segmentacion-de-esfps/>

4.2.11. Socio

Individuo que se asocia con otras personas desarrollando algo en grupo, los mismos que se agrupan con un solo objetivo en común (Porto y Merino, 2023).

4.2.11.1. Tipos de Socios de una cooperativa. Según Govern de les Illes Balears (2023) cualquier persona física o jurídica, puede formar parte de una cooperativa. Los socios

pueden clasificarse en lo siguiente:

- **Socios comunes:** tienen todo el derecho, sin restricciones, sin problema pueden llevar a cabo el objetivo de la cooperativa.

- **Socios de trabajo:** personas que forman parte de la institución

- **Socios colaboradores:** sin poder ser parte, estas personas ayudan a cumplir el objetivo planteado

- **Socios excedentes, inactivos, honoríficos o no usuarios:** personas que no utilizan hace muchos los servicios que ofrece la cooperativa.

4.2.12. Cliente

Individuo que compra productos o servicios de los cuales tiene la necesidad o requiere para él mismo, convirtiéndose en lo principal por el cual se desarrollan, producen o fabrican estos productos y servicios (Thompson, 2009).

4.2.13. Diferencia entre cliente y socio

Cliente es el individuo o institución que se beneficia de un servicio o producto, pero no tiene voz ni voto en donde adquiere los mismos. Por otro lado, socio es la persona que se hace con más individuos formando una institución, aportando con dinero y conocimientos propios (El Colombiano, 2019).

4.2.14. Productos financieros

BBVA (s.f.) sostiene que son herramientas con las que se puede obtener una rentabilidad de dinero, mediante el ahorro o inversión, que generalmente los brindan instituciones financieras.

4.2.15. Servicio

Según Oliva (2005) menciona que el “servicio es entendido como el trabajo, la actividad y/o los beneficios que producen satisfacción a un consumidor” (p. 2).

4.2.16. Servicios financieros

Existen diferentes cosas que se pueden comprar con dinero, pero hay una diferencia muy grande entre un bien, que es algo tangible y el servicio que es la acción para llegar a ese bien. Un servicio financiero no es un bien, sino que es el proceso que se realiza para adquirir el bien financiero, que necesita el socio, como por ejemplo pedir un crédito de consumo para adquirir un bien (Asmundson, 2011).

4.2.17. Servicio al cliente.

Es la relación que se crea entre la institución y el cliente. Para lo cual se debe interactuar y crear una relación en todo el proceso del servicio. Es fundamental mejorar la experiencia del

cliente con el servicio ofrecido (Oliva, 2005). Nombrando características del servicio como: intangibilidad, heterogeneidad e inseparabilidad.

4.2.17.1. Importancia del servicio al cliente. Menciona que es importante, ya que, se puede conocer la credibilidad del cliente, además es un aspecto fundamental que traza la diferencia cuando una institución desea crear diferencia de otra (Salesforce, 2023).

4.2.18. Calidad del servicio

Son lo que necesitará el usuario en cuanto se pueda realizar; solo así un producto o servicio puede ser creado para dar satisfacción, a un precio accesible (Oliva, 2005).

4.2.18.1. Importancia de la calidad del servicio en una institución financiera. La importancia de la calidad radica en poder diferenciarse de otras instituciones, dando a sus clientes o socios un producto o servicio muchísimo mejor, mejorando la satisfacción y lealtad de los mismos, beneficiándose mayormente la institución, porque tendría mucha más acogida en el mercado (Ramos, 2023).

4.2.18.2. Gestión de la calidad. Comprende una serie de procedimientos organizados que posibilitan a cualquier entidad planificar, llevar a cabo y supervisar sus diversas operaciones. Su aplicación es esencial sin importar el tamaño de la compañía, ya que no solo se concentra en la excelencia del producto o servicio, sino que también garantiza un control efectivo de los procesos internos, contribuyendo así a un rendimiento óptimo y al logro de los objetivos establecidos (Correa-Hidalgo y Vélez-Mendoza, 2023).

4.2.18.3. Principios de la gestión de calidad. Evans y Lindsay (2015) ratifican que la calidad en un principio se basó en 3 principios importantes: la mejora continua, enfoque en el cliente y trabajo en equipo. Antiguamente, a los gerentes de instituciones o empresas poco les importaba dar un buen servicio, y más en las instituciones o empresas de renombre, solo se dedicaban a producir y generar ingresos. También no tomaban en cuenta las opiniones de sus propios trabajadores, no había un ambiente laboral amable y creaban errores en el proceso. Tomando en cuenta todo eso, fueron desarrollándose los principios de la calidad los cuales han evolucionado las necesidades para construir y mantener la organización.

Alzqueta (2012) sugiere ocho principios que se debe considerar en una organización:

- **Enfoque a cliente:** Observar las necesidades del cliente para mejorarlas y satisfacerlos desde la percepción que ellos tienen.

- **Liderazgo:** Cumplir con los objetivos planteados por la empresa y crear en cada integrante valores como la responsabilidad, comprensión y respuesta rápida a los cambios del entorno.

•**Participación de las personas:** El personal de trabajo es lo más importante de una empresa, ayudarle a desarrollar nuevas habilidades y motivarlo para la superación de cada uno de ellos, para comprometerlos con los objetivos de la empresa y mejorar el trabajo en equipo.

•**Enfoque basado en procesos:** Lograr que los recursos y actividades se relacionen como un proceso para observar los procesos para llegar a la meta deseada.

•**Enfoque de sistema para la gestión:** Mejorar la eficacia, para desarrollar una comprensión y gestión de un sistema de procesos relacionados, para la medición, evaluación y el análisis.

•**Mejora continua:** Promover el uso de herramientas para el análisis y resolver problemas, proponiendo iniciativas de mejora.

•**Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones:** Es la parte donde intervienen todas las personas, tomando datos recogidos de un proceso, cliente y producto.

•**Relaciones mutuamente beneficiosas con el suministrador:** Es la eficacia que se debe tener para atraer más clientes y proveedores, creando un valor para la empresa.

4.2.18.4. Pilares de la gestión de la calidad.

Cuatrecasas (2012) expresa que los pilares fundamentales son la adecuada organización, la correcta gestión de los recursos humanos, materiales y los requerimientos del consumidor, donde las organizaciones deben adaptar actividades donde lo impliquen mucho más al consumidor para así satisfacer mejor las necesidades. Dice también que es necesario ahorrar recursos y no despilfarrar, obteniendo así eficiencia y eficacia para un mejor desarrollo de la empresa.

4.2.19. Gobierno Corporativo

Son todas las normas, ciclos y procesos, por los cuales se administra y gestiona una empresa, estableciendo un igual entre el poder y las responsabilidades entre las partes interesadas (CEPAL, 2024).

4.2.20. Modelos para la medición de la calidad del servicio

Para medir la calidad del servicio existen varios modelos desarrollados por distintos autores, entre los cuales se encuentran: ServQual, Escuela Nórdica, El Modelo de los Tres Componentes y por último el ServPerf.

4.2.20.1. Modelo ServQual. Modelo creado en 1980, como enfoque de investigación y evaluación usado principalmente para la medición de la calidad del servicio, por los clientes en diferentes campos para obtener información valiosa mejorando la satisfacción del cliente

(Ortega, 2023).

Aiteco Consultores (2012) manifiesta que el modelo ServQual tiene un cuestionario que consta de escalas múltiples creada para poder observar las expectativas de los clientes sobre un servicio, para medir lo que espera el cliente de una organización. También el enfoque de evaluación se basa en 3 factores principales:

1. La diferencia entre las expectativas del cliente y sus percepciones darían un buen servicio de calidad, de tal forma que, distinguir esta distinta brecha y erradicarla implicaría un crecimiento en la calidad percibida del servicio.

2. Factores que condicionan las expectativas de los clientes, como primero se encuentra la comunicación “boca a oreja”, es decir lo que familiares, amigos o conocidos te cuentan sobre algún servicio en específico. Segundo las necesidades personales, ya que, cada persona busca un servicio para satisfacer la necesidad que tiene. Tercero las experiencias con el servicio, que son experiencias que el cliente ha obtenido tiempo atrás y por último las comunicaciones externas que se refiere al buen trato o acogida que la organización de a su cliente para que él mismo se quede con una buena expectativa.

3. Reconocer las cinco dimensiones que el modelo toma para los criterios de evaluación que usan los clientes para valorar la calidad de algún servicio obtenido y son las siguientes:

- **Fiabilidad:** Que se refiere a la confianza del servicio.
- **Capacidad de respuesta:** La rapidez y la predisposición para poder dar el servicio.
- **Seguridad:** La confianza y seguridad de los propios trabajadores para sembrar credibilidad y confianza en los clientes.
- **Empatía:** Recibir a los clientes con toda la buena voluntad, para que el cliente se sienta cómodo.
- **Elementos tangibles:** Como observa el cliente las instalaciones, equipos y el personal.

Aiteco Consultores (2012) plantea que el cuestionario del ServQual está dividido en 3 partes o secciones:

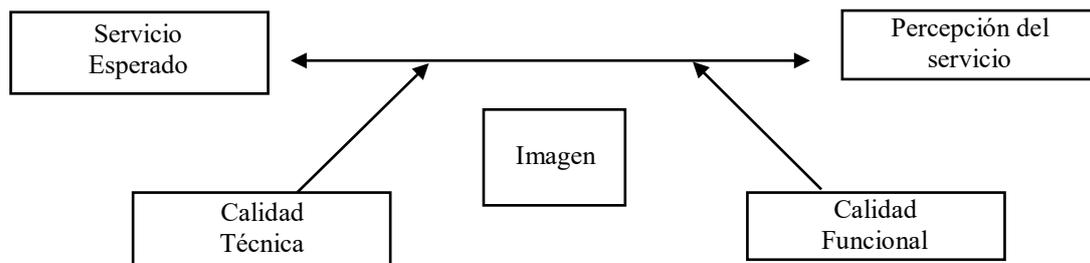
La primera de ellas es realizar el cuestionario al cliente para determinar lo que piensa sobre lo que debe tener y ser un servicio determinado, esto se realiza mediante 22 interrogantes, donde el cliente responde en una escala del 1 al 7. Como segundo punto es captar la percepción del cliente respecto al servicio que presta la empresa, es decir, hasta donde considera que la organización tiene las características descritas anteriormente. Finalmente, la última parte donde

mezcla las dos anteriores para obtener el conteo de la evaluación con respecto a la importancia de las cinco dimensiones, para realizar la respectiva ponderación.

4.2.20.2. Escuela Nórdica. De escuela nórdica o de imagen es el modelo donde se divide o compone de dos partes, calidad técnica y funcional, técnica porque es el servicio que se ofrece y funcional porque es la forma en cómo se da, relacionándose ambas con la imagen corporativa debido a que ratifica que la imagen es un elemento básico y fundamental para la medición de la calidad percibida (Duque, 2005).

Figura 1.

Modelo de Análisis de la escuela nórdica



Nota. Adaptado de Duque, año 2005. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802505>

4.2.20.3. Modelo de los Tres Componentes. Se compone de tres elementos, el primero es el buen diseño del servicio antes de ser otorgado al cliente, es mirar las características más importantes. El segundo es el proceso del servicio, la forma en la que se lo entrega y como se lo entrega. Finalmente, el ultimo se divide en dos, ambiente interno y externo, interno es la cultura organizacional y externo al ambiente físico o como observan los clientes el lugar de prestación de servicio (Duque, 2005, como se citó en Ordóñez, 2019).

4.2.20.4. Modelo Service Performance (ServPerf). El ServPerf fue desarrollado desde una visión comercial o marketing, para medir la calidad de diferentes servicios, con pocas modificaciones, al principio se probó en bancos, servicios de tarjetas de crédito, reparación y mantenimiento, posee un enfoque de mercado que ha colaborado con su uso a muchos sectores que prestan servicios, principalmente a empresas industriales.

El modelo también como los demás tiene percepciones que menciona que es la valoración que tienen todas las personas sobre algún servicio o producto, como lo reciben y evalúan así los servicios de la institución, principalmente la percepción depende mucho del estado de ánimo y de las impresiones por atribuciones causales.

También el modelo consta de cinco dimensiones donde Torres y Luna (2017) ratifican que las dimensiones son las siguientes:

- **Elementos tangibles:** Infraestructura, equipos y apariencia de los empleados.

- **Fiabilidad:** Verifica el nivel del servicio brindado, que sea eficiente y eficaz.
- **Capacidad de respuesta:** Mide la rapidez de los empleados con los clientes para satisfacer necesidades.
- **Seguridad:** Mide la calidad de persona de los empleados, para generar confianza y respeto ante el cliente.
- **Empatía:** Capacidad de escuchar y acceso a información

La escala ServPerf observa principalmente las percepciones, como ya se mencionó anteriormente, erradicando las expectativas y poniendo solamente la mitad de las preguntas, contando las mismas con un elevado grado de confiabilidad (Alfa de Cronbach de 0,9098 y el Alfa estandarizado de 0,9238) representando más validez predictiva que la original del ServQual (Aiteco Consultores, 2014). En la Tabla 2 se observa cómo están agrupadas las veinte y dos preguntas en las distintas dimensiones de evaluación de la calidad:

Tabla 2.

Rango de preguntas por cada dimensión

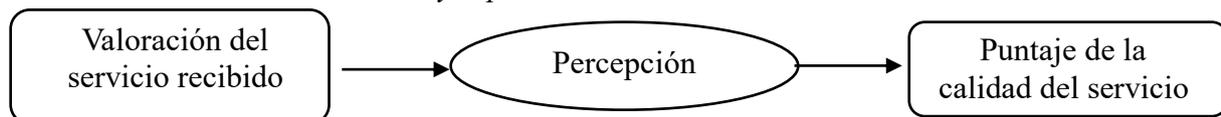
Dimensión	N. de preguntas
Elementos tangibles	1 – 4
Fiabilidad	5 – 9
Capacidad de respuesta	10 – 13
Seguridad	14 – 17
Empatía	18 – 22

Nota. Adaptado de Aiteco Consultores, 2012. <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>

Entendiendo así un poco mejor que la valoración del servicio recibido va junto con la percepción y la valoración de lo que se espera del servicio con la expectativa, como se puede observar en la Figura 2:

Figura 2.

Valoración del servicio recibido y esperado



Nota. Adaptado de Aiteco Consultores, 2014. <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>

Aiteco Consultores (2014) plantea que la puntuación del ServPerf es la suma total de las puntuaciones de percepción:

$$SERVPERF = \sum P_j \quad (1)$$

Por ende, mientras más alto sea el total de esas percepciones y calificaciones, mayor será la calidad del servicio ofrecido.

Además, se menciona algunas ventajas del modelo. En primer lugar, se destaca, la reducción del tiempo necesario para su aplicación, dado que solo se requiere una pregunta por ítem o característica. Asimismo, el conjunto total de medidas permite una mejor observación de la satisfacción y por último el modelo presenta una menor complejidad en su interpretación.

4.2.21. Coeficiente de Correlación

Lahura (2003) expresa que la correlación estudia la relación lineal que existe entre dos variables cuantitativas, de las cuales existen dos formas para realizar la correlación:

4.2.21.1. Coeficiente de Correlación de Spearman. Parra (2023) menciona que es un coeficiente que mide la correlación entre dos variables discretas, para determinar como una variable actúa en función de la otra.

4.2.21.2. Coeficiente de Correlación de Pearson. Se usa en diversas áreas del campo científico como estudios técnicos, econométricos o de ingeniería. Mide la relación lineal y su fuerza entre dos variables continuas (Hernández et al., 2018).

4.2.22. Alfa de Cronbach

Es una prueba utilizada para medir las correlaciones en cada una de las combinaciones, las preguntas que tengan más de dos respuestas pueden evaluarse con el Alfa de Cronbach (Narváez, 2024).

4.2.22.1. Tipos de fiabilidad. Ruiz (2019) ratifica que este coeficiente nos ayuda a calcular la fiabilidad de una escala o test. Donde menciona que tiene tres tipos de fiabilidad como son los siguientes:

- **Consistencia interna:** Que es la medida donde se observa la covarianza de los ítems entre sí.
- **Equivalencia:** Se realiza dos test, el real y uno parecido, para medir el tipo de fiabilidad de formas paralelas o equivalentes, para entenderlo mejor se lo plantea como si el test original es (X) y el diseñado para hacer la equivalencia sea el (Y).
- **Estabilidad:** Se trata de aplicar el mismo test original para obtener una media, es decir, aplicarlo luego de un cierto lapso de tiempo el mismo test.

4.2.22.2. Fórmula

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right] \quad (2)$$

Donde:

α = Alfa de Cronbach

K= Número de ítems

V_i = Varianza de cada ítem

V_t = Varianza total

4.2.22.3. Interpretación. Se encuentra en un rango de 0 a 1, entonces cuanto más se acerca a 1, más consistencia tienen los ítems entre sí, por otro lado, mientras mayor la longitud del test, mayor será el alfa (α).

4.2.23. Escala de Likert

Según Muguira (2023) explica que mide reacciones, actitudes y comportamientos de una persona. También observa el acuerdo o desacuerdo de una persona frente a una declaración.

Hernández (2014) presentan algunas alternativas de escala de Likert más comunes. Las opciones de respuesta pueden colocarse de manera horizontal o vertical sin olvidar que a cada una de ellas se le asigna un valor numérico.

Tabla 3.

Puntuación Escala de Likert

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Nota. Adaptado de Aiteco Consultores, 2014. <https://www.aiteco.com/servperf-una-alternativa-al-servqual/>

Para medir por promedios usando la escala de Likert se aplica la siguiente fórmula:

$$P = F * C \quad (3)$$

Donde:

F: es la frecuencia de los 22 ítems que son parte del cuestionario del método ServPerf, es decir, el número de que se repite una respuesta, según la escala de Likert.

C: es el valor numérico asignado según Likert, en este caso de 5 niveles

P: Es la multiplicación de la frecuencia y es valor numérico según la escala de Likert.

Luego tenemos la fórmula para determinar el promedio final de cada ítem, que es la siguiente:

$$PF = \frac{PT}{FT} \quad (4)$$

Donde:

PT: es lo que se obtiene de la suma del valor P de los 5 niveles de escala establecidos

FT: la frecuencia que corresponde a los 151 socios encuestados

PF: división del promedio total y la frecuencia total

4.3. Marco Legal

4.3.1. *Entidades Reguladoras del Sistema Financiero Ecuatoriano*

4.3.1.1. El Banco Central del Ecuador (BCE). El Código Orgánico Monetario y Financiero en el Artículo 27 de la sección dos dice: El Banco Central del Ecuador maneja las políticas monetarias, crediticia, cambiaria y financiera del Estado, mediante códigos y leyes.

4.3.1.2. La Superintendencia de Bancos. El Código Orgánico Monetario y Financiero en el Artículo 6 dice que: La Superintendencia de Bancos realizará vigilancia, auditoría, intervención y control de todas las actividades financieras efectuadas por las entidades públicas y privadas, con el objetivo de que sigan el ordenamiento jurídico.

4.3.1.3. La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Su ámbito de acción es controlar las entidades que son parte del sector financiero popular y solidario. Sus órdenes se basan en el mismo código o la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidario.

4.3.1.4. La Junta de Regulación Monetaria y Financiera. El Código Orgánico Monetario y Financiero en el Artículo 13 de la sección uno menciona que: Créase la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera, parte de la Función Ejecutiva, responsable de la formulación de las políticas públicas y la regulación y supervisión monetaria, crediticia, cambiaria, financiera, de seguros y valores.

4.3.2. *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS)*

Los siguientes Artículos de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS) son importantes ya que hacen énfasis en la clasificación y regulación de las cooperativas, en conformidad de su actividad, garantizando que se lleven a cabo los objetivos sociales y económicos de manera honesta y responsable. En el Art. 23 “Las cooperativas, según la actividad principal que vayan a desarrollar, pertenecerán a uno solo de los siguientes grupos: producción, consumo, vivienda, ahorro y crédito y servicios”.

Y en el Art. 27 menciona que:

Las cooperativas de ahorro y crédito de los segmentos especificados por el órgano regulador podrán realizar, como actividades complementarias, únicamente, aquellas consideradas como auxiliares de las actividades financieras, sin perjuicio de los servicios sociales y asistenciales que, resueltos por la asamblea general, deberán ser prestados, por intermedio de empresas especializadas, de preferencia del sector popular y solidario.

También en el Art. 29 indica que:

Podrán ser socios de una cooperativa las personas naturales legalmente capaces o las personas jurídicas que cumplan con el vínculo común y los requisitos establecidos en el reglamento de la presente Ley y en el estatuto social de la organización. Se excepcionan del requisito de capacidad legal las cooperativas estudiantiles.

5. Metodología

5.1. Área de estudio

La investigación se realizó en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”, la cual se compone de cinco oficinas dentro de la Ciudad de Loja, provincia de Loja, ubicada al sur del Ecuador con una altitud de 2 065 msnm; se fundó el 8 de diciembre de 1548, y fue declarada patrimonio nacional el 15 de abril de 1983. Colinda: al norte con Azuay y El Oro, al sur con Perú, al este con Zamora Chinchipe y al oeste con El Oro y el Océano Pacífico. Loja también es reconocida por los ríos que la cruzan: Zamora, Malacatos y Vilcabamba. La Ciudad tiene una cultura espléndida, por eso es conocida como la “Capital de la Música y la Cultura del Ecuador”. Como dato importante se conoce que Loja fue la primera ciudad del Ecuador en contar con energía eléctrica (Ministerio de Cultura y Patrimonio, s. f.).

5.2. Enfoque de investigación

La investigación se basó en un enfoque mixto, Hernández-Sampier y Mendoza-Torres (2018) definen como el “conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta” (p.12). El enfoque cualitativo usa datos detallados y abundantes para cumplir con el objetivo de descripciones detalladas de las variables estudiadas, mientras que, el enfoque cuantitativo es aquella que usa información netamente medible (Sánchez, 2019). La investigación llevó un enfoque cualitativo porque permitió caracterizar a los socios y servicios de la cooperativa, para proponer estrategias que mejoren la calidad del servicio. Por otro lado, tuvo un enfoque cuantitativo, ya que, se evaluó de forma sistemática, objetiva y generalizable todo lo que conlleva la calidad del servicio usando el método ServPerf.

5.3. Alcance y tipo de investigación

El primer alcance fue el exploratorio, según la Universidad de Guanajuato (2021) el alcance exploratorio observa un tema o problema, que no haya sido estudiado a profundidad, de la cual aún quedan muchas dudas por resolver. Se usó el alcance exploratorio en la investigación, ya que, carece de información previa sobre investigaciones que hayan aplicado el método ServPerf en la cooperativa.

El segundo alcance que se aplicó fue el descriptivo que especifica todas las características de una población escogida para realizar el análisis (Universidad de Guanajuato, 2021). Por lo tanto, se pudo detallar las características a fondo de la calidad del servicio de la cooperativa, para determinar la satisfacción del socio.

El tercero fue el alcance correlacional, de acuerdo con Velázquez (2023) la investigación correlacional es no experimental, en el cual se usó dos variables, realizando una comparación estadística entre ambas. Se lo realizó con el modelo específicamente porque buscará la relación existente, entre la calidad del servicio y las diferentes dimensiones que evalúa el ServPerf.

Por último, se usó el tipo de investigación observacional y de campo; observacional porque se detalló las características de los servicios que ofrece la cooperativa y sus socios, también, de campo porque se aplicó encuestas presencialmente en las diferentes sucursales de la cooperativa.

5.4. Métodos de Investigación

5.4.1. Método Inductivo

Se basa en observar y experimentar para lograr una conclusión general a partir de casos puntuales como: cuando la hipótesis se basa en principios generales, escenarios de lógica formal y ciencias experimentales (Narváez, 2023). Este método sirvió a la investigación para explorar y entender la calidad del servicio, observando y analizando datos empíricos, sin partir de algún punto ya existente.

5.4.2. Método Deductivo

Este método comprueba si una hipótesis es afirmativa en muchos escenarios (Narváez, 2023). Este método es fundamental para la investigación, debido a que se aplicó un marco teórico realizado previamente y el modelo ServPerf para medir la calidad del servicio en la cooperativa.

5.4.3. Método Analítico

Uno de los principales métodos para el ámbito académico como la investigación de mercados, mezcla el método científico con el uso de procesos formales para solucionar conflictos de una organización (Ortega, 2023). Se aplicó en esta investigación porque ayudó a desarmar la calidad del servicio en componentes manejables, observar la relación de las variables, comparar y usar herramientas analíticas para entender la calidad del servicio.

5.4.4. Método Sintético

Son datos creados con alguna intención específica, que repiten las características estadísticas de datos de todo el mundo, en el ámbito de las ideas basadas en datos (Ortega,

2024). Ayudó en la investigación a poner datos y descubrimientos de diferentes fuentes y perspectivas para tener un mejor entendimiento de la calidad del servicio, usando el modelo ServPerf.

5.5. Diseño de investigación

Dicho con palabras de Ortega (2023) un estudio transversal o transaccional es una investigación que observa y analiza datos de variables de un determinado rango de tiempo de una población, muestra o subconjunto. Para la investigación se aplicó este diseño de investigación, ya que, se midió la calidad del servicio de la cooperativa en este período de tiempo, para que sea más fácil asociar las variables.

5.6. Técnicas e instrumentos de investigación

Se usó la herramienta de la página web de la cooperativa, para cumplir con el primer objetivo que es caracterizar los servicios y productos que ofrece la misma. Luego, se aplicó la técnica de encuesta con el instrumento de un cuestionario validado del método ServPerf en donde se recolectó información de acuerdo con las cinco dimensiones que plantea el modelo. Para así obtener datos específicos y observar en donde es la eficiencia o ineficiencia de los servicios y productos ofrecidos por la cooperativa. También, se aplicó la técnica estadística descriptiva e inferencial, descriptiva porque se obtendrá datos, para así realizar media y promedio; inferencial porque se aplicará correlación mediante Pearson o Spearman para medir la fuerza entre las variables planteadas (Véase Anexo A).

5.7. Población, muestra u objeto de investigación

5.7.1. Población

El objeto de estudio son los socios de la CoopMego que para el 2023 registraron una cantidad de 85 097; pero en el caso de esta investigación se centró en los socios que se encuentran ubicados en la ciudad de Loja que son 61 964 datos que se encuentran también detallados en la Tabla 4, mismos que fueron el centro del análisis debido a que se recolectó información basada en la calidad de productos y servicios que posee la cooperativa; con el fin de obtener información validada por quienes tienen experiencia y percepción sobre la calidad del servicio (Coopmego, 2024).

Tabla 4.*Socios activos por provincia*

Asociados activos por provincia	2022	2023
Loja	55 248	61 964
Zamora Chinchipe	8 135	9 550
Morona Santiago	728	642
Azuay	1 541	1 891
El Oro	6 183	7 140
Pichincha	1 138	1 776
Cotopaxi	829	1 133
Santo Domingo de los Tsáchilas	808	1 001

Nota. Adaptado de CoopMego (2024). <https://coopmego.com/wp-content/uploads/2024/03/MEMORIA-INSTITUCIONAL-2023.pdf>

5.7.2. Muestra

Dicho esto, se obtendrá la muestra con la siguiente fórmula para la población finita.

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q} \quad (4)$$

Desarrollo:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 61\,964}{0,08^2(61\,964 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 151$$

Se obtuvo una muestra correspondiente a 151, siendo el total de encuestas que se aplicaron a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”.

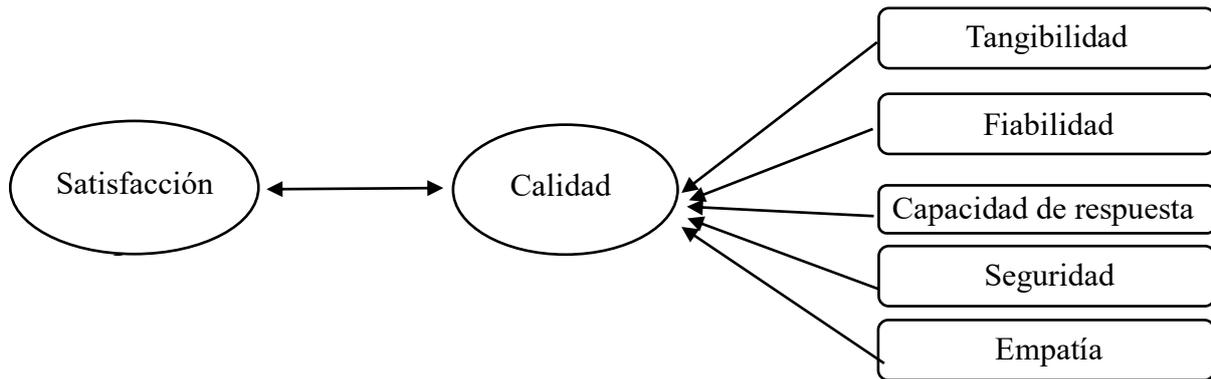
5.8. Procedimiento de la investigación

Para cumplir con el primer objetivo, se reunió datos demográficos, económicos y sociales de los socios de la cooperativa, también se analizó los productos y servicios que la misma oferta tomando en cuenta aspectos relevantes.

Luego en el segundo objetivo, se encuestó conforme las veinte y dos preguntas del método ServPerf y se obtuvo el nivel de satisfacción de los socios con los servicios ofrecidos por la cooperativa de acuerdo a las cinco dimensiones del modelo como se observa en la Figura 3, y con los resultados obtenidos, se correlacionó con el coeficiente de Sperman, para poder medir la fuerza entre las variables. Finalmente se propuso estrategias ideales para mejorar la satisfacción del socio en las dimensiones relacionadas con la confianza hacia la cooperativa.

Figura 3.

Operacionalización de la satisfacción de los socios



Y por eso se plantea las siguientes hipótesis:

H₀: No existe correlación directa y positiva entre las dimensiones del modelo ServPerf

H₁: Existe correlación directa y positiva entre las dimensiones del modelo ServPerf

Finalmente, con relación al tercer objetivo, se realizó la caracterización de los socios y servicios, permitiendo conocer las debilidades internas a mejorar. Segundo, se observó las ineficiencias de las dimensiones del modelo ServPerf que se obtuvo con las encuestas. Finalmente, se planteó estrategias previamente estudiadas y justificadas, que sean óptimas para implementar en la cooperativa.

6. Resultados

6.1. Objetivo 1. Caracterizar los socios y servicios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”.

6.1.1. Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”

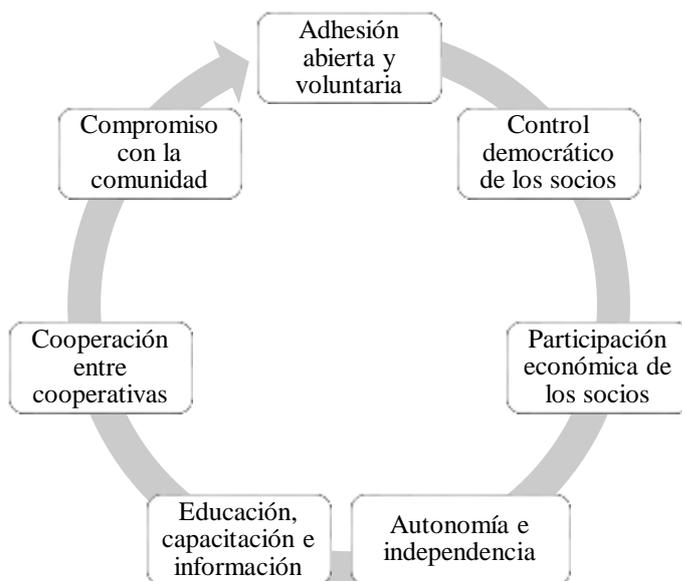
Originaria de la Sociedad de Obreros Vicentinos de Loja, en 1984 bajo el mando del Sr. Manuel Esteban Godoy Ortega, se realizó una reunión de la Asamblea Constitutiva con 40 socios, logrando la personería jurídica en mayo de ese mismo año. Reconocida a nivel nacional como entidad de intermediación financiera en 1985 y en el año de 1986 obtuvo su nombre actual. Para reforzar la confianza pública, en 2003 ingresa al control de la Superintendencia de Bancos y Seguros y así puedan lograr que sus socios se sientan más seguros con los servicios y productos de la cooperativa. Posteriormente para mejora de la misma desde el 2013 está supervisada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (Coopmego, 2024).

6.1.1.1. Marco Legal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”. El marco legal de la cooperativa “Coopmego” se compone por el Estatuto Social, dividido en cinco títulos; el título primero se refiere a las generalidades y principios. El título segundo que nos habla en general todo lo que conllevan los socios. El título tercero que está dividido en ocho capítulos mencionando a la asamblea general, el consejo de administración, el consejo de vigilancia, las disposiciones comunes para los consejos de administración y vigilancia, de las comisiones especiales y comités creados por norma, el presidente, los secretarios y por último el gerente. El título cuarto que es todo el régimen económico y por último el título quinto de la fusión, liquidación y conversión. Además, está compuesto por el reglamento que rige los procesos electorales para elegir los representantes a la Asamblea General, vocales del Consejo de Administración y del Consejo de Vigilancia. Finalmente, por el Código de Ética y Comportamiento que se refiere a la práctica de valores, principios éticos y normas de comportamientos.

6.1.1.2. Principios del cooperativismo que rigen la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”. Aseguran el trabajo para el desarrollo sostenible, tomando decisiones y acciones de las cooperativas, gestionando que democráticamente brinden educación y cooperen entre sí. A continuación, en la Figura 4 se observa mejor el proceso de desarrollo de los principios institucionales:

Figura 4.

Valores institucionales



Nota. Adaptado de la página de la Coopmego. <https://coopmego.com/conoce-la-institucion>

6.1.1.3. Valores Institucionales de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”. Como se observa en la Figura 5, los valores institucionales guían a un comportamiento, acciones y la toma de buena de decisiones, llevando a todo el personal para un mismo objetivo, formando ventajas competitivas fuertes, con una identidad y cultura.

Figura 5.

Valores institucionales de la Cooperativa Coopmego

<p>Trabajo en equipo Confiar en los socios y escuchar para ayudar gestionando</p>			<p>Vocación de servicio Servir siempre con buena actitud, calidez y empatía</p>
<p>Pasión Trabajo con esfuerzo, compromiso y decisión</p>			<p>Integridad Coherencia en lo que se hace, piensa y dice</p>
<p>Mejora continua Procesos optimizados siempre</p>			<p>Proactividad Hacer que las cosas sucedan</p>

Nota. Adaptado de la Memoria Institucional de la Coopmego. <https://coopmego.com/wp-content/uploads/2024/03/MEMORIA-INSTITUCIONAL-2023.pdf>

6.1.1.4. Gobierno Corporativo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”. La Cooperativa “Coopmego” ha dividido el Gobierno Corporativo en los siguientes componentes:

Consejo de Administración: encargados de administrar y llevar por buen camino la cooperativa.

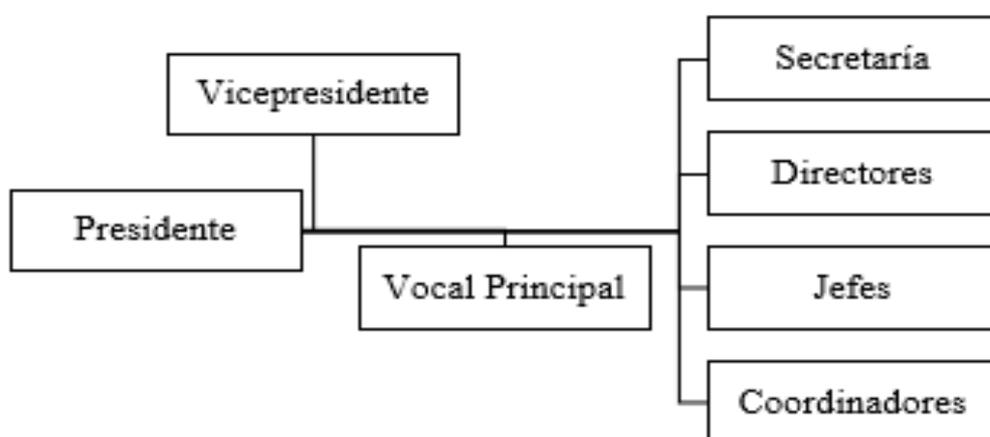
Consejo de Vigilancia: sigue y vigila que el gerente lleve a cabo las políticas planteadas por el Consejo.

Funcionarios: funcionarios son los que componen la mayor parte de la cooperativa, cada uno ayudando a cumplir una función u objetivo para el crecimiento de la Cooperativa.

En la Figura 6 se observa la estructura del gobierno corporativo:

Figura 6.

Estructura del Gobierno Corporativo de la Cooperativa



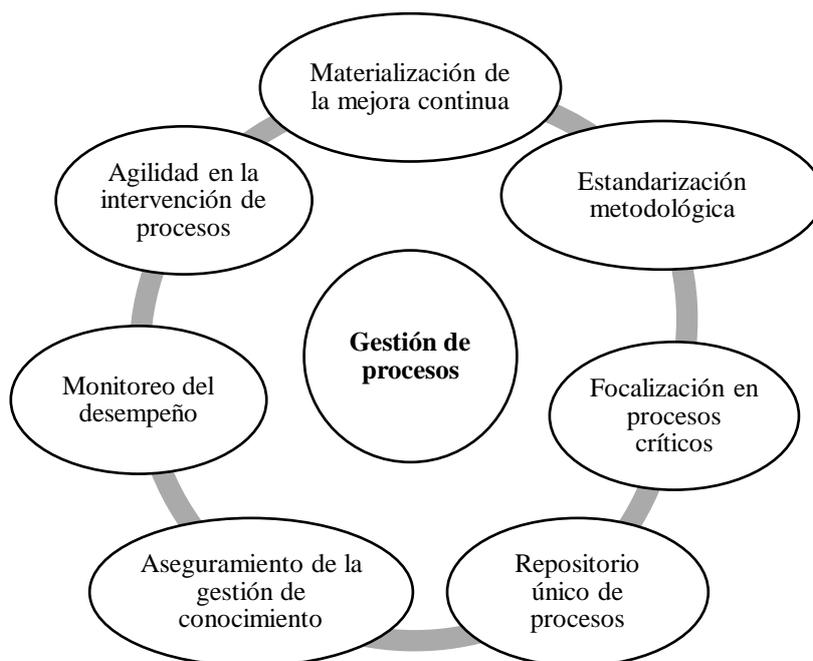
Nota. Adaptado de la página de la Coopmego. <https://coopmego.com/conoce-la-institucion>

6.1.1.5. Gestión de procesos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”. La Cooperativa queriendo mejorar su desempeño, para tener una mejor competitividad, en el 2023 planteó un modelo de gestión por procesos, enfocado en las mejores prácticas, para así tener un mejor rendimiento y resultados en un nuevo esquema de trabajo, considerando al socio y haciéndolo parte del eje central de la gestión organizacional.

6.1.1.6. Modelo de gestión por procesos aplicado. Toma en cuenta un conjunto de fases, las cuales deben desarrollarse de forma correcta, tal como se puede observar en la siguiente Figura 7:

Figura 7.

Procesos aplicados



Nota. Tomado de la Memoria Interna de Coopmego, 2023. <https://coopmego.com/wp-content/uploads/2024/03/MEMORIA-INSTITUCIONAL-2023.pdf>

6.1.1.7. Seguridad y salud ocupacional de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”. Para observar, conocer y erradicar las constantes evaluaciones de riesgos en los distintos puestos de trabajo, partiendo desde la política que la cooperativa tiene, estando siempre pendientes del bienestar de sus trabajadores, en el 2023 se realizó las siguientes actividades y charlas, para prevenir accidentes laborales o enfermedades fuera de la cooperativa, concientizando a los empleados y fortaleciendo la confianza con los mismos. Ayudando esto también aumentando la percepción de los socios hacia la calidad, ya que, observan que la cooperativa se preocupa también los suyos, detallando los programas y actividades de mejor manera en la Tabla 5:

Tabla 5.

Programas de seguridad y vigilancia de la salud

Programas de seguridad
-Prevención integral al uso y consumo de drogas en los espacios laborales públicos y privados
-Programa de prevención de riesgos psicosociales
-Socialización Planes de Emergencia
-Taller de Brigadas de Emergencia
-Dotación de equipos de protección personal (EPP)
-Ejecución de Simulacro y Simulaciones
-Elección del Comité Paritario de Seguridad y Salud
Programa de vigilancia de la salud
-Charla de prevención del VIH
-Charla sobre la planificación familiar y la salud sexual y reproductiva
-Charla y campaña sobre la salud visual
-Charla sobre nutrición
-Charla de prevención de riesgos físicos, químicos, ergonómicos, psicosociales, mecánicos y biológicos
-Capacitación en brigadas contra incendios
-Charla de prevención integral al uso y consumo de alcohol y drogas
-Charla sobre conducción a la defensiva de vehículos
-Charla de sensibilización del programa psicosocial
-Charla sobre la prevención del acoso laboral, violencia y discriminación en el trabajo

Nota. Tomado de la Memoria Interna de Coopmego, 2023. <https://coopmego.com/wp-content/uploads/2024/03/MEMORIA-INSTITUCIONAL-2023.pdf>

6.1.1.8. Desarrollo tecnológico de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”. En el 2023, Coopmego se enfocó en la mejora continua de los canales electrónicos, reducción de la carga operativa del personal y optimización de los procesos internos, para posicionarse como la Cooperativa del futuro. A continuación, se detalla lo más importante de este desarrollo:

- Megomóvil cuenta con el servicio del Registro Civil, que sirve para comprobar la identidad de los diferentes usuarios, evitando riesgos de fraude y mejorando la seguridad. En el ámbito de tarjetas de créditos, se puede realizar el bloqueo, anulación o cambios de clave de tarjetas de manera mucho más rápida.

- Megowallet, pagos y cobros al instante mediante un código QR con la billetera móvil de Coopmego.

- Implementando Genesys Cloud, se dio apertura a Contact Center, canal de atención mediante el cual se pueden realizar bloqueo de tarjeta débito, manejar sus cuentas y verificar envío o recepción de transferencias.

- Disminuyendo el tiempo de atención a los socios, Coopmego implementa nuevos escáneres y la aplicación de la Plataforma informática Axentria, digitalizando los documentos en el proceso de crédito.

- Para erradicar en gran parte el tráfico de red y afirmando una protección integral de extremo a extremo, Coopmego mejora su ciberseguridad implementando Firewalls actualizados en la data center principal.

- Para una continua operativa y una conectividad constante de las oficinas, en caso de la caída del proveedor principal, se implementó una arquitectura SD-WAN, respaldándose de dos enlaces de comunicaciones de diferentes proveedores.

6.1.1.9. Productos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”. Algunos de los productos ofertados en la Coopmego son:

Cuentas de ahorro e inversiones: se divide en cuatro partes, las más fundamentales para una cooperativa de este segmento:

- **Cuenta de ahorros**

El dinero está seguro y en crecimiento con una tasa de interés competitiva en el mercado. Obteniendo su dinero de forma inmediata en las oficinas más cercanas o cajero automáticos en todo el país.

- **Ahorro propósito**

Permite planificar tu ahorro y obtener una alta rentabilidad por el dinero guardado, pudiendo escoger la cantidad deseada de ahorro. Con una tasa capitalizable mensualmente, y si surge alguna emergencia, puede tener su dinero de forma inmediata.

- **Cuenta inteligente**

Puede realizar pagos a otras personas, sin necesidad de asistir a las oficinas de la cooperativa, a través de papeletas de retiro personalizadas.

- **Depósitos a plazo**

Producto ofertado en un plazo de 30 días en adelante, con una tasa de interés pasiva preferencial en función del plazo y monto.

- **Créditos**

La Cooperativa “Coopmego” ofrece a sus socios dos tipos de crédito, como se puede observar en la Figura 8:

Figura 8.

Tipos de crédito ofertados por la Coopmego

	
<p style="text-align: center;">Para tu negocio</p> <p>Con una tasa de interés del 14,99% con hipoteca y un plazo de 15 años o 15,99% sobre firmas o garante con un plazo de 7 años, con requisitos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fotocopia de Cédula de Ciudadanía. -Planilla de servicio básico actualizada. -Fotocopia del RUC O RIMPE. -Documentos que justifiquen los ingresos del solicitante de acuerdo con su actividad económica. 	<p style="text-align: center;">Para tus gastos</p> <p>Con una tasa de interés del 12,50% con hipoteca y un plazo de 15 años o 13,50% sobre firmas o garante con un plazo de 7 años, con requisitos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fotocopia de Cédula de Ciudadanía. -Planilla de servicio básico actualizada. -Documentos que justifiquen los ingresos del solicitante de acuerdo con su actividad económica.

Nota. Adaptado de la página web de la Coopmego. <https://coopmego.com/>

6.1.1.10. Servicios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”. Los servicios ofertados por la “Coopmego” son muy variados, y ayudan a la sociedad agilizar tiempo, ya que, tienen convenios importantes, y son los siguientes:

Tarjeta Mastercard Débito: Puede realizar compras a nivel nacional e internacional, en cualquier establecimiento o mediante internet.

Pago mis cuentas: En la siguiente Tabla 6 se puede observar los servicios que puede pagar de manera rápida y segura:

Tabla 6.

Servicios que se pueden pagar en la “Coopmego”

Nombre de la Institución	Logo	Detalle del Servicio
Municipio de Loja		Puede realizar pagos de agua, predio, patentes, permisos, etc. Gracias al convenio establecido.
Sistema Único de Pensiones Alimenticias (SUPA)		Pago debido de mensualidades establecidas mediante un juicio alimenticio.

Nombre de la Institución	Logo	Detalle del Servicio
Servicio de Rentas Internas (SRI)		Pago de tributos o impuestos.
Agencia Nacional de Tránsito (ANT)		Pago de matrículas o multas.
Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE)		Pago de tasas de control, tasa de almacenaje, tasa de permanencia contenedores, tasa de vehículos, tasa de maquinaria, tasa de cuarto frío y tasa de días adicionales.
Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)		Pago de tasas de control, tasa de almacenaje, tasa de permanencia de contenedores y tasa de vehículos.
Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)		Pago tasa de servicio de control aduanero, tasa de vigilancia aduanera, tasa de análisis de laboratorio, tasa de almacenaje, tasa de permanencia de contenedores, tasa de vehículos, tasa de maquinaria, tasa de cuarto frío y tasa de días adicionales.

Nota. Adaptado de la Memoria Institucional de la Coopmego. <https://coopmego.com/wp-content/uploads/2024/03/MEMORIA-INSTITUCIONAL-2023.pdf>

Transferencias desde nuestras oficinas: Se puede realizar transferencias entre cuentas de la misma cooperativa o de otras instituciones financieras del país de forma segura y eficaz desde las distintas oficinas.

Acreditaciones: Se puede acreditar el sueldo o pensión de jubilación directamente en la cuenta de ahorros del socio, sin ningún costo alguno.

Referencias y certificaciones: Se entrega certificaciones o referencias de cuentas de ahorros, depósitos, créditos, etc.

Bono de desarrollo humano: Como parte de la visión de la cooperativa, esta vez desde lo social, “Coopmego” ofrece el pago del Bono de Desarrollo Humano en toda la red de oficinas.

6.1.1.11. Canales de atención de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”. Los canales de atención son utilizados para tener una comunicación

eficaz y segura con las personas que se acogen a los servicios o productos (Ortega, 2023).

Canales electrónicos: Canales utilizados a través de la tecnología, desde un celular o una computadora, recurre a diferentes servicios como los de la Tabla 7:

Tabla 7.

Canales electrónicos de la Coopmego

Página web	MegOnline	Megomóvil
 <p>Se detallan los productos y servicios, noticias y promociones. También consultas y simulaciones de crédito</p>	 <p>Generalmente es todo lo que conlleva transacciones en línea, como transferencias entre cuentas Coopmego u otras instituciones sin ningún costo. Pago de tarjetas y por último consultas de los servicios en general.</p>	 <p>Una aplicación que se puede ocupar todos los días las 24 horas, y realizar sin costo algunas transacciones como: -Transferencias -Consulta de saldos -Pago de tarjetas</p>
Megowallet	Línea de emergencias financieras	Cajeros Automáticos
 <p>Billetera digital donde se puede realizar pagos, cobrar y cancelar servicios o productos a comercios afiliados mediante tan solo un código QR.</p>	 <p>Línea donde se puede asistir en caso de pérdida de tarjeta de crédito, los 365 días del año al número que es 099 800 8131.</p>	 <p>Con más de 84 cajero a nivel nacional, a través de cajero Coopmego o Banred, se puede acceder a la Red transaccional.</p>

Nota. Adaptado de la Memoria Institucional de la Coopmego. <https://coopmego.com/wp-content/uploads/2024/03/MEMORIA-INSTITUCIONAL-2023.pdf>

Canales físicos: La “Coopmego” cuenta con veinte y tres oficinas, en la ciudad de Loja tres oficinas y 6 en sus provincias como Alamor, Cariamanga, Catacocha, Catamayo, Macará y Saraguro. Azuay cuenta con dos oficinas ubicadas en Cuenca y San Blas. Morona Santiago con una sola oficina en Gualaquiza. Zamora Chinchipe con 3 oficinas ubicadas en Zamora, Yantzaza y Zumba. El Oro con tres oficinas en Machala, Santa Rosa y Balsas. Pichincha con una en Quito. Cotopaxi con una sola en Latacunga y finalmente Santo Domingo también con una sola oficina, como se observa en la Figura 9:

Figura 9.

Oficinas de la “Coopmego” en el Ecuador



Nota. Tomado de la Memoria Interna de Coopmego, 2023. <https://coopmego.com/wp-content/uploads/2024/03/MEMORIA-INSTITUCIONAL-2023.pdf>

6.1.1.12. Atención y servicio al socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”. En 2023 la Cooperativa “Coopmego” tuvo un total de 814 quejas y reclamos como se puede observar en la Tabla 8 el mayor porcentaje se centra en las transacciones realizadas con tarjeta de débito MasterCard con un 54 %, problemas que se dan mayormente por pagos-compras no autorizadas o pagos duplicados, como siguiente se encuentran las transacciones en ATM’S con un 34 %, debido a depósitos no procesados en cajero automáticos y se proceda con la devolución, y como tercero con un 9 % los débitos no autorizados, que los socios pidieron se haga llegar toda la inconformidad al Banco Central del Ecuador (BCE).

Tabla 8.

Resumen estadístico de las quejas y reclamos

Año 2023	Débito no autorizado	Transacción en ATM’S	Transacción en ventanilla	Transacción realizada con tarjeta de débito MasterCard	Transferencia realizada por canales electrónicos	Total
Enero	3	19	1	6		29
Febrero	1	24	2	17		44
Marzo	2	35	1	32		70
Abril	3	22	2	31	1	59
Mayo	3	27		51		81

Año 2023	Débito no autorizado	Transacción en ATM'S	Transacción en ventanilla	Transacción realizada con tarjeta de débito MasterCard	Transferencia realizada por canales electrónicos	Total
Junio	1	19		50	3	73
Julio	6	13	2	19	2	42
Agosto	12	30	2	45		89
Septiembre	8	26		39	1	74
Octubre	11	17	7	93		128
Noviembre	10	24		32		66
Diciembre	11	18	1	29		59
Total de reclamos	71	274	18	444	7	814
% por servicio	9%	34%	2%	54%	1%	100%

Nota. Adaptado de la Memoria Interna de Coopmego, 2023. <https://coopmego.com/wp-content/uploads/2024/03/MEMORIA-INSTITUCIONAL-2023.pdf>

6.1.2. Caracterización de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”

Para realizar la caracterización, se aplicó una encuesta a 151 socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega” de forma virtual, mediante Google Forms, obteniendo los siguientes resultados:

6.1.2.1. Datos demográficos. La Tabla 9 detalla que la mayoría de los socios de la cooperativa tienen una edad comprendida entre 18 a 44 años, siendo el 82,8 % de la población. Cabe destacar que la mayor parte son mujeres con un 63,3 %, demostrando una participación relativamente equitativa entre mujeres y hombres. Por otro lado, la mayor parte de la población radica en las parroquias de San Sebastián y El Valle, siendo las dos parroquias céntricas, evidenciando que la mayoría de los socios prefieren las oficinas centrales, por la cercanía de las mismas.

Tabla 9.*Datos demográficos de los socios encuestados*

Datos demográficos del socio		Frecuencia	Porcentaje (%)
Edad	18 a 24	62	41,1
	25 a 44	63	41,7
	45 a 64	23	15,2
	65 en adelante	3	2,0
Sexo	Hombre	55	36,4
	Mujer	93	63,6
Área de residencia	El Sagrario	17	11,3
	Sucre	29	19,2
	El Valle	32	21,2
	San Sebastián	34	22,5
	Punzara	27	17,9
	Carigán	12	7,9

6.1.2.2. Datos sociales. Como se observa en la Tabla 10 el 58,9 % de la población son solteros/as y el 29,8 % es casado/a debido a una realidad que se observa en una sociedad, donde la juventud poco apuesta por una relación conyugal; adicionalmente se puede apreciar que más de la mitad de la población con un 56,7 % cuentan con un título o están cursando la universidad, observándose que en la actualidad, la mayoría de personas indiferentemente sean mujeres y hombres, se preocupan por tener un nivel mucho más alto de educación.

Tabla 10.*Datos sociales de los socios encuestados*

Datos sociales del socio		Frecuencia	Porcentaje (%)
Estado civil	Soltero/a	89	58,9
	Casado/a	45	29,8
	En unión libre	4	2,6
	Divorciado/a	11	7,3
	Viudo/a	2,0	1,3
Nivel de educación	Ninguno	0,0	0,0
	Educación primaria	3	2,0
	Educación secundaria	27	17,9
	Técnico o tecnológico	12	7,9
	Educación universitaria	87	56,7
	Posgrado	22	14,6

6.1.2.3. Datos económicos. La Tabla 11 muestra que el 49,7 % de los socios son empleados públicos y privados y el 38,4 % son laboralmente independientes, es decir, se dedican a sus propios emprendimientos, esta circunstancia toma fuerza a raíz de la pandemia, puesto que, la mayoría de las personas buscaron alguna forma de sobrevivir creando y desarrollando muchos negocios. También, se observa un rango de ingresos mensuales entre 20 a 1 000 dólares con un porcentaje de 72,8 % de toda la población encuestada, además existe un 51,7 % de las personas encuestadas que no cuentan con vivienda propia debido a que sus

ingresos son los limitados, es por ello que, no cuentan con una capacidad de pago adecuada como para acceder a una vivienda, y por último se observa un nivel bajo de ahorros puesto que la mayoría destina entre un 5 % a 10 % para este rubro. Adicionalmente, se cita que el 19,9 % de los socios encuestados no generan ningún tipo de ahorro.

Tabla 11.

Datos económicos de los socios encuestados

Datos económicos del socio		Frecuencia	Porcentaje (%)
Situación laboral	Empleado público	40	26,5
	Empleado privado	35	23,2
	Independiente	58	38,4
	Otro	18	11,8
Ingresos mensuales	20 a 500	58	38,4
	501 a 1000	52	34,4
	1001 a 1500	21	13,9
	1501 a 2000	12	7,9
	2001 a 2500	4	2,6
	2501 a 4000	4	2,6
Vivienda propia	Si	69	45,7
	No	78	51,7
	Otro	4	2,6
Promedio en porcentaje que ahorra	Hasta el 5%	45	29,8
	Hasta el 10%	32	21,2
	Hasta el 15%	16	10,6
	Hasta el 20%	16	10,6
	Más del 20%	12	7,9
	No ahorra	30	19,9

6.1.3. Relación de los socios con la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”

La Tabla 12 detalla datos de los socios específicamente ligados a la institución; el primer dato muestra que la mayoría de los socios llevan en la institución de 6 meses a 1 año con un 46,4 %; luego se observa que el 39,1 % de los socios utilizan mensualmente los servicios de la cooperativa, ya sea por cobro de su sueldo o muchas de las veces por pago de algún crédito o producto adquirido. En los servicios más utilizados se encuentran los cajeros automáticos con un 28,4 % debido a que son más rápidos y eficientes, por lo que ahorran tiempo y están activos las 24 horas, luego es el servicio de los depósitos y retiros con un 24,3 % y por último las transferencias con 21,3 %, ya que, en la actualidad desde el celular se puede pagar o cobrar en ese mismo instante. Finalmente, con 33,9 % la gente ahorra en la institución el 5% de sus ingresos, y el 30,9% no ahorra nada, debido a que tienen deudas o sus ingresos son lo justo para sobrevivir.

Tabla 12.*Datos institucionales de los socios encuestados*

Datos institucionales del socio		Frecuencia	Porcentaje (%)
Tiempo de ser socio	De 6 meses a 1 año	70	46,4
	De 1 a 3 años	35	23,2
	De 4 a 6 años	17	11,3
	De 7 a 10 años	11	7,3
	De 11 a 20 años	18	11,9
Frecuencia con la que utiliza los servicios	Diariamente	21	13,9
	Semanalmente	47	31,1
	Mensualmente	59	39,1
	Anualmente	24	15,9
Nivel de satisfacción 1: totalmente en desacuerdo 5: totalmente de acuerdo	1	6	4,0
	2	3	2,0
	3	24	15,9
	4	52	34,4
	5	66	43,7
Servicios más utilizados	Cajeros automáticos	104	28,4
	Pago de servicios básicos	43	11,7
	Depósitos y retiros	89	24,3
	Transferencias	78	21,3
	Créditos	23	6,3
Promedio en porcentaje que ahorra en la "Coopmego"	Ahorros e inversiones	29	7,9
	Hasta el 5%	50	33,9
	Hasta el 10%	26	17,4
	Hasta el 15%	12	8,1
	Hasta el 20%	11	7,4
	Más del 20%	4	2,7
	No ahorra	46	30,9

6.1.4. Satisfacción general de los socios de la cooperativa

En la Tabla 13 sobre la satisfacción del socio sobre los servicios ofrecidos por la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Manuel Esteban Godoy Ortega" se destaca que el 43,71 % y el 34,44 % de los socios respondieron con una calificación muy buena de 5 y 4 respectivamente, por otro lado, el 15,89 % manifestaron que la satisfacción es normal con los servicios obtenidos y se sienten bien con la cooperativa. Finalmente, el 5,96 % calificaron que los servicios ofrecidos por la cooperativa son malos y deficientes, debido a que algunos socios requieren de aspectos en la oficina mucho más modernos y otros por atención más personalizada.

Tabla 13.*Satisfacción de los socios con los servicios ofrecidos por la cooperativa*

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nada satisfecho	6	3,97%
Poco satisfecho	3	1,99%
Normal	24	15,89%
Satisfecho	52	34,44%
Muy satisfecho	66	43,71%

6.1.5. Resumen de los datos más importantes del objetivo 1

Podemos destacar que de los socios encuestados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”, se encuentran en una edad entre 18 a 44 años siendo el 41,7 % de toda la población; mayormente los socios son mujeres con un 63,3 % y el 36,4 % hombres; habitando en sectores céntricos como son San Sebastián y El Valle con el 22,5 % y el 21,2 % respectivamente; la mayoría se encuentra soltero/a con el 58,9 % y el 56,7 % tienen educación universitaria, a pesar de esto, el 38,4 % se dedican a emprender o tienen sus propia empresa y el 25,5 % se encuentran actualmente desempleados; esta situación permite contrastar este dato con el 19,9 % de los socios que cuentan solamente con educación primaria y secundaria, continuando se obtiene que los socios subsisten con un salario entre \$501 y \$1000 mensualmente, ahorrando mayormente el 5 %. Finalmente, el 43,7 % de la población está satisfecha con los servicios de la cooperativa, siendo un porcentaje bueno.

6.2. Objetivo 2. Determinar la satisfacción del socio sobre los servicios que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega” mediante el método ServPerf.**6.2.1. Dimensiones del Modelo ServPerf**

A continuación, se detalla el promedio de cada una de las cinco dimensiones del ServPerf mediante la escala de Likert.

6.2.1.1. Elementos tangibles. En la Tabla 14 se muestra el promedio total de las respuestas de los 151 socios en relación a esta dimensión, con una calificación de 4,12 / 5, siendo favorable. La misma está compuesta de 4 preguntas donde habla sobre la innovación de la cooperativa, la buena apariencia de sus empleados y por último si los elementos físicos que la cooperativa ofrece son de buena apariencia. Se puede destacar que el promedio más alto dentro de esta dimensión se encuentra en la buena apariencia del personal de la cooperativa

con un promedio de 4,28, esto debido a que, los miembros de la cooperativa deben estar siempre bien vestidos y con una buena presencia ya que representan a la cooperativa. Seguido de las puntuaciones de 4,12 y 4,09, que evidencian la buena calificación que los socios otorgan hacia la cooperativa, asegurando que la cooperativa está en constante desarrollo, tanto de sus instalaciones como de sus equipos. En resumen, los socios están satisfechos con los elementos tangibles que ofrece la cooperativa, aumentando la confianza y lealtad hacia la misma.

Tabla 14.

Promedio de percepciones sobre la dimensión de los elementos tangibles

Aspectos	1			2			3			4			5			PT	FT	PF
	Nada Satisfecho			Poco Satisfecho			Normal			Satisfecho			Muy Satisfecho					
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P			
Equipos modernos	8	1	8	4	2	8	28	3	84	52	4	208	59	5	295	603	151	3,99
Instalaciones modernas y confortables	6	1	6	4	2	8	22	3	66	53	4	212	66	5	330	622	151	4,12
Buena apariencia del personal	5	1	5	2	2	4	18	3	54	46	4	184	80	5	400	647	151	4,28
Elementos visibles visualmente atractivos	4	1	4	7	2	14	25	3	75	50	4	200	65	5	325	618	151	4,09
Total																		4,12

6.2.1.2. Fiabilidad. En la Tabla 15 se muestra el promedio total de las respuestas de los socios sobre la dimensión con una calificación promedio de 3,71 / 5. Esta dimensión habla sobre afirmaciones de la cooperativa, el tiempo empleado y si la cooperativa se esfuerza por tener menos errores. En este caso, los socios se encuentran satisfechos con el ámbito del tiempo de servicio empleado, teniendo un promedio de 4,01, esto debido a que, algunas personas van con el tiempo justo a pedir un servicio o producto de la cooperativa. Con los demás promedios todos superan el 3, siendo estos promedios normales, aun así, se concluye que los socios están satisfechos con la fiabilidad de la cooperativa.

Tabla 15.*Promedio de percepciones sobre la dimensión de la fiabilidad*

Escala	1			2			3			4			5			PT	FT	PF	
	Nada satisfecho			Poco satisfecho			Normal			Satisfecho			Muy Satisfecho						
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P				
“Cuándo la cooperativa promete, cumple”.	6	1	6	6	2	12	36	3	108	49	4	196	54	5	270	592	151	3,92	
“Cuándo un socio tiene algún problema, la cooperativa muestra interés”.	7	1	7	12	2	24	34	3	102	48	4	192	50	5	250	575	151	3,81	
“La cooperativa brinda un buen servicio solo al principio”.	34	1	34	15	2	30	38	3	114	31	4	124	33	5	165	467	151	3,09	
¿El tiempo empleado en brindar un servicio es el correcto?	6	1	6	8	2	16	24	3	72	53	4	212	60	5	300	606	151	4,01	
¿La cooperativa se esmera por corregir sus errores?	4	1	4	6	2	12	41	3	123	49	4	196	51	5	255	590	151	3,91	
Total																			3,71

6.2.1.3. Capacidad de respuesta. En la Tabla 16 se evidencia el promedio total de las respuestas de los socios sobre esta dimensión con una calificación promedio de 3,94 / 5. Esta dimensión se refiere al tiempo, eficiencia, disposición de ayudar y capacidad de respuesta de los empleados. De los aspectos mencionados en esta dimensión los socios están satisfechos con los servicios brindados por lo empleados, ya que, por ética de la cooperativa deben brindar una buena atención independientemente del servicio, así atraen muchos más socios y la lealtad de los mismos hacia la cooperativa aumenta.

Tabla 16.*Promedio de percepciones sobre la dimensión de la capacidad de respuesta*

Escala	1			2			3			4			5			PT	FT	PF	
	Nada satisfecho			Poco satisfecho			Normal			Satisfecho			Muy Satisfecho						
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P				
Tiempo en un servicio.	7	1	7	8	2	16	32	3	96	52	4	208	52	5	260	587	151	3,89	
Servicios rápidos y eficientes.	5	1	5	8	2	16	21	3	63	60	4	240	57	5	285	609	151	4,03	
Disposición de ayudar.	5	1	5	9	2	18	28	3	84	47	4	188	62	5	310	605	151	4,01	
Empleados con tiempo para ayudar.	8	1	8	11	2	22	34	3	102	46	4	184	52	5	260	576	151	3,81	
Total																			3,94

6.2.1.4. Seguridad. En la Tabla 17 se visualiza el promedio total de las respuestas de los socios sobre esta dimensión con un 4,14 / 5 siendo una calificación aceptable y que se relaciona con la confianza, las transacciones seguras, la amabilidad y el conocimiento de los empleados de la cooperativa para atender las diferentes inquietudes de los socios. Se puede mencionar que el promedio más alto se encuentra en las transacciones seguras de la cooperativa con un 4,23, esto debido a que, la misma lleva más de 40 años en el mercado, solidificando una trayectoria impecable y también certificada por Summa Ratings con la “Categoría A” que significa que la institución tiene un récord financiero sólido. Seguido de la amabilidad y el conocimiento de los empleados con un 4,15 y 4,13 respectivamente, ya que, recibir un buen trato y respuestas afirmativas con coherencia y efectividad sobre cualquier servicio, es lo que hace que los socios se sientan seguros con la cooperativa. Por último, pero no menos importante, se encuentra la confianza que transmiten los empleados, siendo un indicador alto, porque los empleados tratan de dar el mejor trato, para que se genere esta confianza socio-empleado.

Tabla 17.*Promedio de percepciones sobre la dimensión de la seguridad*

Escala		1			2			3			4			5			PT	FT	PF	
Pregunta		Nada satisfecho			Poco satisfecho			Normal			Satisfecho			Muy satisfecho						
		F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P				
Transmiten confianza los empleados.		5	1	5	6	2	12	29	3	87	46	4	184	65	5	325	613	151	4,06	
Seguridad en las transacciones.		4	1	4	5	2	10	22	3	66	42	4	168	78	5	390	638	151	4,23	
Empleados amables.		3	1	3	10	2	20	19	3	57	48	4	192	71	5	355	627	151	4,15	
Conocimiento adecuado de los empleados.		3	1	3	5	2	10	26	3	78	53	4	212	64	5	320	623	151	4,13	
																	Total			4,14

6.2.1.5. Empatía. En la Tabla 18 se muestra el promedio total de las respuestas de los socios sobre esta dimensión con un 4,04 / 5 siendo una calificación muy buena. Detalla la atención, el tiempo, preferencias del socio y empatía con las necesidades. Principalmente los socios están satisfechos con los horarios de la cooperativa, ya que, son convenientes y accesibles; mencionando que la oficina con más flujo de personas es la matriz; los horarios son de lunes a viernes de 08h30 a 18h00, sábado de 08:30 a 16h00, domingo de 08h30 a 13h00 y un plus que le da la cooperativa es atender en feriado de 08h00 a 13h00, una ventaja al igual que las demás instituciones financieras es que no se detiene la atención en horarios de almuerzo, ya que, la mayoría de personas tienen el tiempo libre en ese momento del día. También lo que valoran los socios de la cooperativa es la atención personalizada y especializada que brindan los empleados, porque si mejor tratan a sus clientes, las recomendaciones serán mayores y crecerá la demanda.

Tabla 18.*Promedio de percepciones sobre la dimensión de la empatía*

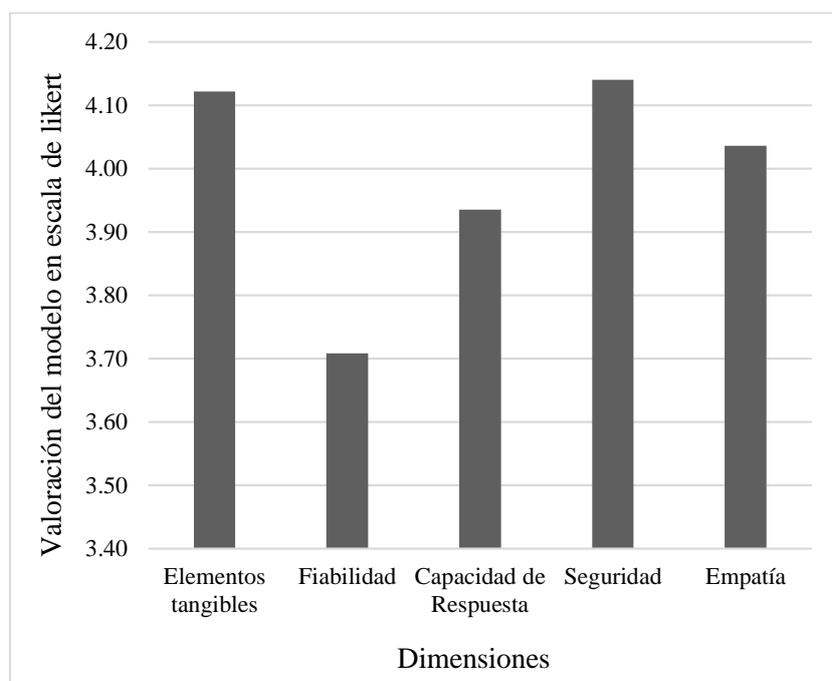
Pregunta	1			2			3			4			5			PT	FT	PF
	Nada satisfecho			Poco satisfecho			Normal			Satisfecho			Muy satisfecho					
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P			
Atención personalizada	3	1	3	7	2	14	33	3	99	43	4	172	65	5	325	613	151	4,06
Horarios convenientes	5	1	5	9	2	18	24	3	72	41	4	164	72	5	360	619	151	4,10
Atención especializada	5	1	5	8	2	16	23	3	69	55	4	220	60	5	3003	610	151	4,04
Preocupación por preferencias	7	1	7	6	2	12	33	3	99	47	4	188	58	5	290	596	151	3,95
Necesidades específicas	3	1	3	9	2	18	35	3	105	49	4	196	55	5	275	597	151	3,95
Total																	4,04	

6.2.1.6. Resumen de promedios. En la Figura 10, se pueden observar los promedios generales de las cinco dimensiones que son parte del modelo ServPerf. Se ve que las dimensiones con mayor promedio son las de elementos tangibles y seguridad, esto debido a que, por parte de los elementos tangibles la cooperativa se preocupa por evolucionar día tras día sus oficinas y elementos en sí; por parte de la seguridad, es una seguridad plena ya que, si observamos en la matriz existen guardias suficientes y también poseen un Circuito Cerrado de Televisión (CCTV) para cubrir cada sector de la misma.

La empatía permitió apreciar que los socios están conformes con el trato que brindan los empleados y la disposición en general que tienen para brindar cualquier servicio o resolver cualquier inquietud. Finalmente, está la capacidad de respuesta y como último la fiabilidad, teniendo un menor porcentaje, pero de igual manera siendo positivo, mostrando que el tiempo empleado en cada servicio hacia los socios y la fiabilidad que brinda la cooperativa es correcta.

Figura 10.

Percepción promedio por dimensiones



6.2.2. Correlaciones del Modelo ServPerf

A continuación, se presenta las correlaciones de la satisfacción en general de los socios sobre la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega” frente a las cinco dimensiones que presenta el modelo ServPerf.

6.2.2.1. Elementos tangibles con la calidad del servicio. En la Tabla 19 se tiene que la relación que existe entre los elementos tangibles y la satisfacción del socio tienen una correlación positiva media, lo que quiere decir que, los elementos tangibles influyen en la satisfacción del socio; mientras sigan mejorando los elementos tangibles, el servicio que ofrezca la cooperativa será mucho más llamativo y aumentará la satisfacción de los socios, ya que las personas desean un ambiente agradable donde puedan adquirir los servicios.

Tabla 19.

Correlación de la dimensión de elementos tangibles con la calidad del servicio

Coefficiente de Spearman	Observaciones	P-valor	Conclusión
0,500**	151	0,000	Significativo al 99%

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

6.2.2.2. Fiabilidad con la calidad del servicio. En la Tabla 20 se observa que, aunque no se aproxima mucho al 1 existe una relación significativa con un coeficiente de 0,446. Mientras aumente la fiabilidad, aumentara la satisfacción de los socios. La cooperativa conlleva

una buena fiabilidad estableciendo sistemas de control de calidad y la mejora continua del personal, manteniendo y aumentando la confianza de la capacidad que tiene la cooperativa para cumplir con los servicios.

Tabla 20.

Correlación de la dimensión de fiabilidad con la calidad del servicio

Coefficiente de Spearman	Observaciones	P-valor	Conclusión
0,446**	151	0,000	Significativo al 99%

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

6.2.2.3. Capacidad de respuesta con la calidad del servicio. En la Tabla 21 se visualiza que la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los socios es fuerte y significativa, porque cuenta con un coeficiente de correlación de Spearman de 0,519, indicando una relación positiva normal entre ambas variables, mencionando que, a mayor capacidad de respuesta, mayor será la satisfacción de los usuarios con los servicios de la cooperativa. Todo esto debido a que se observa un servicio eficiente y rápido, lo cual para los socios es un aspecto positivo aumentando su satisfacción; la eficacia para resolver problemas e inquietudes hace que los usuarios se sientan importantes para la cooperativa; ampliando y desarrollando una mejor comunicación empleado-socio, y haciendo que se reduzcan errores y problemas entre los mismos, formando adicionalmente valores como la transparencia y compromiso.

Tabla 21.

Correlación de la dimensión de capacidad de respuesta con la calidad del servicio

Coefficiente de Spearman	Observaciones	P-valor	Conclusión
0,519**	151	0,000	Significativo al 99%

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

6.2.2.4. Seguridad con la calidad del servicio. En la Tabla 22 se presenta una relación fuerte entre la seguridad y la satisfacción, lo que indica que, al mejorar la percepción de seguridad, mejorará también la satisfacción del socio. En esta dimensión, la cooperativa se preocupa mucho por la seguridad de sus socios, brindando una confianza dentro de sus instalaciones con personas de seguridad y la amplia red de cámaras de vigilancia, con la que cuentan.

Tabla 22.

Correlación de la dimensión de seguridad con la calidad del servicio

Coefficiente de Spearman	Observaciones	P-valor	Conclusión
0,541**	151	0,000	Significativo al 99%

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

6.2.2.5. Empatía con la calidad del servicio. En la Tabla 23 se puede apreciar que entre los datos existe una relación fuerte y significativa, es decir, que si la empatía por parte de la cooperativa mejora, mejorará también la satisfacción con los servicios. La cooperativa en esta dimensión cumple con los parámetros, ya que, capacita constantemente a sus empleados, fomenta una cultura organizacional y diseña procesos que brindan una atención personalizada.

Tabla 23.

Correlación de la dimensión de empatía con la calidad del servicio

Coefficiente de Spearman	Observaciones	P-valor	Conclusión
0,531**	151	0,000	Significativo al 99%

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

6.2.3. Resumen de los datos más importantes del objetivo 2

Midiendo la calidad del servicio mediante el modelo ServPerf, se observa que los socios en gran parte están satisfechos con la cooperativa. Teniendo un primer promedio de 4,12/5 de los elementos tangibles destacando la apariencia del personal y lo modernas que son sus instalaciones; la siguiente es fiabilidad obtuvo 3,71/5 siendo un promedio bueno para la eficiencia del servicio, siendo el promedio más bajo de entre todas las dimensiones; la capacidad de respuesta con 3,94/5 refleja la disposición y rapidez de los empleados de la cooperativa; la seguridad tiene el promedio más alto de las dimensiones, luego de tangibilidad con un 4,14/5, debido a la confianza que demuestra la cooperativa al momento de realizar las transacciones y por último la empatía con un 4,04/5 mostrando que los socios están satisfechos con la atención personalizada y el tiempo empleado para atender a los socios.

6.3. Objetivo 3. Proponer estrategias que fortalezcan la calidad del servicio que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”.

6.3.1. Principales dificultades por dimensión

En la Tabla 24 se ha seleccionado una de las características calculadas anteriormente de cada dimensión, para distinguir donde está la deficiencia de cada una de las mismas y desarrollar estrategias a partir de este punto.

Tabla 24.*Problema identificado por dimensión*

Dimensión	Problema	Descripción
Elementos Tangibles	Equipos modernos	Falta de equipos modernos, para una mejor percepción de la infraestructura de la cooperativa.
Fiabilidad	Atención de calidad “Solo al principio”	La calidad del servicio ha ido disminuyendo con el tiempo, disminuyendo la satisfacción del socio.
Capacidad de Respuesta	Empleados sin tiempo para ayudar	Los empleados de la cooperativa están saturados con sus responsabilidades, por ende, el tiempo se les disminuye para atender eficientemente y con rapidez a los socios.
Seguridad	Confianza empleados-socios	Una mala comunicación, falta de honestidad en los servicios ofrecidos o mayormente experiencias negativas previas.
Empatía	Falta de cumplir necesidades específicas	Falta de conocimiento concreto de los empleados, falta de recursos o falta de comprensión a los socios de sus necesidades.

6.3.2. Estrategia por dimensión

6.3.2.1. Elementos tangibles. En los elementos tangibles se observa que el promedio más bajo es 3,99, siendo la del ámbito de equipos modernos, la menos satisfactoria, ya que, la mayoría de los socios están situados entre 18 a 44 años, siendo una población que apuesta más por los equipos modernos. Por otro lado, la mayoría de los socios ocupan las instalaciones al no poder utilizar la banca móvil, caracterizándose por las personas de la tercera edad, por lo tanto, en la Tabla 25 se enfoca en plantear una estrategia que cambie el mobiliario, para que los mismos tengan satisfacción en este punto:

Tabla 25.*Estrategia para los elementos tangibles*

Estrategia	Renovar los muebles, enseres y fachada de la cooperativa, para aumentar la satisfacción del cliente al momento de asistir a la misma.			
Problema detectado	Falta de mobiliario moderno			
Objetivo	Mejorar la comodidad y salud del socio para que el mismo se sienta bien, hasta que le puedan atender.			
Actividades	Presupuesto	Recursos humanos	Metas	Tiempo
Adquirir Sillas de Espera de Oficina Flip.	\$6961,50	Gerente de operaciones	Comodidad para los socios que están esperando un servicio gracias al espaldar tapizado en malla y brazos regulables	0 a 6 meses
Adquirir Escritorios en L Quattro con cajonera	\$10000,59	Gerente de operaciones	Mejorar el área de servicio para los empleados y los socios	0 a 6 meses
Pintar de nuevo las oficinas con un color blue plate de Sherwin-Williams	\$11,29 (precio por cuarto de pintura)	Gerente de operaciones	Mejorar a través del color la relajación y tranquilidad	Se estima un tiempo de aplicación de 1 mes

Véase. Anexo B, Anexo C y Anexo D

6.3.2.2. Fiabilidad. En esta dimensión se tiene que el promedio más bajo se encuentra en la afirmación de “la cooperativa brinda un buen servicio solo al principio”, es decir, los socios mencionan que al principio de formar parte de la cooperativa los servicios son de buena calidad y entregados de la mejor manera, pero con el pasar de tiempo ellos notan que este interés de atender de buena manera de parte de los empleados hacia ellos disminuye, es por eso que, en la Tabla 26 se observa la estrategia para mejorar la fiabilidad en los socios:

Tabla 26.*Estrategia para la fiabilidad*

Estrategia	Plantear actividades que ayuden a los empleados y socios a mantener esa conexión entre sí, para que la calidad del servicio siga en crecimiento.			
Problema detectado	Afirmación de “La cooperativa brinda un buen servicio solo al principio”			
Objetivo	Mejorar la comunicación y colaboración entre empleados y socios			
Actividades	Presupuesto	Recursos humanos	Metas	Tiempo
Taller de habilidades blandas	\$500,00	Facilitador interno	Mejorar las habilidades de comunicación entre empleado-socio	2 semanas
Mejora continua de servicios ofrecidos por la cooperativa	\$200,00	Coordinador de experiencia del cliente	Aplicar encuestas sobre la satisfacción del servicio para identificar deficiencias de la cooperativa y su servicio y aplicar soluciones	1 mes
Agregar cajeros inteligentes	\$20.000,00 a \$50.000,00	Responsable de innovación en servicios	Permitir realizar transacciones para agilizar el tiempo de los socios	1 mes

6.3.2.3. Capacidad de respuesta. La presente dimensión menciona que, el promedio más alto se encuentra la pregunta de “¿Los servicios brindados por lo empleados so rápidos y eficientes” y el más bajo está en “¿los empleados no cuentan con demasiado tiempo para atender las inquietudes de los socios?”, porque refieren a que siempre están disponibles los empleados para atender alguna inquietud, esto es sumamente bueno porque la satisfacción del socio sigue creciendo y la confianza en la cooperativa se muestra a través de los socios. En la Tabla 27 se plantea una estrategia que permita seguir desarrollando esta satisfacción en el socio:

Tabla 27.*Estrategia para la capacidad de respuesta*

Estrategia	Fomentar la continua preparación de los empleados y mejora en la atención al cliente, para que así el servicio sea más rápido y eficiente, pudiendo atender las diferentes inquietudes de cada uno de los socios, y no mantenerlos esperando por demasiado tiempo			
Problema detectado	Los empleados no cuentan con demasiado tiempo para atender las inquietudes			
Objetivo	Seguir fomentando la eficacia en los empleados y los servicios de la cooperativa			
Actividades	Presupuesto	Recursos humanos	Metas	Tiempo
Taller de gestión del tiempo para los empleados	\$500,00	Facilitador interno	Aumentar la productividad de los empleados y aprender a gestionar un equilibrio entre el trabajo y su vida privada	3 meses
Contratar personal, para servicios adicionales	\$800,00	Analista de datos	Identificar en que periodos de la jornada laboral existe mayor demanda	3 meses
Crear un software para programar citas	\$250,00	Gerente de Tecnologías de la información	Lograr que el 70% de los socios se adapte a esta manera de tomar turno por la página web	1 año

6.3.2.4. Seguridad. En esta dimensión el promedio más bajo es de 4,09 y se encuentra en la cuestión de “¿Transmite confianza el comportamiento de los empleados hacia usted?”, a pesar de ser el más bajo, en una escala del 1 al 5, es muy próximo a ser excelente. En la Tabla 28 se plantea una estrategia que ayude a mantener y mejorar la confianza empleado-socio:

Tabla 28.*Estrategia para la seguridad*

Estrategia	Impulsar la sincera y honesta comunicación entre los empleados y socios para desarrollar y mantener una confianza mutua.			
Problema detectado	Confianza entre empleados y socios			
Objetivo	Desarrollar un crecimiento en la transparencia y la buena comunicación mediante la realización de actividades el aumento de la confianza de los socios en la cooperativa			
Actividades	Presupuesto	Recursos humanos	Metas	Tiempo
Eventos de integración en jornadas de puertas abiertas	\$250,00	Equipo de recursos humanos	Mejorar la interacción empleado-socio	2 días
Capacitación de servicio al cliente en áreas de servicio	\$500,00	Facilitador interno	Disminuir el tiempo de respuesta de las inquietudes de los socios	1 mes
Encuestas de satisfacción	\$250,00	Analista de datos	Crear canales de retroalimentación para observar las inquietudes y sugerencias de los socios	3 meses

6.3.2.5. Empatía. En la última dimensión se observa que el promedio más bajo recae en la pregunta de “¿La cooperativa comprende sus necesidades específicas?”, por lo tanto, las deficiencias pueden ser en no tener una buena comunicación o falta de capacitación del personal. En la Tabla 29 se plantea una estrategia para ayudar a mejorar la satisfacción del socio, al momento que sean resueltas sus necesidades específicas.

Tabla 29.*Estrategia para la empatía*

Estrategia	Desarrollar una vista personalizada para observar y satisfacer de mejor manera las necesidades específicas de cada socio, aumentando la satisfacción y calidad del servicio ofrecido por la cooperativa			
Problema detectado	No satisfacer necesidades específicas de los socios			
Objetivo	Aumentar la satisfacción de los socios en un corto plazo, aplicando una atención más personalizada y concretando soluciones adaptadas a cada necesidad específica de los socios			
Actividades	Presupuesto	Recursos humanos	Metas	Tiempo
Asesoramiento personalizado	\$750,00	Asesor del cliente	Ayudar a los socios a cumplir sus necesidades específicas con sesiones privadas	6 meses
Estudio de servicios y productos más específicos	\$1.250,00	Analista de datos	Poder resolver problemas concretos de los socios en menos tiempo	3 meses
Capacitación del personal en servicios específicos	\$500,00	Facilitador interno	Mejorar el conocimiento y personalidad de los empleados para atender de mejor manera a los socios	3 meses

7. Discusión

La satisfacción de los socios es parte fundamental en las instituciones financieras, en este caso de la cooperativa, ya que, procurando la calidad de los servicios ofrecidos, se mantendrá la confiabilidad y fidelidad de estos, haciendo crecer la cooperativa y sea sostenible en el mercado.

En la investigación realizada por la Cooperativa de ahorro y crédito "Juventud Ecuatoriana Progresista" Ltda (2023) se observa que en este año existió 674 713 socios de sexo femenino, 761 747 socios de sexo masculino y 4 532 de personas jurídicas y tomando en cuenta el informe del consejo de Administración menciona que la Cooperativa JEP tiene un total de activos de \$ 2 mil millones de dólares (Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP, 2023). En cambio, la Coopmego obtuvo en el 2023 un número de socios de sexo femenino de 142 000 y 129 536 socios de sexo masculino, esto debido a que se incrementaron los activos a \$ 400 millones de dólares, que le representó un crecimiento anual de 3,3 %, por lo que no se concuerda con la presente investigación ya que la cooperativa JEP tiene números mucho más altos que la Coopmego.

Sobre la satisfacción de la calidad del servicio y las dimensiones que se encuentran más satisfechos los clientes se tiene que Fragoso y Espinosa (2017) mencionan que mayormente están satisfechos con la dimensión de los elementos tangibles. Vásquez (2017) también dice que los consumidores de servicios en restaurantes se encuentran en gran parte satisfechos con los elementos tangibles, empatía y capacidad de respuesta. Rodríguez y Yaguana (2018) ratifican que las personas también se encuentran satisfechas con los elementos tangibles, la empatía y la seguridad. En la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Padre Julián Lorente" Navarrete (2019) menciona que los socios están satisfechos con la calidad del servicio ofrecido en dimensiones como elementos tangibles, fiabilidad y empatía; y en menor satisfacción, las dimensiones como seguridad y la capacidad de respuesta.

Como siguiente Ordóñez (2019a) con su estudio realizado en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Educadores de Loja" concluye que, las dimensiones con la que más están satisfechos los socios y se relaciona con la calidad del servicio son las de empatía, seguridad y elementos tangibles, existiendo una correlación positiva considerable entre las dimensiones y la calidad del servicio. Sin embargo, es necesario aclarar que los datos y la satisfacción de los clientes, socios o personas en general sobre la calidad de los servicios ofrecidos en las diferentes dimensiones son distintas de acuerdo con el lugar o sector enfocado. Las investigaciones por lo tanto concluyen que la mayoría de personas están mayormente satisfechos con la dimensión

de los elementos tangibles en si porque esta dimensión abarca más el ámbito visual, como las infraestructuras de los lugares, los colores, y las cosas tangibles que pueda ofrecer en general.

Entre las limitaciones encontradas está la poca disposición de colaboración de los socios de la cooperativa, debido principalmente a la desconfianza de los socios, esto es entendible, ya que, actualmente no se puede dar datos personales, sin embargo, se explicaron los objetivos y el fin de la investigación, aumentando la confianza y participación de los socios.

Finalmente se recomienda a futuras investigaciones ampliar los estudios de la calidad de los servicios en otras cooperativas y en otros sectores, como por ejemplo el de alojamiento, servicios de comida o a empresas, etc. Con la finalidad de conocer cómo perciben los clientes el servicio ofrecido e identificar los puntos débiles para poder proponer estrategias que ayuden a mejorar estos puntos y los sectores o empresas sean sostenibles.

8. Conclusiones

De los resultados obtenidos con respecto a la calidad del servicio en la cooperativa de ahorro y crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega” de la ciudad de Loja, a través del modelo ServPerf, se concluye que:

1. Dentro de la cooperativa mayormente existen socios con una edad entre los 18 a 44 años; gran parte son mujeres y residen en el centro de la ciudad; tienen una educación universitaria siendo la mayoría emprendedores o dueños de sus propios negocios con un ingreso mensual que oscila entre los \$501 a \$1000.
2. De las cinco dimensiones que presenta el modelo ServPerf, utilizando la escala de Likert se concluye que, los socios están mayormente satisfechos con la seguridad, elementos tangibles y la empatía, con promedios sobre 5 de 4,14, 4,12 y 4,04 respectivamente. Luego, la capacidad de respuesta y la fiabilidad con un 3,94 y 3,71 cada una. Adicionalmente y con respecto a las correlaciones, se observa que todas las variables del modelo ServPerf tienen coeficientes de 0,500, 0,446, 0,519, 0,541 y 0,531 cada uno, lo que indica que son significativas al 99 % con la satisfacción de la calidad de los servicios ofrecidos por la cooperativa.
3. Se propuso estrategias que ayuden a mejorar la eficiencia y la calidad del servicio principalmente en las que tienen un promedio más bajo, algunas de ellas generalmente como: adquirir muebles y mejorar la infraestructura, talleres de habilidades y capacitación del personal, contratación de nuevos empleados y por último eventos y estudios que involucren más la convivencia empleado-socio.

9. Recomendaciones

1. A la cooperativa que se compone principalmente de socios de sexo femenino y de profesionales jóvenes se le recomienda priorizar y enfocarse más en los productos y servicios específicos, potenciar canales de comunicación digitales, desarrollar actividades donde los socios participen mucho más y por último impulsar la responsabilidad social y ambiental.
2. Se recomienda impulsar el desarrollo de la infraestructura y equipamiento, el desarrollo del capital humano, optimizar de una mejor manera la gestión de los recursos humanos para potenciar de mejor manera cada departamento de la cooperativa, fomentar la comunicación empleado-socio y por último realizar un seguimiento concreto del impacto positivo o negativo que se obtuvo con las estrategias.
3. Finalmente, se sugiere seguir impulsando las dimensiones con mayor puntuación y a corto plazo mejorar las dimensiones de menor puntuación, a través de seguimientos periódicos, planes de acción y capacitación en los diferentes puntos de la cooperativa.

10. Bibliografía

- Aiteco Consultores. (2012). *En qué consiste el modelo ServQual de calidad del servicio*.
<https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- Aiteco Consultores. (2014, junio). *SERVPERF: una alternativa en la Medición de la Calidad de Servicio*. <https://www.aiteco.com/servperf-una-alternativa-al-servqual/>
- Alianza Cooperativa Internacional. (2024). ACI. *¿Qué es una cooperativa?*
<https://n9.cl/2gsy8>.
- Alzueta, J. (2012). *Sistemas de gestión de la calidad* [Tesis de licenciatura, Escuela Técnica Superior de Ingenieros Técnicos Industriales y de Telecomunicación].
<https://core.ac.uk/download/pdf/10851013.pdf>
- Annherys, P., Jaiham, H., & García, J. N. (2015). Decision Making: A Challenge to Create Competitive Advantage In Gourmet Food Distribution. *Desarrollo Gerencial Barranquilla*. En Línea, 7(2), 100-118. <https://doi.org/10.17081/dege.7.2.1183>
- Asmundson, I. (2011, marzo). *¿Qué son los servicios financieros? Vuelta a lo esencial*.
<https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2011/03/pdf/basics.pdf>
- Babić-Hodović, V., Arslanagić-Kalajdžić, M., Banda, A., & Sivac, A. (2019). Ipa and Servperf quality conceptualisations and their tole for satisfaction with hotel services. *Rvatskih Znanstvenih I Stručnih Časopisa*, 25. <https://doi.org/10.20867/thm.25.1.4>
- Banco Internacional. (2014, marzo 6). *¿Qué es la intermediación financiera?* - Banco Internacional. <https://bancointernacional.com.ec/que-es-la-intermediacion-financiera/>
- Banco Internacional. (2022, agosto 8). *¿Qué es la Banca Privada?* Banco Internacional.
<https://www.bancointernacional.com.ec/que-es-la-banca-privada/>
- Base legal. (s. f.). Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Recuperado 24 de abril de 2024, de <https://www.seps.gob.ec/base-legal/>
- BBVA. (s. f.). *¿Qué son los productos financieros y cuáles son?* Recuperado 26 de abril de 2024, de <https://acortar.link/xGdTgT>
- Casilher, A. (2013, 6 mayo). Sistema financiero. *El Blog de Economía*.
<https://acortar.link/f2CAIq>
- Cepal. (2024). *Gobierno corporativo*. Naciones Unidas.
<https://www.cepal.org/es/subtemas/gobierno-corporativo#>
- Código Orgánico Monetario y Financiero [COMYF]. Ley 332 de 2014. 12 de Septiembre de 2018 (Ecuador). <https://www.cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2018/08/COMF.pdf>

Cooperativa de ahorro y crédito “Juventud Ecuatoriana Progresista” Ltda. (2023). *jep.coop*.
Obtenido de jep.coop: <https://acortar.link/xK6ejF>

Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP. (s. f.). *Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP*.
Recuperado 28 de abril de 2024. <https://www.jep.coop/la-jep/institucion/informes>

Coopmego. (2024). *Conoce la institución*. Recuperado 23 de mayo de 2024, de
<https://coopmego.com/conoce-la-institucion>

CoopMego. (2024, marzo). *Memoria Institucional 2023*. Recuperado 26 de abril de 2024, de
<https://n9.cl/3dp2o>

CoopMego. (s. f.). Conoce la institución. Coopmego Cooperativa de Ahorro y Crédito
Recuperado 22 de abril, de <https://coopmego.com/conoce-la-institucion>

Cuatrecasas, L. (2012). *Gestión de la Calidad*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.

Depositphotos. (11d. C., julio). *Mapa de Loja. Ecuador*. Depositphotos.
<https://depositphotos.com/es/photo/map-of-loja-ecuador-49446337.html>

Dueñas, R. (2008). Introducción al sistema financiero y bancario. <https://n9.cl/52u1>

Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición.
Innovar, 15(25), 64-80. Recuperado el 4 de Noviembre de 2018, de
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802505>

EC. 2008. Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial 449, 20 de octubre.

El Colombiano. (2019). *Socio o cliente, esa es la diferencia*. <https://acortar.link/M4FDC6>

Evans, J., y Lindsay, W. (2015). *Administración y control de la calidad*. México: Cengage
Learning Editores. <https://acortar.link/qvQngG>

Fragoso, J. T., y Espinoza, I. L. (2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los
servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. *Contaduría y Administración*,
62(4), 1270-1293. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.01.009>

Gómez, A. J. L., Choca, D. B. C., y Ponce, B. M. C. (2020). Calidad y servicio al cliente en
una cooperativa de ahorro y crédito del cantón Riobamba. *Uniandes EPISTEME*, 7(4),
476-487. <https://acortar.link/Gk8MHI>

Gordon, D. L. P., y Parrales, L. D. U. (2018). *Modelo de Servicios de Calidad para el Sector
Cooperativo del Segmento 1 Zonal 3*. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/27654>

Govern de les Illes Balears. (2023). Los socios de una cooperativa. Caib. Recuperado 20 de
abril, de <https://n9.cl/2ctb8>

Guijarro, R. (2014). *Los equipos de alto rendimiento como instrumento de la gestión del
conocimiento en las organizaciones del sector público* [Tesis Doctoral].

- Hernández, J., Espinosa, F., Rodríguez, J., Chacón, J., Toloza, C., Arenas, M., Carrillo, S., y Bermúdez, V. (2018). Sobre el uso adecuado del coeficiente de correlación de Pearson: definición, propiedades y suposiciones. *Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 37(5), 587-601.
<https://www.redalyc.org/journal/559/55963207025/55963207025.pdf>
- Hernández, R. (2014). *Metodología de investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2018). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
<https://acortar.link/81BdZJ>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2017). Memorias, reconstruyendo las cifras luego del sismo. En *Ecuadorencifras*. Sempértegui, B. <https://acortar.link/qaq2Tx>
- Jiménez, G., Hernández, L., Hernández, H., Cabas, L., & Ferreira, J. (2018). Evaluation of quality management for strategic decision making in companies in the plastic sector of the Colombian Caribbean Region using the TQM Diagnostic Report and data analysis. En *HCI International 2018 – Posters' Extended Abstracts* (1.^a ed., Vol. 852, pp. 273-281). Stephanindis, Constantine. https://doi.org/10.1007/978-3-319-92285-0_38
- Lahura, E. (2003). *El coeficiente de correlación y correlaciones espúreas* [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica de Perú]. <https://acortar.link/MMEyXa>
- Mankiw, G. (2012). *Principios de economía* (6.^a ed.). Cengage Learning Editores.
<https://acortar.link/IAX5Tx>
- Martínez, A. (2013). Aplicación del modelo ServPerf para medir la calidad del servicio entre la organización y el cliente industrial. *Universidad Nacional de Colombia*.
<https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/51652>
- Merino, J. (1999). *La calidad de servicio bancario: entre la fidelidad y la ruptura* [Universidad Complutense de Madrid].
<https://webs.ucm.es/BUCM/tesis/19972000/S/2/S2034501.pdf>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (s. f.). *Loja*. El Nuevo Ecuador. Recuperado 1 de mayo de 2024, de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/loja/>
- Muguirra, A. (2023, 12 junio). *¿Qué es la escala de Likert y cómo utilizarla?* QuestionPro.
<https://n9.cl/dv591>
- Narváez, M. (2023, 26 junio). *Método inductivo: Qué es, características y ejemplos*. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-inductivo/>

- Narváez, M. (2023, junio 19). *Método deductivo: Qué es y cuál es su importancia*.
QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-deductivo/>
- Narváez, M. (2024, 5 febrero). *¿Qué es la validez y confiabilidad en la investigación?*
QuestionPro. <https://n9.cl/4h4ft3>.
- Navarrete, G. (2019). *Análisis de la Calidad del Servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Padre Julián Lorente Mediante el ServPerf* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Loja].
<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/22087>
- ODS Territorio Ecuador. (2018). Logros y desafíos del Ecuador en la implementación de los ODS. Boletín Informativo Panorama Sostenible. Tomo 5. Quito: Grupo FARO.
<https://n9.cl/8ilc6>
- Oliva, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR*, 15(25), 64-80. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802505>
- Ordóñez, L. (2019). *Evaluación de la calidad en el servicio ofrecido por la cooperativa de ahorro y crédito «Educadores de Loja desde la perspectiva del socio a través del ServPerf»* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Loja].
<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/22191>
- Ortega, C. (2023, 19 junio). *Método analítico: Qué es, para qué sirve y cómo realizarlo*.
QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-analitico/>
- Ortega, C. (2023, julio 27). *Modelo SERVQUAL: Qué es y cómo implementarlo para mejorar la calidad de tus servicios*. QuestionPro. <https://acortar.link/FLLhBO>
- Ortega, C. (2023, junio 19). *Canales de atención al cliente: Definición, tipos y ejemplos*.
QuestionPro. <https://acortar.link/2Sxdwe>
- Parra, A. (2023, 25 febrero). *¿Qué es el coeficiente de correlación de Spearman?*
QuestionPro. <https://n9.cl/m5pvt>.
- Ramón, S. (2017). Economía Popular y Solidaria, República del Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 3(4). <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- Ramos, C. (2023, 16 febrero). La importancia de la calidad en las empresas.
Firmaprofesional.
- Ramos, E., Mogollón, F., Santur, M. y Cherre, I. (2020). El modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 417-423. Recuperado en 06 de mayo de 2024, de <https://acortar.link/NwCjWR>.

- Rodríguez, C., & Yaguana, M. (2018). *Medición del nivel de satisfacción de los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Quilanga Ltda. del cantón Quilanga, provincia de Loja, para el año 2016*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Loja]. <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/20327>
- Ruiz, L. (2019, mayo). *Alfa de Cronbach (α): qué es y cómo se usa en estadística*. Psicología y Mente. <https://psicologiyamente.com/miscelanea/alfa-de-cronbach>
- Salesforce. (2023). *Atención al cliente*. <https://n9.cl/hvzuj>
- Sánchez, F. A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 101-122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Tapia, E. (2023, 10 noviembre). *Cooperativas pequeñas afrontan más riesgos de entrar en liquidación*. Primicias. <https://acortar.link/NnILpk>
- Thompson, I. (2009) Definición de cliente. Recuperado el 30 de agosto de 2013, de la fuente: <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Torres, J. T., y Luna, I. L. (2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. *Contaduría y Administración*, 62(4), 1270-1293. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.01.009>
- Universidad de Guanajuato. (2021, 13 diciembre). *Definición del alcance de la investigación que se realizará: exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo*. Nodo Universitario. <https://n9.cl/15ipz>
- Vaidya, R., y Yogi, S. (2022). Opinion on Service Performance (SERVPERF) of Online Shopping Delivery in Nepal. *ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 94-102. <https://doi.org/10.35877/soshum630>
- Vásquez, J. (2017). *Percepción de la calidad de servicio en los restaurantes de los hoteles de cuatro estrellas en Miraflores* [Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://acortar.link/wcGpYo>
- Velázquez, A. (2023, 6 febrero). *¿Qué es la investigación correlacional?* QuestionPro. <https://n9.cl/pr9wj>.
- Vigo, P. (2015). *Análisis de la calidad en la distribución comercial minorista mediante el modelo SERVPERF: los casos de Mercadona y DIA* [Tesis de grado, Universidade da Coruña]. <http://hdl.handle.net/2183/16365>

11. Anexos

Anexo A.

Matriz de dimensiones

Objetivos	Herramienta	Preguntas		
Objetivo N°1: Caracterizar los socios y servicios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”.	Entrevista	1. ¿Cuáles son los tipos de productos y servicios que ofrece la Coopmego? 2. ¿Cuánto es el tiempo promedio en atender a un socio? 3. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan en cuanto a la gestión del tiempo en productos y servicios? 4. ¿Cuáles son los estándares de calidad que la entidad sigue? 5. ¿Cómo se monitorea y se asegura la calidad de los productos y servicios durante todo el proceso? 6. ¿Qué medidas toman para garantizar la satisfacción del socio en términos de calidad?		
	Encuesta	Dimensiones	Preguntas	Escala de Respuesta
		Demográfica	1. ¿Cuál es su edad?	<input type="radio"/> 18 a 24 <input type="radio"/> 25 a 44 <input type="radio"/> 45 a 64 <input type="radio"/> 65 en adelante
			2. ¿Cuál es su sexo?	<input type="radio"/> Hombre <input type="radio"/> Mujer
			3. ¿A qué parroquia pertenece?	<input type="radio"/> El Sagrario <input type="radio"/> Sucre <input type="radio"/> El Valle <input type="radio"/> San Sebastián <input type="radio"/> Punzara <input type="radio"/> Carigán
		Social	4. ¿Cuál es su estado civil?	<input type="radio"/> Soltero/a <input type="radio"/> Casado/a <input type="radio"/> En unión libre <input type="radio"/> Divorciado/a <input type="radio"/> Viudo/a
			5. ¿Cuál es su nivel de educación?	<input type="radio"/> Ninguno <input type="radio"/> Educación primaria <input type="radio"/> Educación secundaria <input type="radio"/> Técnico o tecnológico <input type="radio"/> Educación universitaria <input type="radio"/> Posgrado
	6. ¿Cuál es su situación laboral actualmente?	<input type="radio"/> Empleado publico <input type="radio"/> Empleado privado <input type="radio"/> Independiente		

Objetivos	Herramienta	Preguntas		
	Encuesta	Económica	○ Otro	
			7. ¿Cuál es el promedio de ingresos mensuales de su hogar?	-----
			8. ¿Posee vivienda propia?	○ Si ○ No ○ Otro
		9. De sus ingresos totales ¿Cuál es el promedio en porcentaje que ahorra mensualmente?	○ Hasta el 5% ○ Hasta el 10% ○ Hasta el 15% ○ Hasta el 20% ○ Más del 20% ○ No ahorra	
		Institucional	10. ¿Cuánto tiempo ha sido socio/a de la cooperativa?	○ De 6 meses a 1 año ○ De 1 a 3 años ○ De 4 a 6 años ○ De 7 a 10 años ○ De 11 a 20 años
			11. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios ofrecidos por la cooperativa?	○ Diariamente ○ Semanalmente ○ Mensualmente ○ Anualmente
			12. ¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción con los servicios ofrecidos por la cooperativa?	○ 1 al 5
			13. De los siguientes servicios que otorga la cooperativa “Coopmego”, ¿Cuáles ha utilizado?	○ Cajeros automáticos ○ Pago de servicios básicos ○ Depósitos y retiros ○ Transferencias ○ Créditos ○ Ahorros e inversiones
			14. De sus ingresos totales, ¿Cuál es el promedio en porcentaje que ahorra en la cooperativa Coopmego?	○ Hasta el 5% ○ Hasta el 10% ○ Hasta el 15% ○ Hasta el 20% ○ Más del 20% ○ No ahorra

Objetivos	Herramienta	Preguntas		
			<p>En las siguientes preguntas, califique del 1 al 5 su percepción sobre los servicios que brinda la cooperativa "Coopmego", donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:</p>	
<p>Objetivo N°2: Determinar la satisfacción de los socios sobre los servicios que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Manuel Esteban Godoy Ortega" mediante el método ServPerf.</p>	<p>Encuesta del Modelo ServPerf</p>	<p>Elementos Tangibles</p>	<p>1. ¿La cooperativa cuenta con equipos de apariencia moderna?</p>	<p>○ 1 al 5</p>
			<p>2. ¿Cuenta la cooperativa con instalaciones físicas confortables, acogedoras y visualmente atractivas?</p>	<p>○ 1 al 5</p>
			<p>3. ¿El personal de la cooperativa cuenta con una buena apariencia?</p>	<p>○ 1 al 5</p>
			<p>4. ¿Los elementos materiales como folletos, trípticos y los digitales como banca web y banca móvil son visualmente atractivos?</p>	<p>○ 1 al 5</p>
		<p>Fiabilidad</p>	<p>5. Está de acuerdo con la siguiente afirmación "Cuándo la cooperativa promete, cumple"</p>	<p>○ 1 al 5</p>
			<p>6. Está de acuerdo con la siguiente afirmación "Cuándo un socio tiene algún problema, la cooperativa muestra interés"</p>	<p>○ 1 al 5</p>
			<p>7. Está de acuerdo con la siguiente afirmación "La cooperativa brinda un buen servicio solo al principio"</p>	<p>○ 1 al 5</p>
			<p>8. ¿El tiempo empleado en brindar un servicio es el correcto?</p>	<p>○ 1 al 5</p>
			<p>9. ¿La cooperativa se esmera por corregir sus errores?</p>	<p>○ 1 al 5</p>
		<p>Capacidad de respuesta</p>	<p>10. ¿Los empleados comunican a los socios el tiempo que se empleará en un servicio y lo cumplen realmente?</p>	<p>○ 1 al 5</p>
			<p>11. ¿Los servicios brindados por los empleados son rápidos y eficientes?</p>	<p>○ 1 al 5</p>
			<p>12. ¿La disposición de ayudar de los empleados está siempre presente?</p>	<p>○ 1 al 5</p>
			<p>13. ¿Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a sus inquietudes?</p>	<p>○ 1 al 5</p>

Objetivos	Herramienta	Preguntas		
		Seguridad	14. ¿Transmite confianza el comportamiento de los empleados hacia usted?	○ 1 al 5
			15. ¿Se siente usted seguro/a en las transacciones que realiza con la cooperativa?	○ 1 al 5
			16. ¿Los empleados son siempre amables?	○ 1 al 5
			17. ¿El conocimiento de los empleados es el correcto para responder a todas sus preguntas?	○ 1 al 5
		Empatía	18. ¿La cooperativa le brinda a usted una atención personalizada?	○ 1 al 5
			19. ¿Los horarios de trabajo de la cooperativa son convenientes para usted?	○ 1 al 5
			20. ¿La atención que ofrecen los empleados es especializada?	○ 1 al 5
			21. ¿La cooperativa se preocupa por sus preferencias?	○ 1 al 5
			22. ¿La cooperativa comprende sus necesidades específicas?	○ 1 al 5
Objetivo N°3: Proponer estrategias que fortalezcan la calidad del servicio que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Manuel Esteban Godoy Ortega”	Datos Obtenidos	Se tomará los datos del primer y segundo objetivo para proponer estrategias que fortalezcan la calidad del servicio que ofrece la cooperativa.		

Anexo B.

Sillas de espera de oficina flip

FLIP ESPERA

Sillas de Espera de Oficina Flip

Descripción

- Silla directiva brasileña
- Estructura metálica
- Araña cromada de 5 puntas
- Tapizada en tela o cuero sintético en colores a elegir

DESCARGA EL CATÁLOGO



Nota. Tomado de <https://www.auron.com.ec/productos/muebles-de-oficina/sillas-de-oficina/flip-espera/>

Anexo C.

Escritorios en L Quattro con cajonera



Escritorio en L esquinero 150×150 cm. Quattro con cajonera

Dimensiones	Largo: 150 cm Ancho: 150 cm Alto: 73 cm
Base	Estructura metálica pintada
Color	Múltiples colores
Material	Melamínico, Metal
Categorías	Escritorios con Cajones, Escritorios Ejecutivos, Escritorios en L esquineros

MUBLEX.com.ec

Nota. Tomado de <https://www.mublex.com.ec/escritorios/escritorios-en-l-esquineros/escritorio-en-l-esquinero-150x150-quattro-con-cajonera/>

Anexo D.

Color blue plate de Sherwin-Williams

Color	Opciones	Precio
 <p>SO 6796 Plato azul</p> <p>Quitar color</p> <p>El color real puede variar respecto a la representación en pantalla. Detalles</p>	<p>Tamaño de contenedor: 1 cuarto</p> <p>Brillo: Satín</p> <p>Base: Base profunda Cambiar base</p> <p>Sus opciones pueden ajustarse según la selección de color.</p>	<p>Ahorre un 10 % todos los días con PaintPerks[®]</p> <p>Precio de lista: 11,29 dólares</p> <p>Regístrese o inicie sesión para confirmar precios, disponibilidad y realizar el pago.</p> <p>Número de venta: 6509-55958 Número de producto: A91W00453</p>

Nota. Tomado de <https://www.sherwin-williams.com/homeowners/products/color-to-go?colorPartNumber=SW6796>