



**UNL**

Universidad  
Nacional  
de Loja

## Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Finanzas

### Satisfacción de los socios con los productos y servicios de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Loja

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

AUTOR

Juan Carlos Cumbicus Merchan

DIRECTORA

Ing. Jesús Raquel Padilla Andrade, PhD.

Loja – Ecuador

2025



## CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **PADILLA ANDRADE JESUS RAQUEL**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **Satisfacción de los socios con los productos y servicios de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Loja.**, perteneciente al estudiante **JUAN CARLOS CUMBICUS MERCHAN**, con cédula de identidad N° **0152126223**.

### 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, 7 de Febrero de 2025



Elaborado y autorizado por:  
**JESUS RAQUEL  
PADILLA ANDRADE**

F) -----

**DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN  
CURRICULAR**



Certificado TIC/TT.: UNL-2025-000623

## **Autoría del Trabajo de Integración Curricular**

Yo, Juan Carlos Cumbicus Merchan, 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:**  Firmado electrónicamente por:  
JUAN CARLOS  
CUMBICUS MERCHAN

**Cédula de Identidad:** 0152126223

**Fecha:** 07 de enero de 2025

**Correo Electrónico:** [juan.cumbicus@unl.edu.ec](mailto:juan.cumbicus@unl.edu.ec)

**Teléfono:** 0981486300

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

Yo, Juan Carlos Cumbicus Merchan, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular titulado “**Satisfacción de los socios con los productos y servicios de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Loja**” 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 7 días de abril de dos mil veinticinco, suscribe el autor

**Firma:**  Firmado electrónicamente por:  
JUAN CARLOS  
CUMBICUS MERCHAN

**Autor:** Juan Carlos Cumbicus Merchan

**Cédula de Identidad:** 0152126223

**Dirección:** Av. Reinaldo Espinosa y Pedro Vicente Maldonado

**Correo electrónico:** [juan.cumbicus@unl.edu.ec](mailto:juan.cumbicus@unl.edu.ec)

**Celular:** 0981486300

### **DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Directora del trabajo de integración curricular:**

Ing. Jesús Raquel Padilla Andrade, PhD.

### **Dedicatoria**

Le dedico este trabajo con mucho cariño a mis padres, Carlos Cumbicus y Mariela Merchan, quienes me han apoyando en toda circunstancia y han sido guías en todos los momentos de mi vida.

A mi querida Jesica Astudillo, por estar a mi lado en todo este proceso, brindandome todo su amor y cariño para seguir adelante.

A mis amigos y familiares que de una u otra forma me han apoyando y aconsejado para no rendirme y cumplir mis metas.

*Juan Carlos Cumbicus Merchan*

## **Agradecimiento**

A la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, especialmente a la carrera de Finanzas, por permitirme realizar mis estudios y ser un estudiante más que gracias a esta oportunidad pude llegar a ser un profesional.

A todos los docentes de la carrera que por medio de sus clases me brindaron no solo conocimientos, sino también valores y principios esenciales para ser un buen profesional.

A mi directora Ing. Jesús Raquel Padilla Andrade por su colaboración en todo el proceso de la realización de esta investigación.

*Juan Carlos Cumbicus Merchan*

## Índice de Contenidos

Portada.....	i
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
Índice de Contenidos .....	vii
Índice de Tablas.....	x
Índice de Figuras .....	xii
Índice de Anexos .....	xiii
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 Empírica Internacional.....	6
4.1.2 Evidencia Empírica Regional .....	6
4.1.3 Evidencia Empírica Nacional .....	6
4.2 Marco Conceptual .....	7
4.2.1 Sistema Financiero Nacional .....	7
4.2.1.1 Sistema Financiero Público.....	7
4.2.1.2 Sistema Financiero Privado. ....	7
4.2.1.3 Sistema Financiero Popular y Solidario. ....	7
4.2.1.3.1 Cooperativas de Ahorro y Crédito. ....	8
4.2.1.3.2 Segmentación de las Cooperativas de Ahorro y Crédito.....	8
4.2.1.3.3 Importancia de las Cooperativas de Ahorro y Crédito. ....	8
4.2.2 Productos Financieros.....	8
4.2.2.1 Productos de ahorro. ....	8
4.2.2.2 Productos de inversión. ....	9
4.2.2.3 Productos de financiamiento. ....	9
4.2.3 Servicios Financieros .....	9

4.2.4 Banca electrónica .....	9
4.2.5 Análisis Financiero .....	9
4.2.5.1 Análisis Vertical. ....	10
4.2.5.2 Indicadores financieros.....	10
4.2.6 Satisfacción .....	11
4.2.7 Calidad .....	11
4.2.7.1 Satisfacción con la calidad de los productos financieros. ....	11
4.2.7.2 Satisfacción con la calidad de los servicios financieros. ....	12
4.2.7.3 Satisfacción con la calidad de la banca digital. ....	12
4.2.8 Teorías de la calidad relacionada con la satisfacción .....	12
4.2.9 Herramientas estadísticas para el análisis de las variables.....	13
4.2.9.1 Sistema Likert. ....	13
4.2.9.2 Alfa de Cronbach. ....	13
4.2.9.3 Correlación de Spearman.....	13
5. Metodología .....	14
5.1 Área de Estudio.....	14
5.2 Enfoque de Investigación.....	14
5.3 Alcance, tipo y diseño de la investigación .....	14
5.3.1 Alcance de investigación.....	14
5.3.2 Tipo de Investigación no Experimental .....	15
5.3.3 Tipo de Investigación Observacional de Campo .....	15
5.3.4 Tipo de Investigación Aplicada .....	15
5.3.5 Diseño de la Investigación .....	15
5.4 Métodos científicos .....	15
5.4.1 Inductivo .....	15
5.4.2 Deductivo.....	16
5.4.3 Sintético .....	16
5.4.4 Analítico .....	16
5.5 Técnicas e instrumentos de investigación.....	16
5.5.1 Recursos y materiales.....	16

5.6 Población y Muestra.....	17
5.7 Procedimiento de la investigación .....	18
5.5 Procesamiento y análisis de datos .....	19
6. Resultados.....	21
6.1 Objetivo 1: Caracterizar las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Loja.....	21
6.1.1 Análisis vertical.....	21
6.1.2 Indicadores financieros .....	30
6.1.3 Productos financieros de las COACs.....	32
6.1.4 Servicios financieros de las COACs .....	36
6.1.5 Canales digitales de las COACS .....	44
6.2 Objetivo 2: Determinar la satisfacción de los socios sobre los productos y servicios que ofrecen las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Loja.....	46
6.2.1 Caracterización de los socios de las COACs del segmento 1 de la ciudad de Loja.....	46
6.2.2 Calificación de las variables relacionadas con la satisfacción general de los socios según la escala de Likert.....	47
6.2.3 Correlación de las variables con la satisfacción general de los socios .....	50
6.3 Objetivo 3: Plantear estrategias que fortalezcan la calidad de los productos y servicios para promover la sostenibilidad .....	52
7. Discusión.....	55
8. Conclusiones .....	57
9. Recomendaciones .....	58
10. Bibliografía .....	59
11. Anexos .....	64

## Índice de Tablas

Tabla 1. Segmentación de las cooperativas de ahorro y crédito.....	8
Tabla 2. Indicadores financieros.....	10
Tabla 3. Distribución de la población .....	17
Tabla 4. Distribución de la muestra .....	17
Tabla 5. Operacionalización de variables .....	19
Tabla 6. Estadística de fiabilidad.....	19
Tabla 7. Estructura financiera de la CACPE Loja al año 2023.....	21
Tabla 8. Estructura económica de la CACPE Loja de enero a diciembre de 2023 .....	21
Tabla 9. Estructura financiera de la COAC Padre Julián Lorente al año 2023 .....	24
Tabla 10. Estructura económica de la COAC Padre Julián Lorente de enero a diciembre de 2023 .....	24
Tabla 11. Estructura financiera de la COOPMEGO al año 2023 .....	27
Tabla 12. Estructura económica de la COOPMEGO de enero a diciembre de 2023 .....	27
Tabla 13. Estructura financiera y económica consolidada de las COACs a diciembre de 2023 .....	30
Tabla 14. Indicadores financieros a diciembre de 2023 .....	31
Tabla 15. Productos financieros de la CACPE Loja .....	32
Tabla 16. Productos financieros de la COAC Padre Julián Lorente.....	33
Tabla 17. Productos financieros de la COOPMEGO .....	35
Tabla 18. Servicios financieros sin costo de la CACPE Loja.....	37
Tabla 19. Servicios financieros con cargo máximo de la CACPE Loja .....	38
Tabla 20. Servicios financieros sin costo de la COAC Padre Julián Lorente.....	39
Tabla 21. Servicios financieros con cargo máximo de la COAC Padre Julián Lorente .....	40
Tabla 22. Servicios financieros sin costo de la COOPMEGO .....	41
Tabla 23. Servicios financieros con cargo máximo de la COOPMEGO.....	42
Tabla 24. Canales digitales de las cooperativas.....	44
Tabla 25. Características demográficas y socioeconómicos de los socios.....	46
Tabla 26. Promedio de las dimensiones de la calidad de los productos financieros.....	47
Tabla 27. Promedio de las dimensiones de la calidad de los servicios financieros.....	48
Tabla 28. Promedio de las dimensiones de la calidad de la banca digital .....	48
Tabla 29. Promedio de los aspectos de la satisfacción general.....	49
Tabla 30. Correlación de los productos financieros con la satisfacción general.....	51
Tabla 31. Correlación de los servicios financieros con la satisfacción general .....	51
Tabla 32. Correlación de la banca digital con la satisfacción general.....	51
Tabla 33. Problema identificado en los servicios financieros .....	52

Tabla 34. Estrategia para mejorar la calidad de los servicios financieros en la COAC Padre Julián Lorente .....	53
Tabla 35. Problema identificado de la banca digital .....	53
Tabla 36. Estrategia para mejorar la calidad de la banca digital.....	54

## Índice de Figuras

Figura 1. Composición del activo de la CACPE Loja.....	22
Figura 2. Composición del pasivo de la CACPE Loja.....	22
Figura 3. Composición del patrimonio de la CACPE Loja .....	23
Figura 4. Composición del gasto de la CACPE Loja .....	23
Figura 5. Composición del ingreso de la CACPE Loja .....	24
Figura 6. Composición del activo de la COAC Padre Julián Lorente .....	25
Figura 7. Composición del pasivo de la COAC Padre Julián Lorente .....	25
Figura 8. Composición del patrimonio de la COAC Padre Julián Lorente .....	26
Figura 9. Composición del gasto de la COAC Padre Julián Lorente.....	26
Figura 10. Composición del ingreso de la COAC Padre Julián Lorente .....	27
Figura 11. Composición del activo de la COOPMEGO .....	28
Figura 12. Composición del pasivo de la COOPMEGO .....	28
Figura 13. Composición del patrimonio de la COOPMEGO.....	29
Figura 14. Composición del gasto de la COOPMEGO .....	29
Figura 15. Composición del ingreso de la COOPMEGO.....	30
Figura 16. Calificación total promedio de las variables según la escala de Likert.....	50
Figura 17. Diagrama de correlaciones entre variables .....	50

## Índice de Anexos

Anexo A.....	64
Anexo B.....	66
Anexo C.....	66
Anexo D.....	67
Anexo E.....	67
Anexo F.....	67
Anexo G.....	68
Anexo H.....	68
Anexo I.....	69
Anexo J.....	69
Anexo K.....	69
Anexo L.....	70
Anexo M.....	70
Anexo N.....	70

## **1. Título**

Satisfacción de los socios con los productos y servicios de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Loja

## 2. Resumen

La satisfacción del cliente es un aspecto de especial atención para cualquier institución financiera, puesto que influye en la fidelidad de los clientes y la sostenibilidad a largo plazo. Por este motivo el estudio se centró en evaluar la satisfacción de los socios con base en la calidad de los productos y servicios como estrategia de sostenibilidad de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Loja. Para esto, la investigación hizo uso de un enfoque mixto con alcances: exploratorio, debido a la recolección de información primaria; descriptivo, por la caracterización de los objetos y sujetos de estudio, y; correlacional, debido al análisis de las relaciones entre las diferentes variables del estudio. Se aplicó un cuestionario mediante la técnica de encuesta a 384 socios de forma virtual y presencial. Los resultados indicaron que la CACPE Loja es la más eficiente financieramente a pesar de ser la más pequeña en cantidad de activos, por otro lado, se observó que los socios califican a los servicios financieros con 4,00 puntos sobre 5,00, siendo el que mayor calidad presenta con respecto a los productos financieros y la banca digital, sin embargo, se observó que la calidad de la banca digital tiene la mayor correlación con la satisfacción general. Finalmente, con base en los resultados obtenidos se plantearon estrategias enfocadas en mejorar las dimensiones menor calificadas como la precisión y fiabilidad de los servicios financieros y la fiabilidad de la banca digital.

**Palabras Claves:** Banca Digital, Calidad, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Satisfacción, Socios.

## **2.1. Abstract**

Customer satisfaction is a key concern for any financial institution, as it influences client loyalty and long-term sustainability. For this reason, the study focused on evaluating member satisfaction based on the quality of products and services as a sustainability strategy for savings and credit cooperatives in Segment 1 of the city of Loja. To achieve this, the research employed a mixed-method approach with the following scopes: exploratory, due to the collection of primary data; descriptive, as it characterized the study's objects and subjects; and correlational, due to the analysis of relationships between different study variables. A questionnaire was administered through a survey technique to 384 members, both virtually and in person. The results indicated that CACPE Loja is the most financially efficient despite being the smallest in terms of assets. Additionally, members rated financial services at 4.00 out of 5.00, making them the highest-rated aspect in comparison to financial products and digital banking. However, it was observed that digital banking quality had the highest correlation with overall satisfaction. Finally, based on the obtained results, strategies were proposed to improve the lowest-rated dimensions, such as the accuracy and reliability of financial services and the reliability of digital banking.

**Keywords:** Digital Banking, Quality, Savings and Credit Cooperatives, Satisfaction, Members.

### 3. Introducción

La satisfacción de los usuarios en las instituciones financieras constituye un tema de creciente interés, considerando su impacto en la fidelidad de los socios y en la sostenibilidad de estas organizaciones. En este entorno competitivo, donde los productos y servicios ofrecidos son prácticamente iguales de una institución a otra debido a regulaciones y limitaciones propias del sector, la calidad de los mismos se ha convertido en un diferenciador clave para captar y retener a los clientes. Este aspecto no solo influye en la percepción positiva de los usuarios, sino que también se traduce en beneficios económicos para las instituciones, al fomentar la lealtad a largo plazo.

Supriyanto et al. (2023) señalan que una gestión adecuada de la calidad del servicio, enfocada en las expectativas de los usuarios, puede incrementar significativamente los niveles de satisfacción, mientras que, Mangmee et al. (2023) recalcan la necesidad de fortalecer aspectos como la confianza, la capacidad de respuesta y las estrategias de comunicación interpersonal para consolidar la fidelidad de los clientes. Esto refuerza el hecho de que un aumento de la calidad del servicio tiene un impacto positivo en la satisfacción general del cliente.

Conocer las dinámicas que se relacionan con la satisfacción de los socios desde un enfoque de la calidad es fundamental para las cooperativas, puesto que les brinda una visión integral de las fortalezas y debilidades desde su perspectiva, lo que resulta crucial en un entorno altamente competitivo dedicado al servicio del cliente.

Para el desarrollo de este estudio se planteó la siguiente pregunta de investigación, ¿qué estrategias de sostenibilidad se pueden plantear para las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Loja, con base en la satisfacción de los socios con los productos y servicios financieros?, la cual se desglosó en tres preguntas específicas que dieron lugar a los tres objetivos específicos. Primero, caracterizar las cooperativas de ahorro y crédito (COACs) del segmento 1 de la ciudad de Loja; segundo, determinar la satisfacción de los socios sobre los productos y servicios que ofrecen las COACs del segmento 1 de la ciudad de Loja y; tercero, plantear estrategias que fortalezcan la calidad de los productos y servicios para promover la sostenibilidad.

Conforme al Reglamento de Régimen Académico de la UNL, la investigación se estructura en: el Título, que delimita el tema y el alcance del estudio; el Resumen, presentado en español e inglés, acompañado de las palabras clave más representativas; la Introducción, que contextualiza al lector sobre el desarrollo del trabajo; el Marco Teórico, que abarca los antecedentes, los conceptos esenciales y la base legal del estudio; la Metodología, donde se especifican el área de análisis, los métodos, tipos de investigación, técnica utilizadas, población y muestra, recolección de datos, análisis estadístico, operacionalización de variables y las etapas del proceso investigativo; los Resultados, que evidencian el

cumplimiento de los objetivos específicos; la Discusión, que compara los hallazgos con teorías y estudios previos; las Conclusiones, fundamentadas en los aspectos más destacados y en los resultado de los objetivos; las Recomendaciones, derivadas de las conclusiones; la Bibliografía, que recopila las fuentes consultadas y; los Anexos, que incluyen instrumentos, técnicas adicionales y datos complementarios de la investigación.

## **4. Marco Teórico**

### **4.1 Evidencia Empírica**

#### **4.1.1 Evidencia Empírica Internacional**

Cruz y Pérez (2020) analizaron la evolución de la composición del activo de las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo (SOCAPS) de México y encontraron que la mayoría está financiada por capital propio lo que limita mucho su evolución en el sector y llega a afectar no satisfaciendo las necesidades financieras de sus clientes. Sin embargo, se evidenció que existen SOCAPS que financian sus activos con créditos bancarios y de otras instituciones, por lo tanto, son más vulnerables a caer en un apalancamiento excesivo y caer en riesgo de quiebra por las altas tasas de interés interbancarias.

Vershinina (2017) realizó una investigación acerca de la satisfacción de los usuarios referente a los productos y servicios que ofrece el mayor banco de Rusia y de Europa Oriental “Sberbank” en la que encontró que, la banca móvil y la banca web fueron los servicios mejor calificados, mientras que, las tarjetas de debito, dentro de los servicios y los productos de tarjeta de crédito y préstamos fueron los que obtuvieron el menor puntaje.

Medina et al. (2022) concluyeron en un estudio de las instituciones financieras del estado de Tamaulipas en México, que las instituciones financieras están envueltas en un entorno competitivo y deben estar siempre a la vanguardia; además, los clientes valoran en gran medida su satisfacción y confianza en las dimensiones de calidad de la información, seguridad y privacidad en los medios de banca electrónica.

#### **4.1.2 Evidencia Empírica Regional**

Gaviria y Suarez (2017) determinaron que los clientes de las entidades de crédito en la ciudad de Villavicencio en Colombia, se encuentran medianamente satisfechos con las tarjetas de débito y crédito y los productos financieros, en general, debido a factores como la exigencia de requisitos y bajas tasas de interés pasivas.

Vargas (2021) menciona en una investigación acerca de la inclusión financiera en Perú y el impacto de la innovación tecnológica, que la aplicación de nuevas tecnologías y software para optimizar los servicios financieros, refiriéndose a la banca digital, se ha convertido en una estrategia fundamental puesto que facilita el acceso de productos y servicios financieros a la población, aunque también la expone a nuevos riesgos.

#### **4.1.3 Evidencia Empírica Nacional**

Chasi (2020) determinó en su estudio sobre el análisis financiero de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. mediante el análisis vertical que los activos de la cooperativa se componen principalmente de la cartera de crédito y fondos disponibles con un 58 % y 16 %, respectivamente, sin embargo, no se encuentran dentro de los parámetros recomendados. Por otro lado, el pasivo está compuesto en un 91 % por las obligaciones con el público; y el patrimonio tiene como cuenta principal a las reservas con un 66 %.

Cueva (2018) realizó una investigación centrada en el análisis de las preferencias de los clientes sobre el uso de los productos y servicios que ofrece el Banco Pichincha en la Agencia Loja y encontró que la valoración general de la satisfacción por parte de los clientes encuestados es aceptable con respecto a los productos y servicios ofrecidos, debido a la innovación tecnológica y la competitividad de la institución.

Lema et al. (2020) establecen que maximizar la calidad del servicio es esencial para satisfacer a los socios de forma eficiente, recomiendan usar como estrategia la creación de un sistema de quejas y sugerencias que permita la mejora continua de la calidad de sus servicios, aumentando la participación de los socios en las decisiones de la organización.

## **4.2 Marco Conceptual**

### **4.2.1 Sistema Financiero Nacional**

El Sistema Financiero Nacional (SFN) es el conjunto de instituciones que tienen como principal objetivo captar el excedente de dinero del público para colocarlo a través de créditos a los demandantes, cumpliendo así su rol de intermediación financiera. Las instituciones financieras están supervisadas y controladas por la Superintendencia de Bancos y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (Banco Internacional [BI], 2021a). Además, el SFN está integrado por el Sector Financiero Público, Sector Financiero Privado y Sector Financiero Popular y Solidario (Código Orgánico Monetario y Financiero [COMYF], 2020).

**4.2.1.1 Sistema Financiero Público.** Su propósito es la prestación de servicios financieros de forma constante, eficiente, fácil y equitativa. Además, otorga financiación que está centrada primordialmente en aumentar la productividad y competitividad del sector productivo con base en los objetivos del Plan de Desarrollo y de las personas vulnerables, alentando la inclusión activa en la economía del país (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

**4.2.1.2 Sistema Financiero Privado.** Según el COMYF (2020), las entidades que conforman el sector financiero privado tienen el propósito de realizar actividades financieras, resguardando los depósitos y sirviendo en la intermediación financiera de la población. Está compuesto por entidades financieras que no son parte del Estado, por lo que deben tener su autorización para funcionar al ser de carácter privado (Corporación Financiera Nacional [CFN], 2018).

**4.2.1.3 Sistema Financiero Popular y Solidario.** Se compone de cooperativas de ahorro y crédito, cajas centrales, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro y, de servicios auxiliares del sistema financiero; que tienen el rol de intermediación financiera para los grupos vulnerables. Las instituciones que conforman este sector están controladas y supervisadas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (COMYF, 2020).

**4.2.1.3.1 Cooperativas de Ahorro y Crédito.** Las cooperativas de ahorro y crédito son organizaciones creadas por personas naturales o jurídicas que se unen por voluntad propia con base en los principios decretados en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, con la misión de realizar la intermediación financiera y de responsabilidad social con su socios y clientes, estos últimos con previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (COMYF, 2020).

**4.2.1.3.2 Segmentación de las Cooperativas de Ahorro y Crédito.** Las entidades del sector financiero popular y solidario, esto incluye las COACs, se dividen en diferentes segmentos según el saldo de sus activos (Junta de Política y Regulación Financiera, 2023).

**Tabla 1.** Segmentación de las cooperativas de ahorro y crédito

Segmento	Activos (USD)
1	Mayor a 80 000 000
2	Mayor a 20 000 000 hasta 80 000 000
3	Mayor a 5 000 000 hasta 20 000 000
4	Mayor a 1 000 000 hasta 5 000 000
5	Hasta 1 000 000

*Nota.* Adaptado de la Junta de Política y Regulación Financiera. [https://jprf.gob.ec/resoluciones\\_jprf/resolucion-no-jprf-f-2023-074/](https://jprf.gob.ec/resoluciones_jprf/resolucion-no-jprf-f-2023-074/)

**4.2.1.3.3 Importancia de las Cooperativas de Ahorro y Crédito.** Jácome (2021) menciona que las COACs han aportado al financiamiento en zonas urbanas como rurales. En las zonas urbanas como los barrios populares han facilitado el acceso a los préstamos; mientras que, en las zonas rurales han financiado las actividades productivas agrícolas pequeñas. Además, la financiación a micro y pequeñas empresas ratifica su objetivo de inclusión financiera.

## **4.2.2 Productos Financieros**

Los productos financieros son instrumentos que dan la capacidad de aumentar el ahorro, conseguir financiación o invertir excedentes de capital, se trata de mecanismos enfocados en satisfacer las necesidades de personas naturales o jurídicas. Además, debido a los diferentes requerimientos de los clientes, existen distintos tipos de productos financieros con base en su uso o su nivel de riesgo (Cámara de Comercio de Madrid, 2023).

**4.2.2.1 Productos de ahorro.** Son de los productos financieros más básicos de obtener y presentan un riesgo financiero muy bajo, lo que a su vez significa que su rentabilidad es ínfima. Actualmente, no es tan usado como una inversión financiera, sino como una cuenta transaccional que sirve para acceder a otros productos o servicios financieros. Además, existen dos tipos de productos financieros de ahorro: cuentas de ahorro, las cuales sirven para guardar dinero a la vez que genera pequeños intereses y ofrece acceso inmediato a los fondos; y los depósitos a plazo fijo, que consiste en entregar una determinada cantidad de dinero a la entidad financiera por un plazo acordado que, al culminar, la entidad devuelve el dinero junto con los intereses generados (BI, 2021b).

**4.2.2.2 Productos de inversión.** Según la Cámara de Comercio de Madrid (2023), este tipo de productos financieros tienen un mayor nivel de riesgo que las cuentas de ahorro y abarcan distintos tipos de riesgo, desde bonos del Tesoro hasta productos de renta variable, como acciones, fondos y derivados. Además, pueden tener diferentes niveles de volatilidad y, aunque existe la posibilidad de pérdida de capital, también representan una oportunidad de generar ingresos financieros.

**4.2.2.3 Productos de financiamiento.** El objetivo final de este tipo de productos es proporcionar de un capital extra en un determinado momento, para una necesidad en específico. Además, se menciona que existen tres tipos: créditos hipotecarios, los cuales se enfocan únicamente a la adquisición o renovación de viviendas, por tal motivo, tienen una tasa de interés baja y plazos más largos a lo habitual; crédito, es uno de los productos más frecuentes, abarcan una gran variedad de objetivos como empezar un negocio, financiar un viaje o la compra de un vehículo; tarjetas de crédito, es una variedad del crédito cuya diferencia es que es de disponibilidad inmediata, debido a que están preaprobados y tienen tasas de interés más altas por sus beneficios (BI, 2021b).

#### **4.2.3 Servicios Financieros**

Asmundson (2011) manifiesta que los bancos y otros proveedores de servicios financieros se centran en: recibir depósitos y otorgar préstamos, gestionar sistemas de pago que faciliten la transferencia de fondos entre pagadores y beneficiarios, asistir a las empresas y personas en la compra y venta de valores, divisas y productos derivados, apoyar a los prestatarios en la captación de fondos mediante la venta de acciones o la emisión de bonos, brindar asesoría en inversiones en favor de sus clientes.

#### **4.2.4 Banca electrónica**

El concepto de banca electrónica ha ganado relevancia y familiaridad, ya que, en un mercado tan dinámico, las instituciones financieras deben innovar constantemente y actualizar sus tecnologías para mantenerse competitivas y responder a las demandas de los usuarios. Esta constante innovación tecnológica ha impulsado el desarrollo de la banca electrónica, la cual permite a los usuarios realizar una amplia variedad de transacciones de manera eficiente y segura a través de estos canales digitales (Ullah, 2021).

#### **4.2.5 Análisis Financiero**

Según Zapata (2017), el análisis financiero permite recolectar información sobre diferentes aspectos como la capacidad de pago, inversiones, gastos e ingresos que pueden afectar a la autonomía, imagen y valor de la empresa a partir de los estados financieros, presupuestos, estadísticas sectoriales, entre otros documentos. Los diferentes enfoques o métodos de análisis dependerán del contexto del acceso a la información, alcance y objetivos planteados.

**4.2.5.1 Análisis Vertical.** El análisis vertical consiste en examinar cómo la proporción porcentual de elementos como los activos, pasivos, patrimonio, gastos e ingresos, impacta en la estructura y situación financiera de la organización, generalmente en un periodo reciente (Macías y Sánchez, 2022). Este método facilita entender la relación de cada componente dentro del estado financiero y su relevancia en la empresa, permitiendo identificar como afectan al desempeño y la estabilidad financiera de la entidad.

**4.2.5.2 Indicadores financieros.** Un indicador se puede definir como la medida que hace posible el seguimiento y evaluación periódica de las variables clave de una organización mediante la comparación en el tiempo con referentes tanto externos como internos. Contar con estos indicadores permite conocer la aplicación de los recursos y el impacto de las políticas públicas, haciendo más fácil la elaboración de los presupuestos futuros (Barbei et al., 2018).

Las entidades que son controladas y supervisadas por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria emiten sus estados financieros, de forma periódica con base en el segmento al que pertenecen, con los cuales se pueden calcular los indicadores financieros utilizados por esta Superintendencia para medir diferentes aspectos de importancia de las cooperativas de ahorro y crédito (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2017). En la Tabla 2 se muestran algunos de estos indicadores.

**Tabla 2.** Indicadores financieros

Indicador	Definición	Fórmula	Interpretación
Morosidad de la cartera total	Mide el porcentaje de la cartera improductiva frente al total de la cartera, lo que resulta en la proporción de la cartera que se encuentra en mora.	$\frac{\text{Cartera Improductiva}}{\text{Cartera Bruta}}$	Mientras más alto sea el valor del indicador, la entidad tiene mayor dificultad para recuperar la cartera.
ROA	Mide el nivel de rentabilidad generada por el activo.	$\frac{(\text{Ingresos} - \text{Gastos})}{(\text{Activo Total Promedio} * 12)/\text{mes}}$	Mientras más bajo sea el valor del indicador, significa que la entidad es menos rentable, Mientras más bajo sea el valor del indicador, significa que la entidad no genera suficientes ingresos para fortalecer el patrimonio.
ROE	Mide el nivel de rentabilidad generada por el patrimonio de los socios de la entidad.	$\frac{(\text{Ingresos} - \text{Gastos})}{(\text{Patrimonio Total Promedio} * 12)/\text{mes}}$	Mientras más bajo sea el valor del indicador, significa que la entidad no genera suficientes ingresos para fortalecer el patrimonio.

Indicador	Definición	Fórmula	Interpretación
Intermediación financiera	Mide el nivel de créditos colocados en función a la cantidad de depósitos a la vista y depósitos a plazo.	$\frac{\text{Cartera Bruta}}{(\text{Depósitos a la Vista} + \text{Depósitos a Plazo})}$	Mientras más alto sea el valor del indicador, significa que la institución coloca préstamos de forma eficiente en relación a las captaciones.
Margen Intermediación Estimado / Activo Promedio	Mide la rentabilidad de la gestión operativa en relación a los activos que generan ingresos.	$\left( \left( \frac{\text{Margen de Intermediación}}{\frac{\text{Activo Promedio}}{\text{Número de Mes}}} * 12 \right) * 100 \right)$	Mientras más alto sea el valor del indicador, significa que la ganancia por la intermediación es más eficiente en función al activo promedio.
Margen Intermediación Estimado / Patrimonio Promedio	Mide la rentabilidad de la gestión operativa en relación al patrimonio promedio.	$\left( \left( \frac{\text{Margen de Intermediación}}{\frac{\text{Patrimonio Promedio}}{\text{Número de Mes}}} * 12 \right) * 100 \right)$	Mientras más alto sea el valor del indicador, significa que la ganancia por la intermediación es más eficiente en función al patrimonio promedio.

Nota. Adaptado de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. <https://estadisticas.seps.gob.ec/wp-content/uploads/2022/02/Nota-tecnica-indicadores-financieros-v1.0.pdf>

#### 4.2.6 Satisfacción

Kotler y Armstrong (2007) describen la satisfacción del cliente como el estado emocional que experimenta un individuo al comparar el desempeño que percibe de un producto o servicio con base en sus expectativas. Además, establecen que se debe mantener a los clientes satisfechos puesto que la insatisfacción ocasiona que prefieran a la competencia y desvaloricen el producto o servicio con las demás personas.

#### 4.2.7 Calidad

Burgos (2021) afirma que la calidad es la herramienta conceptual utilizada para lograr los objetivos de aseguramiento de la calidad. Además, menciona que es satisfacer las necesidades o gustos del usuario, el laboratorio de ensayo, las pruebas y el análisis, en su máxima expectativa.

**4.2.7.1 Satisfacción con la calidad de los productos financieros.** Gratia et al. (2023) manifiestan que la calidad de los productos no tiene un impacto significativo en la fidelidad de los clientes, la cual se logra a través de la satisfacción, resaltando que la calidad de los productos no son el único aspecto que influye en la fidelidad. Mientras que, Sirait et al. (2020) mencionan que la calidad de un producto financiero radica en la rentabilidad y

durabilidad, refiriéndose a la rentabilidad que ofrece un producto bancario y el tiempo que el cliente puede ser beneficiado de este. Sin embargo, detallan que la calidad del producto es difícil de conseguir, puesto que las expectativas de los usuarios son siempre cambiantes y que, si se entrega cierto nivel de calidad en el producto, el cliente querrá cada vez una mejora superior.

**4.2.7.2 Satisfacción con la calidad de los servicios financieros.** Bahia y Nantel (2000) mencionan que las dimensiones de la calidad del servicio del modelo SERVQUAL no representan los servicios del sector bancario como tal, habiendo limitaciones al medir la calidad de estos. Por tal motivo, proponen una nueva escala de medida con seis dimensiones que son eficacia y garantía, acceso, precio, tangibles, diversidad y, por último, precisión y fiabilidad. Sin embargo, recalcan que algunas escalas de medida tienen resultados más fiables y validos que otras pero que no existe la escala de medida perfecta.

**4.2.7.3 Satisfacción con la calidad de la banca digital.** Halim et al. (2023) manifiestan que la satisfacción del cliente de los servicios bancarios electrónicos, refiriéndose a los que se accede por medio de la banca digital, está ligada a tres dimensiones que son fiabilidad, seguridad y percepción de utilidad. Estas dimensiones abarcan los aspectos que afectan a la interacción y comportamiento del cliente al momento de usar la banca digital, ya sea, móvil o web. Además, recalcan que los consumidores se muestran más atraídos a bancos que ofrezcan transacciones más rápidas, con mayor seguridad de su información bancaria y una gran diversidad de funcionalidades dentro de la banca digital.

#### **4.2.8 Teorías de la calidad relacionada con la satisfacción**

Deming (1986) pionero en la gestión de calidad total (TQM), sostiene que la mejora continua en los procesos es esencial para alcanzar estándares de calidad elevados y sostenibles a largo plazo. Ambos enfoques subrayan la importancia de la satisfacción del cliente y la mejora continua como pilares fundamentales en la evaluación y gestión de la calidad.

Uno de los marcos más influyentes sobre la calidad es el Modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry, que postula cinco dimensiones clave para medir la calidad en los servicios: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Este modelo sugiere que la satisfacción del cliente es un resultado directo de la percepción de calidad (Parasuraman et al., 1988).

Por otro lado, se tiene el Modelo SERVPERF, el cual nació por las diversas críticas que recibió el Modelo SERVQUAL, por su método de medir las expectativas de los clientes, aunque usa las mismas cinco dimensiones. La principal diferencia con el modelo original es que solo mide la percepción actual con respecto al servicio recibido, sin medir las expectativas debido a la poca evidencia de que los clientes califiquen la calidad del servicio con base en comparar sus expectativas con la percepción real (Torres y Vásquez, 2015).

Finalmente, Brady y Cronin (2001) plantearon una nueva metodología a raíz del análisis de los diferentes modelos ya existentes, dando lugar al Modelo Multidimensional Jerárquico de Calidad del Servicio, el cual se divide en tres dimensiones principales, las cuales a su vez se dividen en más subdimensiones. Las dimensiones principales son: calidad de las interacciones, calidad del resultado y calidad del ambiente físico, estas abarcan cuestiones como la actitud, comportamiento y conocimientos de los empleados, condiciones ambientales, facilidad del diseño, presentación de los trabajadores, tiempo esperado y evidencia tangible.

#### **4.2.9 Herramientas estadísticas para el análisis de las variables**

La estadística es importante porque agrega credibilidad a los comentarios emitidos por el investigador, además, proporciona de herramientas para analizar correctamente la información recolectada. Interviene a lo largo de la investigación, a través del muestreo probabilístico o descripciones estadísticas, también hace uso de hipótesis paramétricas y no paramétricas con el fin de establecer relaciones entre variables (Toledo et al., 2023).

**4.2.9.1 Sistema Likert.** El Sistema Likert es una escala utilizada ampliamente en investigaciones para medir actitudes, opiniones o percepciones en encuestas. Desarrollado por Rensis Likert en 1932, la escala se compone de una serie de afirmaciones a las que los encuestados responden en una escala ordinal, generalmente de 1 a 5, donde el formato de un elemento Likert de cinco niveles es de la siguiente forma: 1 = Totalmente en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 = De acuerdo, 5 = Totalmente de acuerdo (Likert, 1932).

**4.2.9.2 Alfa de Cronbach.** El Alfa de Cronbach es un coeficiente estadístico utilizado para evaluar la consistencia interna de una escala o cuestionario, es decir, qué tan bien se correlacionan entre sí los ítems que miden una misma dimensión. Este coeficiente varía entre 0 y 1, siendo los valores cercanos a 1 indicativos de una alta fiabilidad. Un Alfa de Cronbach superior a 0.7 es generalmente considerado aceptable en investigaciones sociales y de comportamiento (Cronbach, 1951).

**4.2.9.3 Correlación de Spearman.** La correlación de Spearman es una medida estadística que evalúa la relación lineal entre dos variables discretas con datos ordinales. Su coeficiente, que oscila entre -1 y 1, indica la dirección y la fuerza de dicha relación: un valor de 1 representa una correlación positiva perfecta, -1 indica una correlación negativa perfecta y 0 refleja la ausencia de correlación (Martínez et al., 2009).

## **5. Metodología**

### **5.1 Área de Estudio**

El estudio tuvo lugar en la ciudad de Loja, capital de la provincia del mismo nombre que está ubicada al sur del país Ecuador. La cual es la ciudad más grande de la provincia en número de habitantes, instituciones financieras y sobre todo en aporte económico. La ciudad cuenta con cooperativas de ahorro y crédito de todos los segmentos, tanto locales como sucursales de instituciones de otras ciudades, siendo un centro financiero importante en el país.

### **5.2 Enfoque de Investigación**

La investigación se desarrolló tomando en cuenta un enfoque mixto. Hernández y Mendoza (2018) describen este enfoque como el uso de procesos de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos de forma conjunta y correlacionada dentro de la investigación. Debido a la forma en que se desarrollaron los objetivos, se usó los dos tipos de datos al describir y analizar las entidades financieras, así mismo, se recolectó la opinión de los socios con relación a la calidad de los productos financieros, servicios financieros y la banca electrónica.

### **5.3 Alcance, tipo y diseño de la investigación**

#### **5.3.1 Alcance de investigación**

Ramos (2020) menciona que el alcance exploratorio se usa para investigaciones que buscan adentrarse en un tema por primera vez y caracterizarlo. La investigación midió la percepción que tienen los socios sobre la calidad de los productos financieros, servicios financieros y banca electrónica que ofrecen las cooperativas del segmento 1, aportando al conocimiento empírico acerca de la satisfacción al momento de hacer uso de las diversas facilidades que ofrecen estas instituciones financieras.

Adicionalmente, el autor explica que el alcance descriptivo busca detallar aspectos subjetivos que surgen de una población en un contexto o por un fenómeno específico. De esta forma, la investigación tuvo un alcance descriptivo debido a que se caracterizó a las diferentes cooperativas de ahorro y crédito pertenecientes al segmento 1 en la ciudad de Loja, con base en su situación financiera actual y la oferta de productos financieros, servicios financieros y la banca electrónica.

Por último, el alcance correlacional tiene la finalidad de determinar la relación o grado de asociación existente entre variables en un escenario específico (Hernández y Mendoza, 2018). En la investigación permitió determinar la correlación existente entre la calidad de los productos financieros, la calidad de los servicios financieros y la calidad de la banca electrónica con la satisfacción general de los socios de las cooperativas.

### **5.3.2 Tipo de Investigación no Experimental**

Los estudios que se desarrollan sin manipular conscientemente las variables y únicamente se las analiza en su entorno natural son no experimentales (Hernández y Mendoza, 2018). En el estudio no se manipularon las variables en ningún sentido, sino que estuvo enfocado en describir la situación actual de forma financiera y con base en su oferta de productos y servicios de cada una de las cooperativas.

### **5.3.3 Tipo de Investigación Observacional de Campo**

Miler (2011) menciona que una investigación es de campo cuando hace uso de información obtenida mediante la observación en el ambiente natural de las variables que forman parte del estudio. Se recolectó información de los socios de las diferentes cooperativas acerca de la satisfacción con la calidad de las diferentes variables que se analizaron en esta investigación.

### **5.3.4 Tipo de Investigación Aplicada**

Lozada (2014) considera que una investigación aplicada es cuando se enfoca en la creación de conocimiento con aplicación directa a las diferentes problemáticas de la población o industrias. En la investigación se usó la información encontrada a través del análisis financiero y la percepción de calidad de los productos, servicios y banca electrónica por parte de los socios, con el fin de proponer estrategias adaptadas a los resultados encontrados.

### **5.3.5 Diseño de la Investigación**

En el contexto de esta investigación el diseño fue transversal, pues consiste en recolectar datos en un solo momento del tiempo de las variables de la investigación y que sirve para evaluar una situación o contexto, así como de analizar su incidencia (Hernández y Mendoza, 2018).

## **5.4 Métodos científicos**

El método científico se compone de una serie de etapas cuyo objetivo es producir conocimiento científico mediante la verificación empírica de fenómenos y sucesos (Hernández y Mendoza, 2018). En la investigación se usó el método científico debido a que permitió afrontar el problema de investigación desde diversas perspectivas con el fin de obtener una visión más amplia, se lo analizó desde lo inductivo, deductivo, sintético y analítico.

### **5.4.1 Inductivo**

El método inductivo tiene la capacidad de estudiar fenómenos desde lo particular, que se refiere a experiencias, percepción, opiniones o vivencias de un sujeto; hacia lo general, que trata de las teorías o conceptos (Palmett, 2020). Esta investigación se concentró en conocer la satisfacción de un grupo determinado de personas en un contexto delimitado, y con los resultados obtenidos extrapolar esos resultados a toda la población.

#### **5.4.2 Deductivo**

El método deductivo empieza desde los temas o teorías generales y va hacia los fenómenos o situaciones específicas (Palmett, 2020). En el estudio se necesitó de este método para identificar cómo el concepto de calidad influye en la percepción de satisfacción de los socios con los productos financieros, los servicios financieros y la banca digital.

#### **5.4.3 Sintético**

El método sintético condensa diversos resultados obtenidos en una investigación para analizarlas como un solo (Rodríguez y Pérez, 2017). La investigación llegó a conclusiones con base en los diferentes resultados obtenidos de la caracterización de las cooperativas, la satisfacción de los socios y el grado de correlación de las dimensiones de la calidad de los productos financieros, la calidad de los servicios financieros y la calidad de la banca digital.

#### **5.4.4 Analítico**

El método analítico se trata de dividir un todo en sus partes fundamentales para su estudio individual (Lopera et al., 2010). Se usó este método en la investigación en diferentes aspectos como el análisis financiero y el análisis de la satisfacción de los socios con las diferentes variables propuestas, las cuales a su vez están compuestas de diferentes dimensiones.

### **5.5 Técnicas e instrumentos de investigación**

Se utilizó la técnica de observación bibliográfica descriptiva que se refiere a la revisión sistemática de documentos, registros públicos, archivos físicos o electrónicos y demás información de fuentes confiables (Hernández y Mendoza, 2018). En la investigación se usó para revisar los estados financieros y documentos emitidos por las cooperativas, repositorios de universidades y de información científica con el fin de extraer los datos necesarios para los análisis realizados.

El instrumento que se utilizó para aplicar la técnica de encuesta es un cuestionario dividido en cinco secciones que comprendidas en datos socio-económicos de los socios, satisfacción, productos financieros, servicios financieros y banca digital. Adicionalmente, se hizo uso técnicas estadísticas para validar el cuestionario y determinar la correlación de las variables de estudio.

#### **5.5.1 Recursos y materiales**

El desarrollo de la investigación fue posible debido al uso de diversos recursos de investigación. El investigador en sí, fue un recurso fundamental puesto que sin él no es posible el proceso de investigación, agregado a esto se contó con docentes guías. Además, se usaron recursos tecnológicos, bases de datos, repositorios, revistas científicas, softwares estadísticos, insumos de oficina, recursos logísticos de traslado, entre otros.

## 5.6 Población y Muestra

El objeto de estudio de esta investigación fueron las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Loja, las cuales son COAC Vicentina Manuel Esteban Godoy Ortega Limitada, COAC Padre Julián Lorente Ltda., y COAC De La Pequeña Empresa Cacpe Loja Ltda.

La población, por otro lado, estuvo integrada por todos los socios de las tres cooperativas y está distribuida en la Tabla 3.

**Tabla 3.** Distribución de la población

Nombre de la COAC	Número de socios
Vicentina Manuel Esteban Godoy Ortega Limitada (COOPMEGO)	180 000
Padre Julián Lorente Ltda.	95 000
De La Pequeña Empresa Cacpe Loja Ltda. (CACPE Loja)	61 011
<b>TOTAL</b>	<b>288 011</b>

*Nota.* Información recolectada de los informes de género y comunicados de las instituciones; COOPMEGO (2024); COAC Padre Julián Lorente (2024); CACPE Loja (2024).

La muestra de la población se calculó con la siguiente fórmula.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

$$n = \frac{288\ 011 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (288\ 011 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 384$$

Una vez aplicada la fórmula, usando un nivel de error del 5 %, se encontró que la muestra es de 384 socios. En la Tabla 4 se expone la distribución de la muestra con base en su porcentaje de participación en la población total, de acuerdo con estos resultados se aplicaron las encuestas a los socios en las diferentes cooperativas.

**Tabla 4.** Distribución de la muestra

Nombre de la COAC	Porcentaje	Número de socios
COOPMEGO	54 %	205
Padre Julián Lorente Ltda.	28 %	109
CACPE Loja	18 %	70
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>384</b>

## **5.7 Procedimiento de la investigación**

La investigación estuvo centrada en analizar la satisfacción de los socios de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Loja, por lo que se planteó un objetivo general y objetivos específicos a cumplir para desarrollar correctamente el estudio.

El primer objetivo se centró en caracterizar a las COACs del segmento 1 de la ciudad de Loja, por este motivo se realizó una descripción de cada una de estas instituciones, a través de analizar su situación financiera actual, por medio del análisis vertical y la aplicación de indicadores financieros propios de las cooperativas, con el fin de poder obtener datos cuantitativos que sean comparables que en conjunto con el análisis de los productos financieros, servicios financieros y la banca digital se pudo determinar cuan eficientes fueron cumpliendo su papel de intermediadoras financieras. El orden de análisis de las cooperativas se basó en la cantidad de activos de cada una de forma ascendente, es decir, se empezó desde la más pequeña hasta la más grande en nivel de activos.

En el segundo objetivo se realizó la recolección de datos mediante la técnica de encuesta, la cual se centró en conocer la satisfacción y la percepción de calidad de los socios con los productos financieros, servicios financieros y banca digital que ofertan las COACs de forma general, en razón de que se buscó tener una visión general de la satisfacción en el segmento 1 de la ciudad de Loja, por lo que, se hizo uso de un cuestionario dividido en cinco secciones con respuestas basadas en el sistema Likert que tiene una escala que va desde “Totalmente en desacuerdo” con el valor de 1 hasta “Totalmente de acuerdo” con el valor de 5. La primera sección tuvo preguntas para la caracterización socio-económica de los socios, la segunda contenía las preguntas sobre la satisfacción general de los socios que sirvió para calcular la correlación con las dimensiones de las variables planteadas en la investigación representadas en las tres últimas secciones que corresponden a las variables: calidad de los productos financieros, calidad de los servicios financieros y calidad de la banca digital.

La encuesta se realizó a 384 socios repartidos en las diferentes cooperativas de forma virtual y física, ambas a través de la plataforma Formularios de Google. De forma virtual la encuesta se difundió por medio de redes sociales a través de un link; mientras que de forma física se tuvo la intervención de dos encuestadores los cuales estaban ubicados en las agencias matriz de cada una de las cooperativas para aprovechar la gran afluencia de personas, a excepción de la COOPMEGO, en la cual, además de su agencia matriz, se encuestó en la agencia norte, ubicada en el sector del Mercado Gran Colombia o Mayorista.

Por otro lado, en el último objetivo se propusieron estrategias para las cooperativas que presentaron las dimensiones peor calificadas de las variables en las que se determinó una mayor correlación, con el propósito de mejorar la percepción de calidad en estas variables por su mayor relación con la satisfacción general, lo que genera fidelidad a largo plazo y, por ende, sostenibilidad para las instituciones de este segmento.

## 5.5 Procesamiento y análisis de datos

Uno de los objetivos fundamentales de la investigación es determinar la satisfacción de los socios con la calidad de los productos financieros, servicios financieros y banca digital. Por este motivo, se elaboró un cuestionario con ítems que se basaron en las diferentes dimensiones que componen las variables del estudio. En la Tabla 5 se observa las dimensiones que conforman las variables consideradas para su posterior análisis de correlación.

**Tabla 5.** Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Referencia	Instrumento	Escala
Calidad de los Productos financieros	- Cumplimiento de precios - Durabilidad - Beneficio - Confiabilidad	Gratia et al. (2023)	Cuestionario (Escala de Likert)	Ordinal
Calidad de los Servicios financieros	- Eficacia y garantía - Acceso - Precio - Tangibles - Diversidad - Precisión y fiabilidad	Bahia y Nantel (2000)	Cuestionario (Escala de Likert)	Ordinal
Calidad de los Banca digital	- Fiabilidad - Seguridad - Utilidad percibida	Halim et al. (2023)	Cuestionario (Escala de Likert)	Ordinal

*Nota.* En la tabla se describen las diferentes variables de interés del estudio.

Adicionalmente, se calculó el alfa de Cronbach para determinar la fiabilidad del cuestionario que se utilizó, para posteriormente con los datos obtenidos, realizar la correlación de Spearman y conocer el grado de correlación entre las diferentes variables con la satisfacción general de los socios. En la Tabla 6 se encontró que no se excluyó ninguna muestra debido a que no hubo ningún caso en el que haya faltado por responder algún ítem, por lo que se utilizaron las 30 respuestas para determinarlo. Se obtuvo un Alfa de Cronbach cercano a 1, lo que indica que el cuestionario aplicado tiene un alto índice de fiabilidad.

**Tabla 6.** Estadística de fiabilidad

	N°	%
Válido	30	100,00
Casos Excluido	0	00,0
Total	30	100,00
Alfa de Cronbach	N° de elementos	
0,92	16	

Por último, se plantearon las siguientes hipótesis para complementar al objetivo general de investigación en base a las variables planteadas.

**$H_0$** : No existe una correlación significativa entre la calidad de los productos financieros, la calidad de los servicios financieros, la calidad de la banca digital y la satisfacción general de los socios.

**$H_1$** : Existe una correlación significativa entre la calidad de los productos financieros, la calidad de los servicios financieros, la calidad de la banca digital y la satisfacción general de los socios.

## 6. Resultados

### 6.1 Objetivo 1: Caracterizar las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Loja

#### 6.1.1 Análisis vertical

El análisis inicia con la CACPE Loja, quien presenta una menor cantidad de activos, en la Tabla 7 se señala que los activos están financiados principalmente por los pasivos que corresponden a ahorros de socios; y el resto por el patrimonio, que se refiere al financiamiento por medio de los certificados de aportación de los socios y a las reservas. Debido a que se trata de una institución que pertenece al segmento 1, su estructura se asemeja a la de las instituciones bancarias tradicionales, donde se evidencia un financiamiento estable y baja dependencia de deuda externa.

Además, a pesar de ser la cooperativa con menos activos, la cooperativa destaca por financiar el 18,12 % de estos con patrimonio, una parte considerable que refleja bajos costos de financiamiento. Esta mayor proporción refleja solvencia robusta, al financiar una parte importante de sus operaciones con recursos propios y mayor capacidad de absorber pérdidas, asegurando estabilidad financiera.

**Tabla 7.** Estructura financiera de la CACPE Loja al año 2023

<b>Cuentas</b>			
<b>Activos (\$)</b>	Porcentaje	<b>Pasivos (\$)</b>	Porcentaje
95 936 337,50	100	78 555 634,70	81,88
		<b>Patrimonio (\$)</b>	
		17 380 702,80	18,12

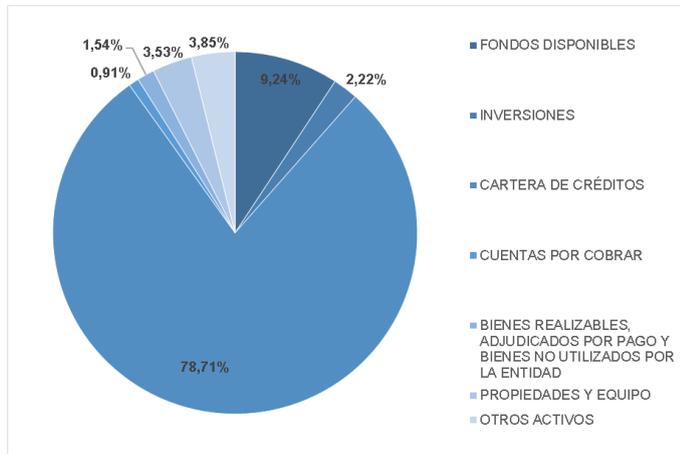
La Tabla 8 revela que en el 2023 la CACPE Loja destinó el 93,44 % de sus ingresos a gastos, generando excedentes del 6,56 %. Esta estructura, característica de instituciones microfinancieras con enfoque social, refleja un modelo donde la prioridad es la inversión en operaciones y responsabilidad social sobre la maximización de utilidades. El margen positivo, aunque moderado, confirma la sostenibilidad financiera de la cooperativa al equilibrar impacto social y rentabilidad, pues no alcanza los niveles de rentabilidad de una institución financiera de la banca tradicional.

**Tabla 8.** Estructura económica de la CACPE Loja de enero a diciembre de 2023

<b>Cuentas</b>			
<b>Ingresos (\$)</b>	Porcentaje	<b>Gastos (\$)</b>	Porcentaje
13 024 984,55	100	12 170 990,60	93,44
		<b>Excedentes (\$)</b>	
		853 993,95	6,56

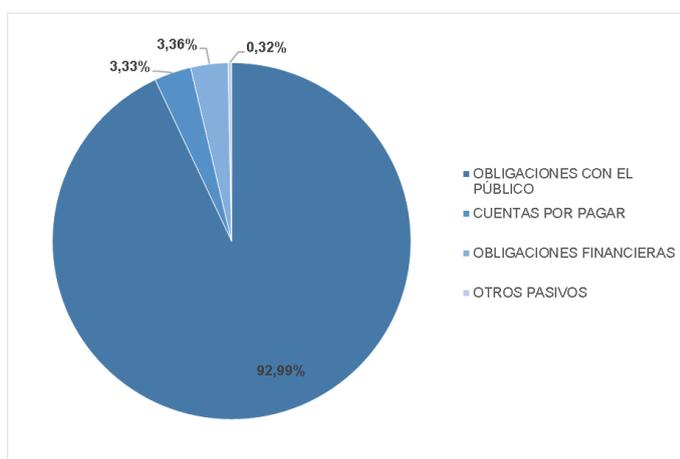
Por otro lado, en la Figura 1, se muestra que el activo está compuesto principalmente por la cuenta de cartera de créditos, la cual pertenece en gran medida a la línea de créditos de consumo; seguida de fondos disponibles, que se refiere a efectivo en bancos e instituciones financieras y en caja. Esta composición es adecuada para una institución que

otorga créditos, puesto que su cartera es su principal activo del cuál obtiene sus ingresos, especialmente si se trata de una de las líneas de crédito que más generan intereses. Además, la cuenta de fondos disponibles indica que la cooperativa mantiene un porcentaje mínimo para hacer frente a las salidas de efectivo generadas por el retiro de dinero de los depositantes.



**Figura 1.** Composición del activo de la CACPE Loja

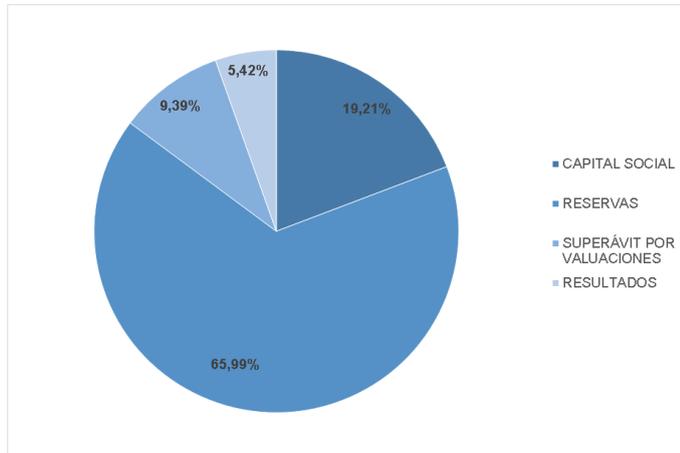
La Figura 2 muestra que los pasivos están dominados por las obligaciones con el público, las cuales representan la mayor proporción y se componen principalmente de depósitos a plazo fijo. Esta estructura es ideal para una COAC, ya que los depósitos a plazo brindan estabilidad financiera al ofrecer flujos de capital predecibles, lo que permite a la institución planificar mejor sus colocaciones crediticias. Las cuentas por pagar y las obligaciones financieras tienen una participación menor, lo que indica que la cooperativa opera con un mínimo nivel de deuda externa, reduciendo así su exposición a riesgos de liquidez y costos financieros innecesarios.



**Figura 2.** Composición del pasivo de la CACPE Loja

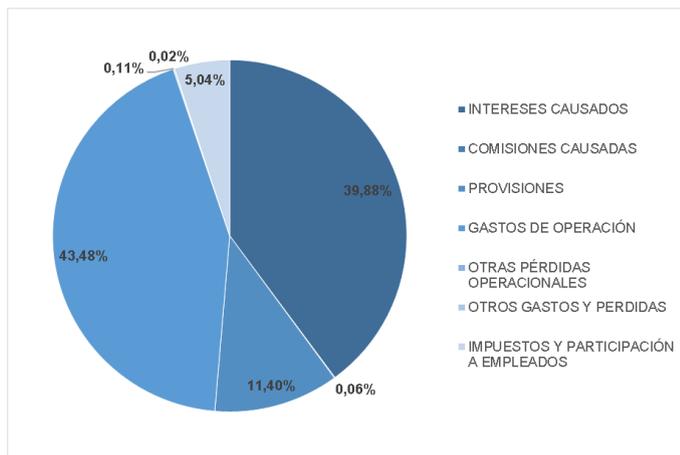
La Figura 3 revela que el patrimonio está compuesto principalmente por reservas, las cuales absorben la mayor parte de los excedentes generados, demostrando una política financiera conservadora orientada al fortalecimiento institucional. Estas reservas cumplen un

rol fundamental al proporcionar seguridad financiera y capacidad para absorber potenciales pérdidas. En segundo lugar, el capital social representa una porción significativa del patrimonio, cuyo crecimiento está directamente vinculado a la incorporación de nuevos socios y sus respectivos certificados de aportación.



**Figura 3.** Composición del patrimonio de la CACPE Loja

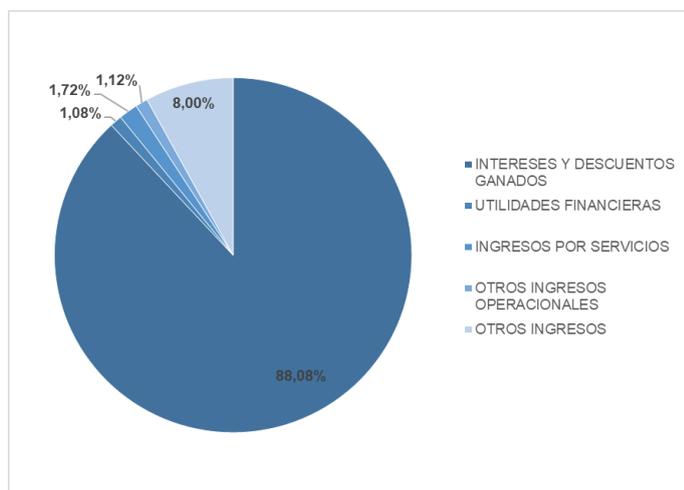
La estructura de gastos, presentada en la Figura 4, muestra un perfil característico de instituciones financieras cooperativas. Los gastos operativos emergen como la principal categoría, reflejando la inversión en recursos humanos e infraestructura necesaria para mantener una red de atención a socios óptima. Le siguen en importancia los intereses causados, consecuencia directa de la política de captación de recursos mediante instrumentos de ahorro con atractivas condiciones para los socios, recordando que en la estructura del pasivo se evidenció que se financiaba principalmente por depósitos a plazo fijo.



**Figura 4.** Composición del gasto de la CACPE Loja

La composición de ingresos, ilustrada en la Figura 5, se observa que predominan claramente los ingresos por operaciones crediticias. La fuente principal de recursos proviene de la actividad central de intermediación financiera, específicamente del cobro de intereses por los préstamos concedidos, lo que refleja la eficiencia en su función principal de transformar el ahorro en crédito productivo. Además, se observan ingresos secundarios

derivados de operaciones extraordinarias y servicios financieros, que aunque son una proporción menor, contribuyen a diversificar las fuentes de ingreso.



**Figura 5.** Composición del ingreso de la CACPE Loja

La COAC Padre Julián Lorente es la segunda más grande en nivel de activos, como se observa en la Tabla 9. La composición de su activo revela un modelo de operación con particular énfasis en el apalancamiento, donde los recursos de terceros constituyen la abrumadora mayoría de su financiamiento. Esta configuración, si bien potencia su capacidad de expansión crediticia, introduce consideraciones importantes sobre su perfil de riesgo debido a su relación pasivo-patrimonio significativamente elevada, lo que genera la necesidad de generar rendimientos suficientes para cubrir los costos financieros.

**Tabla 9.** Estructura financiera de la COAC Padre Julián Lorente al año 2023

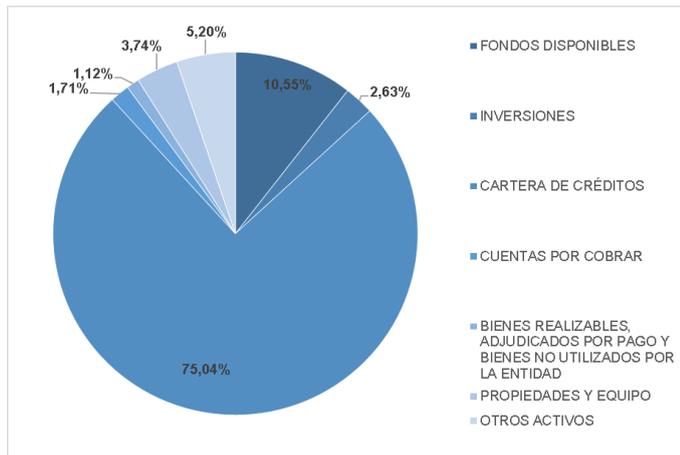
<b>Cuentas</b>			
<b>Activos (\$)</b>	Porcentaje	<b>Pasivos (\$)</b>	Porcentaje
137 334 958,26	100	121 995 243,26	88,83
		<b>Patrimonio (\$)</b>	
		15 339 715,00	11,17

La Tabla 10 indica la estructura económica donde se revela un escenario preocupante en cuanto a su eficiencia operativa. Los gastos consumen prácticamente la totalidad de los ingresos, dejando un margen de excedentes mínimo que limita severamente su capacidad de fortalecimiento patrimonial y crecimiento sostenible, siendo claro que no se trata de un problema de generación de ingresos, sino de gestión de costos, lo que impacta en la capacidad de capitalización de la cooperativa.

**Tabla 10.** Estructura económica de la COAC Padre Julián Lorente de enero a diciembre de 2023

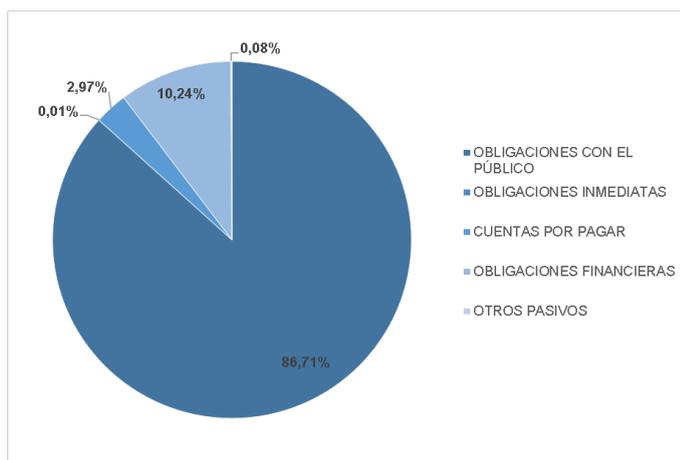
<b>Cuentas</b>			
<b>Ingresos (\$)</b>	Porcentaje	<b>Gastos (\$)</b>	Porcentaje
17 050 463,06	100	16 934 877,34	99,32
		<b>Excedentes (\$)</b>	
		115 585,72	0,68

La Figura 6 muestra que el activo está compuesto principalmente por la cartera de créditos, sus principales líneas son la de consumo y microcrédito; de la misma forma, la cuenta de fondos disponibles presenta una proporción adecuada para manejar una correcta liquidez; las demás cuentas no representan un porcentaje significativo. Esto evidencia nuevamente que la generación de ingresos no es el problema, puesto que la cartera se compone de las líneas con mayores tasas de interés.



**Figura 6.** Composición del activo de la COAC Padre Julián Lorente

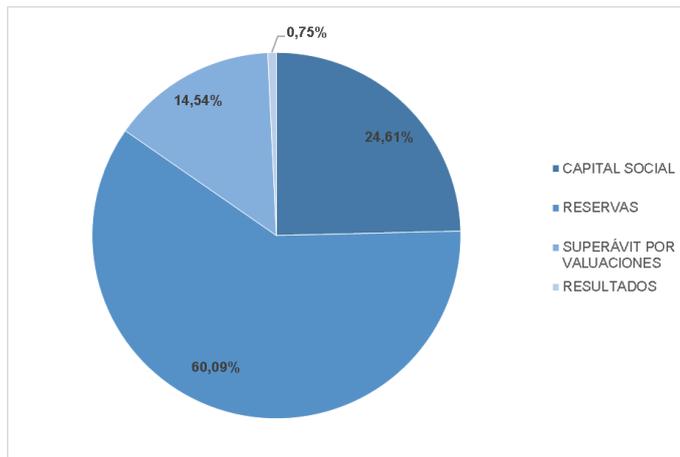
La Figura 7 indica que la cuenta principal que compone el pasivo son las obligaciones con el público, compuesta en su mayoría por depósitos a plazo y en menor medida de depósitos a la vista; por otro lado, la cuenta de obligaciones financieras que abarca los sobregiros y los préstamos que pide a otras instituciones financieras es la segunda más grande. Debido a la alta participación de las obligaciones financieras y depósitos a plazo, la cooperativa debe procurar generar más ingresos de lo normal para poder hacer frente al costo que representa este tipo de financiamiento.



**Figura 7.** Composición del pasivo de la COAC Padre Julián Lorente

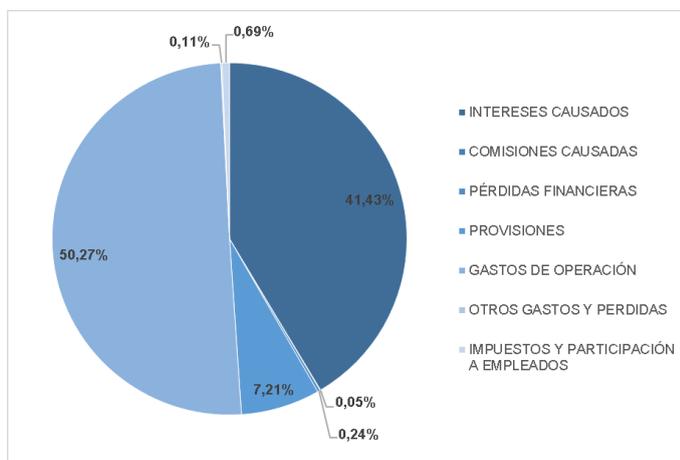
La Figura 8 detalla que la composición del patrimonio presenta fortaleza en reservas y capital social, sin embargo, se revela debilidad en los resultados, indicando una limitada capacidad de generación de excedentes. Debido a esta estructura, se refleja una posible

presión sobre los márgenes operativos, específicamente sobre el gasto operativo, como ya se ha venido mencionando anteriormente.



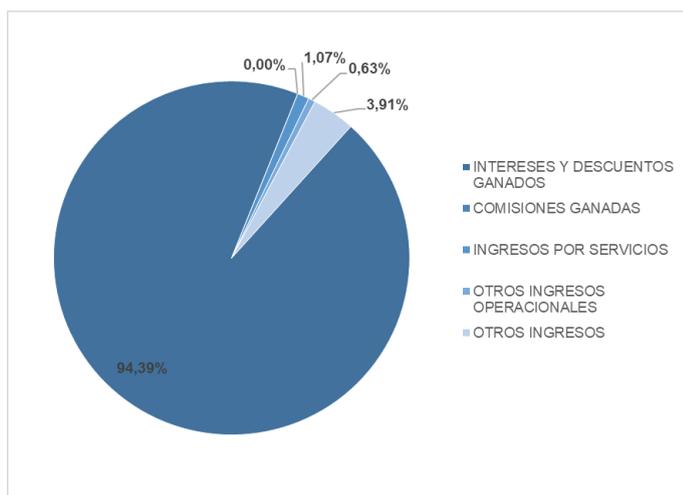
**Figura 8.** Composición del patrimonio de la COAC Padre Julián Lorente

La Figura 9 revela grandes desafíos en la gestión de costos que afectan directamente su eficiencia operativa y rentabilidad. La estructura presenta dos componentes dominantes que concentran la mayor parte de los recursos financieros, los gastos de operación y los intereses causados. Se evidencia un gran peso de costos fijos por parte del gasto de personal, lo que indicaría un posible sobre-dimensionamiento de la planta laboral, sin embargo, se puede plantear el escenario de expansión, en el que los gastos se justificarían como inversiones temporales que, a mediano plazo, generarían mayor rentabilidad.



**Figura 9.** Composición del gasto de la COAC Padre Julián Lorente

La Figura 10 indica que la composición de ingresos presenta una elevada concentración en los intereses y descuentos ganados, lo que da una dependencia muy alta al negocio crediticio, facilitando que la cooperativa sea más susceptible a shocks, como incremento de la morosidad o cambios regulatorios en tasas de interés. Los altos ingresos por intereses no se traducen en excedentes significativos debido a los elevados gastos operativos y financieros que consumen casi toda la rentabilidad, por lo que se debe optar por diversificar fuentes de ingreso y reducir gastos operativos para mejorar los márgenes.



**Figura 10.** Composición del ingreso de la COAC Padre Julián Lorente

Por último, la COOPMEGO es la cooperativa con mayor cantidad de activos, en la Tabla 11 se refleja una estructura similar a la CACPE LOJA, con una proporción pasivo-patrimonio que le da mayor estabilidad y solvencia financiera, debido a que financia una parte considerable de sus operaciones con capital de los socios, sin costo alguno. Sin embargo, es importante mencionar que la COOPMEGO cuadruplica en tamaño a la CACPE Loja, lo que demuestra capacidad para crecer manteniendo estabilidad, por razón de efectivas políticas de fortalecimiento patrimonial.

**Tabla 11.** Estructura financiera de la COOPMEGO al año 2023

Cuentas			
Activos (\$)	Porcentaje	Pasivos (\$)	Porcentaje
416 968 940,15	100	341 475 612,85	81,89
		Patrimonio (\$)	
		75 493 327,30	18,11

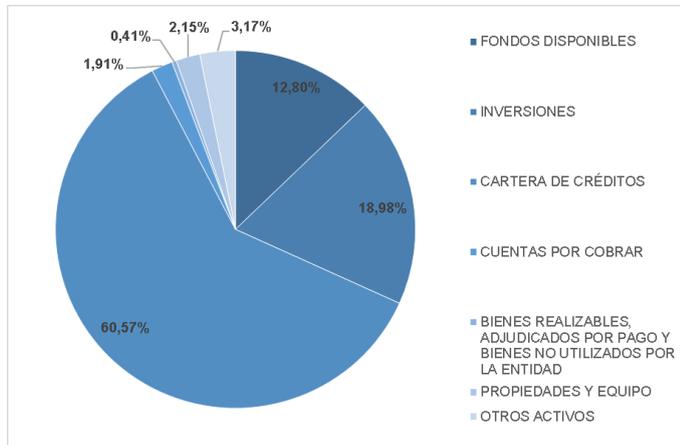
La Tabla 12 indica que la cooperativa opera con una estructura económica más equilibrada, donde la gestión de costos y la generación de ingresos contribuyen a su sostenibilidad financiera. A diferencia de la cooperativa anterior, donde la incorrecta gestión de los gastos afectó negativamente a la obtención de excedentes. Esto demuestra que las políticas en manejo de los recursos son eficientes y consiguen resultados positivos para la institución, tomando en cuenta las otras cooperativas del segmento.

**Tabla 12.** Estructura económica de la COOPMEGO de enero a diciembre de 2023

Cuentas			
Ingresos (\$)	Porcentaje	Gastos (\$)	Porcentaje
47 475 674,74	100	43 734 301,19	92,12
		Excedentes (\$)	
		3 741 373,55	7,88

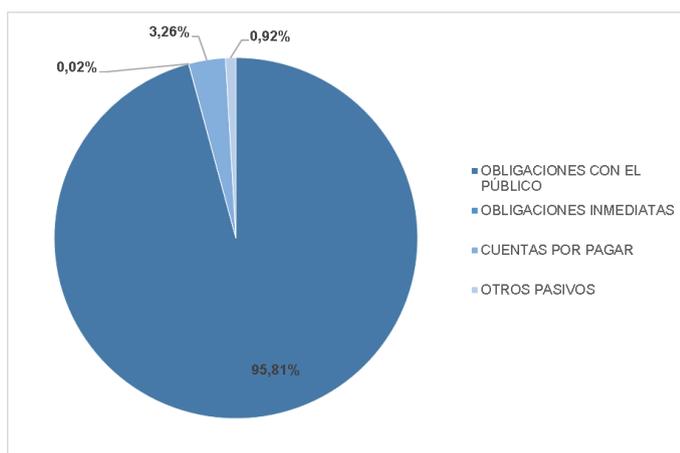
En la Figura 11 se muestra que la estructura de los activos es diferente a la de las cooperativas analizadas anteriormente, en un inicio se evidencia la misma dominancia de la cartera de créditos, sin embargo, resaltan las inversiones en una proporción relevante,

indicando una estrategia de diversificación con resultados positivos que se respalda con el gran porcentaje de excedentes. La cartera de créditos también está diversificada en la líneas de crédito de consumo, microcrédito y productivo, fortaleciendo aún más las estrategias con base en la aversión al riesgo que pueden haber sido planteadas en base a una situación no favorable.



**Figura 11.** Composición del activo de la COOPMEGO

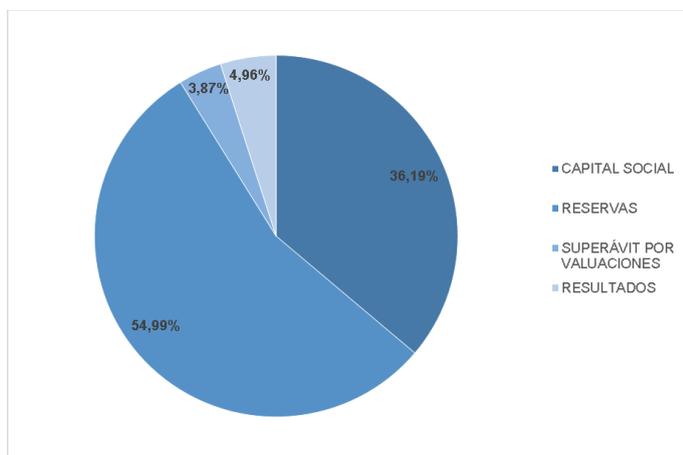
La Figura 12 detalla que la composición del pasivo es casi en su totalidad por las obligaciones con el público, las cuales están constituidas especialmente por depósitos a plazo; y las cuenta por pagar con una representación mínima, que se componen por intereses por pagar, obligaciones patronales, contribuciones, impuestos y multas. De la misma forma que las otras cooperativas, este gran financiamiento por depósitos a plazo le da una mayor capacidad de planificación para el uso de sus recursos y la obliga a generar un nivel de ingresos suficientes para cubrir el costo de esta.



**Figura 12.** Composición del pasivo de la COOPMEGO

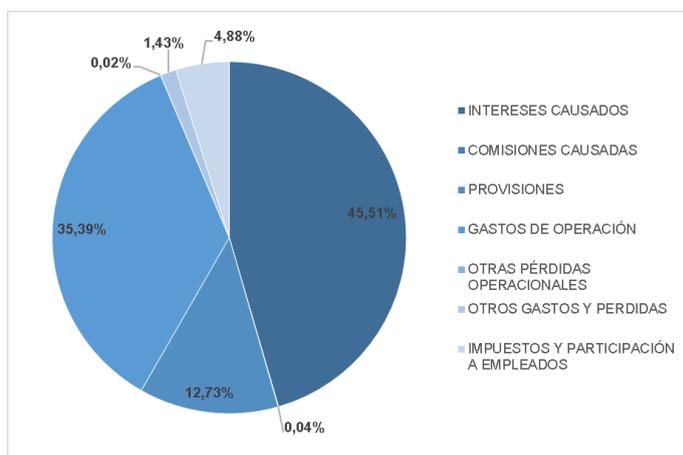
En la Figura 13 se observa que el patrimonio está compuesto en gran medida por las reservas y el capital social, evidenciando las óptimas políticas de fortalecimiento del patrimonio que se teorizaron en un principio. Aunque los resultados parecen tener una baja participación, esto se debe al gran volumen que ocupan las dos cuentas principales. La

cooperativa refleja una gestión financiera con políticas conservadoras en cuanto a las reservas que le dan una mayor capacidad para absorber pérdidas, depender menos de la deuda y sostenerse a largo plazo.



**Figura 13.** Composición del patrimonio de la COOPMEGO

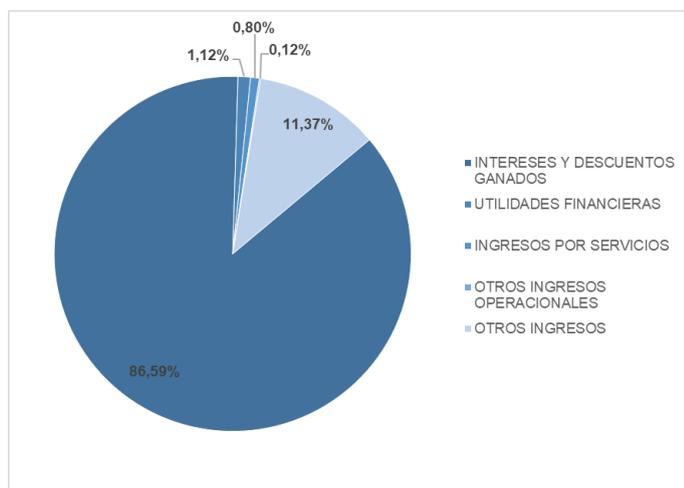
La Figura 14 expone que el principal componente de los gastos son los intereses causados, resultado de los depósitos a plazo con tasas competitivas que son parte de las estrategias para fidelizar socios ahorristas; los gastos de operación son los más bajos entre todas las cooperativas analizadas, indicando eficiencia en gestión del personal y procesos; y las provisiones tienen un porcentaje de participación significativo, posiblemente debido a altos índices de morosidad que necesitan enfrentar, por lo que se sugiere revisar las políticas de colocación de créditos.



**Figura 14.** Composición del gasto de la COOPMEGO

La Figura 15 muestra, una vez más, un modelo de negocio predominantemente crediticio, aunque con mayor diversificación relativa que sus pares. Los ingresos por intereses y descuentos ganados se dan por los intereses ganados por su operación crediticia y por las inversiones que mantiene la cooperativa en títulos valores. Además, genera otros ingresos por reversión de provisiones, intereses y comisiones de ejercicios anteriores. Es importante

recalcar que los ingresos por servicios son mínimos, lo que significa que se pierden oportunidades de ingresos en comisiones por transacciones.



**Figura 15.** Composición del ingreso de la COOPMEGO

En la Tabla 13 se puede observar la clara diferencia en nivel de activos de las cooperativas, siendo la CACPE Loja cuatro veces más pequeña en cantidad de activos que la COOPMEGO, sin embargo, presentan una estructura financiera y económica muy similar, indicando una gestión financiera basada en el fortalecimiento patrimonial y el control del gasto. Por otro lado, la COAC Padre Julián Lorente es la que a grandes rasgos presenta una estructura susceptible a caer en costos de financiamiento altos, debido a que a pesar de ser más grande que la CACPE Loja tiene menor cantidad de patrimonio y excedentes, lo que indica una menor solvencia y rendimientos, en relación con los altos gastos identificados en el análisis.

**Tabla 13.** Estructura financiera y económica consolidada de las COACs a diciembre de 2023

Cuentas	Cooperativa de Ahorro y Crédito		
	CACPE Loja	Padre Julián Lorente	COOPMEGO
Activo	\$ 95 936 337,50	\$ 137 334 958,26	\$ 416 968 940,15
Pasivo	\$ 78 555 634,70	\$ 121 995 243,26	\$ 341 475 612,85
Patrimonio	\$ 17 380 702,80	\$ 15 339 715,00	\$ 75 493 327,30
Gastos	\$ 12 170 990,60	\$ 16 934 877,34	\$ 43 734 301,19
Ingreso	\$ 13 024 984,55	\$ 17 050 463,06	\$ 47 475 674,74
Excedente	\$ 853 993,95	\$ 115 585,72	\$ 3 741 373,55

### 6.1.2 Indicadores financieros

La Tabla 14 muestra que la COOPMEGO es la más morosa, su cartera de crédito está compuesta por las líneas de consumo y microcrédito, con mayores tasas y con mayor riesgo, sin embargo, las tres cooperativas analizadas siguen esta tendencia, por lo que la composición de la cartera no es el problema, en este escenario se debe poner el foco de atención en mejorar las políticas de colocación y cobranzas con urgencia, ya que su índice de morosidad es demasiado alto a comparación de sus pares. Las demás cooperativas

muestran niveles de morosidad más aceptables, sin embargo, de igual forma deben tomar acción para reducir este índice.

En los indicadores de rentabilidad, las cooperativas que muestran un nivel más alto son la CACPE Loja y la COOPMEGO, siendo la CACPE Loja la institución que implementa mejores políticas de colocación y cobranzas en relación a la COOPMEGO que tiene un elevado índice de morosidad, por otro lado, el bajo nivel de rentabilidad de la COAC Padre Julián Lorente se ha evidenciado a lo largo del análisis, provocado por el descontrol del gasto operativo.

En relación a la intermediación financiera, todas las cooperativas tienen una excelente relación captación-colocación, siendo la más baja y con el mayor margen de mejora la COOPMEGO, puesto que no coloca al mismo nivel que las demás, tan solo un 90,33 %, a diferencia de las demás que colocan más de los que captan a través de los socios. Esto en parte se debe a que la COOPMEGO ha destinado una cantidad importante de recursos a inversiones, esto con el fin de diversificar sus ingresos en un intento de mitigar el riesgo al que está expuesto por los altos niveles de morosidad.

Por último, en eficiencia financiera se evidencia que la COAC Padre Julián Lorente tiene un índice negativo, tanto en relación al patrimonio como al activo, esto indica que los gastos operativos son más grandes que el margen financiero, esto se debe a que la cooperativa es la que menos ingresos obtiene por recuperación de activos castigados y un gasto operativo alto. Por otro lado, la cooperativa con mayor eficiencia financiera es la CACPE Loja, presentando niveles por encima de sus contrapartes y sin las desventajas de un índice de morosidad elevado.

**Tabla 14.** Indicadores financieros a diciembre de 2023

Indicadores	Cooperativa de Ahorro y Crédito		
	CACPE Loja	Padre Julián Lorente	COOPMEGO
<b>Morosidad</b>			
Morosidad de la cartera total	4,49 %	4,97 %	8,42 %
<b>Rentabilidad</b>			
Resultados del ejercicio / Activo promedio	0,89 %	0,08 %	0,90 %
Resultados del ejercicio / Patrimonio promedio	5,17 %	0,76 %	5,21 %
<b>Intermediación financiera</b>			
Cartera bruta / (Depósitos a la vista + Depósitos a plazo)	110,34 %	102,68 %	90,33 %
<b>Eficiencia financiera</b>			
Margen de intermediación estimado / Activo promedio	0,32 %	-0,41 %	0,26 %

Indicadores	Cooperativa de Ahorro y Crédito		
	CACPE Loja	Padre Julián Lorente	COOPMEGO
Margen de intermediación estimado / Patrimonio promedio	1,79 %	-3,60 %	1,50 %

Nota. Datos extraídos de la SEPS.

### 6.1.3 Productos financieros de las COACs

La Tabla 15 muestra que la CACPE Loja tiene una diversidad baja de productos, cuenta con cuatro segmentos de crédito enfocados en la producción, actividades comerciales para la pequeña empresa, microempresa, consumo general, de vehículos e inmobiliario. Además, es una de las dos cooperativas con las tasas de interés de créditos más bajas, aunque la diferencia entre tasas no es muy relevante. Tiene una baja variedad en productos de ahorro, aunque el monto mínimo de apertura es de 20,00 USD para crear algún tipo de cuenta de ahorro, para ser socio, sin embargo, se exige 100,00 USD en certificados de aportación, demostrando una de las estrategias de fortalecimiento del patrimonio. Finalmente, se observa que tiene la menor tasa de interés en depósitos a plazo fijo (DPF).

**Tabla 15.** Productos financieros de la CACPE Loja

Segmento	Producto	Monto (USD)	Plazo	Tasa nominal
<b>Comercial Prioritario</b>	PYMES	20 000	36 meses	10,70 %
	General	500	6 meses	15,25 %
	General	1 500	12 meses	15,25 %
<b>Consumo</b>	General	3 000	18 meses	15,25 %
	Vehículos	10 000	36 meses	14,00 %
	Vehículos	10 000	60 meses	14,00 %
	Vehículos	20 000	36 meses	14,00 %
	General	300	90 días	16,90 %
	General	500	6 meses	16,90 %
<b>Microempresa</b>	General	1 500	12 meses	16,90 %
	General	3 000	18 meses	16,90 %
	Inmobiliario	5 000	36 meses	9,80 %
	Inmobiliario	10 000	60 meses	9,80 %
<b>Depósitos a la vista</b>	Cuenta Ahorro Persona Natural			

Segmento	Producto	Monto (USD)	Plazo	Tasa nominal
	Cuenta Menores de Edad	Monto de apertura 20,00 USD		Tasa de interés pasiva varía en función del monto desde 0,00 % hasta 5,00 %
	Cuenta Persona Jurídica			
<b>Depósitos a plazo fijo</b>	Pagos al vencimiento y pagos periódicos	A partir de 101,00 USD		Tasa de interés pasiva varía en función del plazo y el monto desde 5,00 % hasta 9,50 %

La Tabla 16 indica que la COAC Padre Julián Lorente cuenta con apenas dos segmentos de crédito, el microcrédito y el destinado al consumo, esto es una limitante para los socios que necesiten un crédito que no se encuentre dentro de estos dos segmentos, provocando que la institución pierda oportunidades de colocación, por este mismo motivo, es la cooperativa con el promedio de tasa de interés de crédito más alta. Sin embargo, cuenta con una gran variedad de tipos de cuentas de ahorro, enfocadas en todos los tipos de socios que la conforman. Por último, cuenta con diferentes tipos de DPF y, a comparación de la cooperativa anterior, tiene tasas de interés bastante altas, incentivando la adquisición de los DPF a través de la banca electrónica con tasas más altas.

**Tabla 16.** Productos financieros de la COAC Padre Julián Lorente

Segmento	Producto	Monto (USD)	Tasa nominal	
			Sin ahorro	Con ahorro
<b>Microcrédito Minorista</b> (Ventas anuales menores a 20 mil USD)	Micro minorista	100,00 - 80 000,00	24,00 %	No aplica
	Micro minorista emergente	100,00 - 1 000,00	24,70 %	No aplica
	Micro minorista crediahorro	100,00 - 80 000,00	No aplica	24,00 %
	Microcrédito LC1 min	100,00 - 60 000,00	17,50 %	No aplica
<b>Microcrédito Acumulación simple</b> (Ventas mayores de 20 mil hasta 120 mil USD)	Micro ac. simple	100,00 - 80 000,00	21,80 %	No aplica
	Micro ac. simple emergente	100,00 - 3 000,00	21,90 %	No aplica
	Micro ac. simple crediahorro	100,00 - 80 000,00	No aplica	21,80 %
	Micro ac. simple agrícola	100,00 - 80 000,00	21,80 %	No aplica
	Microcrédito LC2 Sim	100,00 - 60 000,00	17,00 %	No aplica
<b>Microcrédito Acumulación ampliada</b> (Ventas mayores de 120 mil hasta 300 mil USD)	Micro ac. ampliada	100,00 - 80 000,00	19,80 %	No aplica
	Micro ac. crediahorro	100,00 - 80 000,00	No aplica	19,80 %
	Micro ac. ampliada agrícola	100,00 - 40 000,00	19,80 %	No aplica
	Microcrédito LC3 Ampl	100,00 - 60 000,00	16,50 %	No aplica
	Microcrédito LC4 Ampl	100,00 - 60 000,00	16,30 %	No aplica

Segmento	Producto	Monto (USD)	Tasa nominal	
			Sin ahorro	Con ahorro
<b>Consumo</b>	Consumo	100,00 - 150 000,00	15,30 %	No aplica
	Consumo credi ágil	100,00 - 500,00	14,85 %	No aplica
	Consumo crediahorro	100,00 - 150 000,00	No aplica	19,80 %
	Credit on demand	100,00 - 5 000,00	15,50 %	No aplica
	Credinversión	100,00 – menor o igual al 90,00 % de DPF	12,00 %	No aplica
<b>Depósitos a la vista</b>	Cuenta Básica	Monto de apertura 0,00 USD	Tasa de interés pasiva 0,10 %	
	Ahorro Programado Escolar	Monto de apertura 20,00 USD	Tasa de interés pasiva 5,50 %	
	Ahorro Programado Navideño	Monto de apertura 20,00 USD	Tasa de interés pasiva 6,00 %	
	Ahorro Convenio	Monto de apertura 0,00 USD	Tasa de interés pasiva 0,00 %	
	Ahorro Clientes	Monto de apertura 0,00 USD	Tasa de interés pasiva 0,10 %	
	Ahorro Socio	Monto de apertura 30,00 USD	Tasa de interés pasiva 0,10 %	
	Ahorro Encaje	Monto de apertura 0,00 USD	Tasa de interés pasiva 0,00 %	
	Ahorro Programado Infantil	Monto de apertura 5,00 USD	Tasa de interés pasiva 5,00 %	
	Ahorro Programado	Monto de apertura 10,00 USD	Tasa de interés pasiva 5,00 %	
	Ahorro Programado Clientes	Monto de apertura 10,00 USD	Tasa de interés pasiva 5,00 %	
	Ahorro Obligatorio	Monto de apertura 0,00 USD	Tasa de interés pasiva 3,00 %	
	Ahorro Programado Gold	Monto de apertura 200,00 USD	Tasa de interés pasiva 6,50 %	
	Ahorro Programado Futuro	Monto de apertura 50,00 USD	Tasa de interés pasiva 6,00 %	
	Ahorro Programado Ejecutivo	Monto de apertura 50,00 USD	Tasa de interés pasiva 6,00 %	
	Ahorro Cuenta en línea	Monto de apertura 0,00 USD	Tasa de interés pasiva 0,10 %	
Ahorro Programado en línea	Monto de apertura 1,00 USD	Tasa de interés pasiva 6,50 %		

Segmento	Producto	Monto (USD)	Tasa nominal	
			Sin ahorro	Con ahorro
Depósitos a plazo fijo	Pago al vencimiento	A partir de 100,00 USD	Tasa de interés pasiva varía en función del plazo desde 6,80 % hasta 9,00 %	
	DPF en línea	A partir de 100,00 USD	Tasa de interés pasiva varía en función del plazo desde 6,90 % hasta 9,10 %	
	DPF inteligente	A partir de 100,00 USD	Tasa de interés pasiva varía en función del plazo desde 5,00 % hasta 8,30 %	
	Cuentas cooperativas	A partir de 100,00 USD	Tasa de interés pasiva varía en función del plazo desde 6,80 % hasta 9,00 %	

La Tabla 17 indica que la COOPMEGO presenta la mayor diversidad en líneas de crédito, seis en total, aunque cuenta con crédito educativo, no tiene ningún peso en la cartera, y cuenta con la mayor diversidad en líneas de crédito productivo para todos los tipos de empresa; agregado a esto, cuenta con el promedio de tasas de interés de créditos más baja, siendo las tasas de los créditos con garantía hipotecaria las más bajas. Además, en la categoría de depósitos a la vista, ofrece una cuenta llamada “cuenta inteligente” que tiene la misma funcionalidad de una cuenta de cheques. Finalmente, ofrece distintos tipos de DPF, que al igual que la cooperativa anterior, ofrece una mayor tasa a los adquiridos por la banca electrónica.

**Tabla 17.** Productos financieros de la COOPMEGO

Segmento	Producto	Monto (USD)	Tasa nominal	
			Garantía quirografaria	Garantía hipotecaria
<b>Productivo Corporativo</b> (Ventas anuales mayores a 7 mill USD)	Credi Productivo Corporativo	50 000	12,52 %	11,85 %
<b>Productivo Empresarial</b> (Ventas anuales mayores a 1,5 mil hasta 7 mil USD)	Credi Productivo Empresarial	50 000	15,50 %	14,50 %
<b>Productivo Pymes</b> (Ventas anuales mayores a 300 mil hasta 1,5 mill USD)	Credi Productivo Pymes	50 000	12,75 %	12,75 %
<b>Consumo</b>	Credi plus	Varía entre 500 y 3 000 en relación al plazo	13,50 %	12,50 %
	Credi Todo		15,50 %	14,50 %
	Credi rol		15,50 %	14,50 %
	Credi consumo sin garante		15,50 %	No aplica
	Credi Fácil Pagos Periódicos		13,50 %	No aplica
	Credi Fácil al Vencimiento		13,50 %	No aplica

Segmento	Producto	Monto (USD)	Tasa nominal	
			Garantía quirografaria	Garantía hipotecaria
<b>Educativo</b>	Credito Educativo	1 000	9,10 %	9,10 %
<b>Inmobiliario</b>	Credito Inmobiliario	Varía entre 5 000 y 10 000 en relación al plazo	No aplica	11,00 %
<b>Microcrédito Minorita</b> (Ventas anuales menores a 20 mil USD)	Credi micro plus	500	15,99 %	14,99 %
	Credi mico	500	16,99 %	15,99 %
	Credi micro sin garante	500	16,99 %	No aplica
	Credi Transporte Convenio 1	500	13,50 %	No aplica
	Credi Fácil pagos periódicos	500	13,50 %	No aplica
	Credi Fácil al vencimiento	500	13,50 %	No aplica
<b>Microcrédito Acumulación simple</b> (Ventas mayores de 20 mil hasta 120 mil USD)	Credi micro plus	1 500	15,99 %	14,99 %
	Credi micro	1 500	16,99 %	15,99 %
	Credi micro sin garante	1 500	16,99 %	No aplica
	Credi Transporte Convenio 1	1 500	13,50 %	No aplica
	Credi Fácil pagos periódicos	1 500	13,50 %	No aplica
	Credi Fácil al vencimiento	1 500	13,50 %	No aplica
<b>Microcrédito Acumulación ampliada</b> (Ventas mayores de 120 mil hasta 300 mil USD)	Credi micro	3 000	12,75 %	12,75 %
<b>Depósitos a la vista</b>	Mego Ahorro	Monto de apertura 12,00 USD	Tasa de interés pasiva varía en función del monto desde 0,00 % hasta 2,60 %	
	Ahorro propósito	Monto de apertura 20,00 USD	Tasa de interés pasiva varía en función del monto desde 0,00 % hasta 5,00 %	
	Cuenta inteligente	Monto promedio o superior a 1 000 USD	No aplica	
<b>Depósitos a plazo fijo</b>	Pagos al vencimiento en oficina	A partir de 101,00 USD	Tasa de interés pasiva varía en función del monto y plazo desde 3,50 % hasta 6,60 %	
	Pagos al vencimiento en canal electrónico MegOnline	A partir de 101,00 USD	Tasa de interés pasiva varía en función del monto y plazo desde 4,75 % hasta 9,20 %	
	Pagos periódicos	A partir de 101,00 USD	Tasa de interés pasiva varía en función del monto y plazo desde 3,95 % hasta 6,60 %	

#### 6.1.4 Servicios financieros de las COACs

La Tabla 18 detalla todos los servicios sin costo que presta la CACPE Loja, en la que se puede observar la gran variedad de servicios que ofrecen las instituciones pertenecientes

al SFPS de segmento 1, puesto que la mayoría ofrecen los mismos. Es la que tiene la menor cantidad de servicios debido a que cuenta con poca diversidad en tipos de cuentas de ahorro y DPF, lo que provoca que los servicios no se subdividan más, como es el caso de la apertura de cuentas o depósitos a cuentas, fuera de este aspecto no tiene una gran diferencia con respecto a las demás.

**Tabla 18.** Servicios financieros sin costo de la CACPE Loja

<b>Servicio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tarifa (USD)</b>
<b>Apertura de cuentas</b>	Cuenta de ahorros	0,00
	Depósitos a plazo	0,00
<b>Depósitos a cuentas</b>	Cuentas de ahorros	0,00
	Depósitos a plazo	0,00
<b>Administración, mantenimiento, mantención y manejo de cuentas</b>	Cuenta de ahorros	0,00
	Depósitos a plazo	0,00
<b>Consulta de cuentas</b>	Consulta, oficina, consulta internet	0,00
<b>Retiros de dinero</b>	Retiro de dinero por ventanilla de la propia entidad	0,00
	Retiro de dinero por cajero automático socios / clientes propia entidad	0,00
<b>Transferencias dentro de la misma entidad</b>	Transferencias, medios físicos (ventanilla)	0,00
	Transferencias, medios electrónicos	0,00
<b>Cancelación o cierre de cuentas</b>	Cuenta de ahorros	0,00
<b>Activación de cuentas</b>	Activación de cuenta de ahorros / activación de tarjetas de débito	0,00
<b>Emisión y Mantenimiento de tarjeta de débito</b>	Mantenimiento de tarjeta de débito	0,00
<b>Bloqueo, anulación o cancelación</b>	Bloqueo, anulación o cancelación de tarjeta de débito y/o pago	0,00
<b>Emisión de tabla de amortización</b>	Emisión de tabla de amortización	0,00
<b>Transacciones fallidas en cajeros automáticos</b>	Transacciones fallidas en cajeros automáticos, todos los casos	0,00
<b>Reclamos de socios / clientes</b>	Reclamos justificados	0,00
	Reclamos injustificados	0,00
<b>Frecuencia de transacciones</b>	Cuenta de ahorros	0,00
<b>Reposición por actualización</b>	Reposición libreta / cartola / estado de cuenta por actualización	0,00
	Reposición de tarjeta de débito por migración, por actualización o por fallas en la banda lectora o chip	0,00
<b>Servicios de notificaciones</b>	Notificaciones de acceso y ejecución de transacciones efectuadas por canales electrónicos o por medio de tarjetas electrónicas débito y prepago recargable	0,00
<b>Servicios de transferencias</b>	Transferencias interbancarias SPI recibidas	0,00
<b>Pago de servicios</b>	Transacciones en Ventanilla: envíos / pagos de giros	0,00
<b>Cuenta de ahorros</b>	Depósito / Retiros con otras Cooperativas corresponsales	0,00
<b>Otros servicios</b>	Copia de documentos	0,00
<b>Crédito</b>	Tabla de amortización adicional	0,00

La Tabla 19 muestra los servicios con cargo máximo de la CACPE Loja, donde la principal característica es que cuenta con dos redes de tarjetas de débito, siendo Banred y Coonecta, dando una mayor accesibilidad para que sus socios puedan acceder a cajeros de

otras instituciones financieras y efectuar sus transacciones sin dificultad. Por otro lado, cuenta con los servicios más caros en promedio a comparación de las otras instituciones analizadas debido a que reporta varios con un coste por encima de los 4,00 USD.

**Tabla 19.** Servicios financieros con cargo máximo de la CACPE Loja

Servicio	Descripción	Canal	Tarifa (USD)
<b>Servicio de cheques</b>	Cheque devuelto nacional	Oficina	2,49
	Cheque devuelto del exterior		2,89
<b>Servicios de retiros</b>	Retiro de cajero automático socios / clientes de la propia entidad en cajero de otra entidad en Red Coonecta	Cajeros automáticos	0,31
	Retiro de cajero automático socios / clientes de la propia entidad en cajero de otra entidad en Red Banred		0,45
	Retiro de cajero automático socios / clientes de otra entidad en cajero de la entidad con tarjeta Red Coonecta		0,35
	Retiro de cajero automático socios / clientes de otra entidad en cajero de la entidad con tarjeta de otras entidades financieras		0,45
<b>Servicios de consulta</b>	Consulta impresa de saldos por cajero automático	Cajeros automáticos	0,31
	Consulta de Red Coonecta		0,31
<b>Servicios de referencias</b>	Emisión de referencias financieras	Oficina	2,25
	Confirmaciones financieras para auditores externos		2,25
	Corte impreso de movimientos de cuentas para cualquier tipo de cuentas y entregado en oficinas de la entidad por solicitud expresa del socio / cliente		1,63
<b>Servicios de transferencias</b>	Transferencias interbancarias SPI enviadas	Oficina	1,92
	Transferencias interbancarias SCI recibidas		0,20
	Transferencias nacionales otras entidades		1,79
	Transferencias interbancarias SPI enviadas		0,36
<b>Servicios de consumos nacionales</b>	Consumo en gasolineras con tarjeta de débito	Tarjeta de débito	0,20
<b>Servicios de reposición</b>	Reposición de libreta / cartola / estado de cuenta / certificado de depósito a plazo fijo por pérdida, robo o deterioro	Oficina	0,76
	Reposición de tarjeta de débito (banda / chip) por pérdida, robo o deterioro físico con excepción de los casos de fallas con chip		4,37
<b>Servicios de emisión</b>	Emisión de plásticos de tarjeta de débito con chip	Oficina	4,37
<b>Servicios de renovación</b>	Renovación de plástico de tarjeta de débito con chip	Oficina	4,37
	Renovación anual de tarjeta de débito con chip		1,57
<b>Servicios de recaudación</b>	Servicios de recaudación de terceros	Internet	0,27
<b>SERVICIOS CON TARJETA DE DÉBITO EN EL EXTERIOR</b>			
<b>Servicios de retiros</b>	Retiro de efectivo en el exterior en cajeros automáticos	Cajeros automáticos	4,46
<b>Servicios de consultas</b>	Consultas en el exterior en cajeros automáticos		0,89
<b>Servicios de consumos</b>	Cargos por consumos en el exterior, por montos mayores a 100,00 USD	P.O.S / E-commerce	1,70

La Tabla 20 expone que la COAC Padre Julián Lorente ofrece los mismos servicios sin costo y no cuentan con algún servicio diferenciador de las demás cooperativas. Por otro lado, a comparación de la CACPE Loja, detalla que ofrece los servicios para todos sus tipos de cuentas de ahorro, que como se observó anteriormente tiene una gran cantidad de tipos diferentes. Todo esto refleja que las cooperativas, por lo general, ofrecen la misma gama de servicios sin costo, con el fin de mantener socios y clientes satisfechos.

**Tabla 20.** Servicios financieros sin costo de la COAC Padre Julián Lorente

<b>Servicio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tarifa (USD)</b>
<b>Apertura de cuentas</b>	Cuentas de ahorros socios / clientes	0,00
	Cuenta ahorro básica	0,00
	Depósitos a plazos	0,00
	Información crediticia básica	0,00
<b>Depósito a cuentas</b>	Cuenta de ahorros socios / clientes	0,00
	Cuenta ahorro básica	0,00
	Depósitos a plazos	0,00
<b>Administración, mantenimiento, mantención y manejo de cuentas</b>	Cuenta de ahorros socios / clientes	0,00
	Cuenta ahorro básica	0,00
	Depósitos a plazos	0,00
<b>Consulta de cuentas</b>	Consulta oficina	0,00
	Consulta, internet	0,00
	Consulta visual, Cajero Automático	0,00
<b>Retiros de dinero</b>	Retiro de dinero por ventanilla de la propia cooperativa entidad	0,00
	Retiro de dinero por cajero automático socios / clientes de la propia entidad	0,00
<b>Transferencias dentro de la misma entidad (medios físicos – electrónicos)</b>	Cuenta de ahorros socios / clientes	0,00
	Cuenta ahorro básica	0,00
	Cuenta de ahorros clientes	0,00
<b>Cancelación o cierre de cuentas</b>	Cuenta de ahorros socios / clientes	0,00
	Cuenta ahorro básica	0,00
	Cuenta de ahorros clientes	0,00
<b>Activación de cuentas y tarjetas</b>	Activación de Cuenta de ahorros clientes	0,00
	Activación de Cuenta ahorro básica	0,00
	Activación de Tarjeta de Débito / Pago Nacional o Internacional	0,00
<b>Mantenimiento de tarjeta de débito</b>	Mantenimiento de Tarjeta de Débito	0,00
<b>Bloqueo, anulación o cancelación de tarjetas</b>	Bloqueo, anulación o cancelación de tarjeta de débito y/o pago	0,00
<b>Emisión de tabla de amortización</b>	Emisión de tabla de amortización	0,00
<b>Transacciones fallidas en cajeros automáticos</b>	Transacciones fallidas ejecutadas en Cajeros Automáticos / Todos los casos	0,00
<b>Reclamos de socios / clientes</b>	Reclamos justificados e injustificados	0,00
<b>Servicios por reposición</b>	Reposición libreta / cartola / estado de cuenta por actualización	0,00
	Reposición de tarjeta de crédito / tarjeta de débito por migración, por actualización o por fallas en la banda lectora o chip	0,00
<b>Emisión y entrega de estados de cuenta</b>	Emisión y entrega de estados de cuenta de todo tipo de cuenta y tipo de tarjetas por medio electrónicos y físicos	0,00
<b>Servicios de consumos nacionales con tarjetas</b>	Consumos nacionales efectuados por clientes con tarjetas de crédito, débito o prepago (1)	0,00

La Tabla 21 evidencia que los servicios financieros con cargo máximo a los que socios y clientes tienen acceso son prácticamente iguales a las otras cooperativas. Sin embargo, a diferencia de la CACPE Loja, cuenta con tan solo una red de tarjetas de débito. Además, es la segunda cooperativa más cara en promedio, en lo que al costo de sus servicios se refiere y la que tiene una menor cantidad. El servicio más caro que ofrece es el de retiros de efectivo en el exterior en cajeros automáticos con tarjetas de débito, un servicio que por lo regular las cooperativas cobran un valor por encima de 4,00 USD, debido a toda la logística requerida para brindarlo.

**Tabla 21.** Servicios financieros con cargo máximo de la COAC Padre Julián Lorente

<b>Servicio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Canal</b>	<b>Tarifa (USD)</b>
<b>Servicios de emisión</b>	Emisión de plástico de tarjeta de débito con chip		4,35
<b>Servicio de renovación</b>	Renovación de plástico de tarjeta de débito con chip		1,50
<b>Reposición</b>	Reposición de tarjeta de crédito / tarjeta de débito con chip por pérdida, robo o deterioro físico con excepción de los casos en fallas en el chip	Electrónico	4,35
<b>Servicio de transferencias</b>	Transferencias interbancarias SPI enviadas, oficina	Oficina / Internet	0,00
	Transferencias interbancarias SPI enviadas, internet		0,00
	Transferencias interbancarias SPI recibidas		0,00
	Transferencias interbancarias SPI recibidas		0,00
<b>Servicio de cheques</b>	Cheque Devuelto Nacional (Cargo cobrado por la entidad receptora del cheque)	Oficina	2,46
<b>Servicio de retiros</b>	Retiro cajero automático socios / clientes de la propia entidad en cajero de otra entidad		0,45
	Retiro cajero automático socios / clientes de otra entidad en cajero de la entidad		0,45
<b>Servicios de consultas</b>	Consulta impresa de saldos por cajero automático		0,31
	Impresión de consulta de saldos en otro cajero		0,31
<b>Servicios con tarjetas en el exterior - Servicios de retiros</b>	Retiro de efectivo en el exterior en cajeros automáticos con tarjeta de débito	Electrónico	4,46
<b>Servicios con tarjetas en el exterior - Servicios de consultas</b>	Consultas en el exterior en cajeros automáticos con tarjeta de débito		0,89
<b>Servicios con tarjetas en el exterior - Servicios de consumos</b>	Cargos a socios/clientes por consumos en el exterior efectuados con tarjetas de crédito, débito o prepago, por montos mayores a 100 USD		1,70
<b>Servicios de consumos nacionales</b>	Consumo en gasolineras con tarjeta de crédito, débito y prepago		0,20
	Emisión de referencias financieras		2,23
<b>Servicios de referencias</b>	Corte impreso de movimientos de cuentas para cualquier tipo de cuenta y entregado en oficinas de la entidad por solicitud expresa del socio / cliente	Oficina	0,89
<b>Servicios de reposición</b>	Reposición libreta / cartola / estado de cuenta / certificado de depósito plazo fijo por pérdida, robo o deterioro	Oficina	0,75

La Tabla 22 indica todos los servicios financieros sin costo que presta la COOPMEGO, se evidencia una mayor cantidad de subdivisiones en los servicios de aperturas de cuentas o depósitos a cuentas debido a que especifica que cuenta con una cuenta de inversiones. Además, aunque no se aprecia claramente en la tabla, la cooperativa es la única de las tres que ofrece transferencias a otras instituciones financieras sin costo por medio de la banca móvil, siendo un servicio que marca una diferencia significativa, debido a que la cooperativa no percibe ingresos por uno de los servicios más comunes entre los usuarios.

**Tabla 22.** Servicios financieros sin costo de la COOPMEGO

<b>Servicio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tarifa (USD)</b>
<b>Apertura de cuentas</b>	Cuenta de ahorros	0,00
	Cuenta de Integración de capital	0,00
	Depósitos a plazos	0,00
	Inversiones	0,00
<b>Depósitos a cuentas</b>	Cuentas de ahorros	0,00
	Depósitos a plazos	0,00
	Inversiones	0,00
<b>Administración, mantenimiento, mantención y manejo de cuentas</b>	Cuentas de ahorros	0,00
	Depósitos a plazos	0,00
	Inversiones	0,00
<b>Consulta de cuentas</b>	Consulta, Oficina	0,00
	Consulta visual, Cajero automático	0,00
	Consulta, Internet	0,00
	Consulta, Canal Telefónico	0,00
	Corte de movimientos de cuenta de cualquier tipo de cuenta y por cualquier medio, a excepción de entrega en oficina de la entidad	0,00
<b>Retiros de dinero</b>	Retiro de dinero por ventanilla de la propia entidad	0,00
	Retiro de dinero por cajero automático socios/clientes propia entidad	0,00
<b>Transferencias dentro de la misma entidad</b>	Transferencias, medios físicos (ventanilla)	0,00
	Transferencias, medios electrónicos (cajero automático, internet, teléfono, celular y otros)	0,00
<b>Cancelación o cierre de cuentas</b>	Cuenta de Ahorros	0,00
<b>Activación de cuentas</b>	Activación de cuenta de ahorros	0,00
	Activación de tarjeta de débito y/o pago nacional o internacional	0,00
<b>Mantenimiento de tarjeta de débito</b>	Mantenimiento de tarjeta de débito	0,00
<b>Bloqueo, anulación o cancelación</b>	Bloqueo, anulación o cancelación de tarjeta de débito y/o pago	0,00
<b>Emisión de tabla de amortización</b>	Emisión de tabla de amortización	0,00
<b>Transacciones fallidas en cajeros automáticos</b>	Transacciones fallidas en cajeros automáticos, todos los casos	0,00
<b>Reclamos de socios/clientes</b>	Reclamos justificados	0,00
	Reclamos injustificados	0,00
<b>Frecuencia de transacciones</b>	Cuenta de ahorros	0,00
<b>Servicios de reposición</b>	Reposición libreta/cartola/estado de cuenta por actualización	0,00
	Reposición de tarjeta de débito por migración, por actualización o por fallas en la banda lectora o chip	0,00

Servicio	Descripción	Tarifa (USD)
	Reposición de tarjeta de débito con banda lectora por pérdida, robo o deterioro físico, con excepción de los casos de fallas en la banca lectora	0,00
<b>Servicios de emisión</b>	Emisión de plástico de tarjeta de débito con banda lectora	0,00
<b>Servicios de renovación</b>	Renovación de plásticos de tarjeta de débito con banda lectora	0,00
	Renovación de servicio anual de tarjeta de débito con banda lectora	0,00
<b>Servicios de notificaciones</b>	Notificación de acceso y ejecución de transacciones efectuadas por canales electrónicos o por medio de tarjetas de débito	0,00
<b>Servicios de consumo nacionales con tarjetas</b>	Consumos nacionales efectuados por socios con tarjetas de débito	0,00
<b>Plataforma de pagos móviles</b>	Enrolamiento	0,00
	Consulta de saldos o movimientos	0,00
	Bloqueo, anulación o cancelación de la cuenta de usuario	0,00
	Transacciones fallidas	0,00
	Cambio de clave	0,00
	Creación de usuario	0,00
<b>Transferencias interbancarias SPI recibidas</b>	Acreditación en cuenta por transferencias electrónicas de dinero	0,00

La Tabla 23 muestra los diferentes servicios financieros con cargo máximo de la COOPMEGO, se evidencia que cuenta con los servicios menos costosos en promedio a pesar de contar con uno de un valor de 10,00 USD, esto debido a que la cooperativa ofrece algunos servicios especiales con autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, como pago de nómina o recaudación para empresas privadas. Por otro lado, al igual que la COAC Padre Julián Lorente solo cuenta con una red de tarjetas de débito.

**Tabla 23.** Servicios financieros con cargo máximo de la COOPMEGO

Servicio	Descripción	Canal	Tarifa (USD)
<b>Servicios con cheques</b>	Cheque devuelto nacional	Oficina	2,49
	Cheque devuelto del exterior	Oficina	2,89
<b>Servicios con retiros</b>	Retiro cajero automático socios / clientes de la propia entidad en cajero de otra entidad	Cajeros Automáticos	0,00
	Retiro cajero automático socios / clientes de otra entidad en cajero de la entidad	Cajeros Automáticos	0,45
<b>Servicios de consultas</b>	Consulta impresa de saldos por cajero automático	Cajeros Automáticos	0,31
<b>Servicios de referencias</b>	Emisión de referencias financieras	Oficina	2,25
	Emisión de referencias financieras	Internet	0,00
	Confirmaciones financieras para auditores externos	Oficina	2,25
	Corte impreso de movimientos de cuentas para cualquier tipo de cuentas y entregado en oficinas de la entidad por solicitud	Oficina	1,63
<b>Servicios de transferencias</b>	Transferencias interbancarias SPI enviadas	Internet	0,00
		Oficina	0,00
	Transferencias interbancarias SCI recibidas	Oficina	0,00

Servicio	Descripción	Canal	Tarifa (USD)
	Transferencias nacionales otras entidades	Oficina	0,00
Servicios de reposición	Reposición libreta / cartola / estado de cuenta por pérdida, robo o deterioro	Oficina	0,76
	Reposición de tarjeta de débito con chip por pérdida, robo o deterioro físico con excepción de los casos de fallas en el chip	Oficina	4,37
Servicios de emisión	Emisión de plástico de tarjeta de débito con chip	Oficina	0,00
		Internet	0,00
Servicios de renovación	Renovación del servicio anual de tarjeta de débito con chip	Oficina	1,57
	Renovación de plástico de tarjeta de débito con chip	Oficina	0,00
Servicios de consumos nacionales con tarjetas	Consumo en gasolineras con tarjeta de débito	P.O.S	0,20
Plataforma de pagos móviles	Pago billetera móvil (paga el ordenante de la transacción)	BIMO	0,09
		Internet	0,00
Plataforma de pagos a terceros	Recaudación de pagos a terceros, a excepción de recaudaciones de tributos pagados con tarjetas	Oficina / ventanilla	0,00
		Cajeros automáticos	0,00
<b>SERVICIOS CON TARJETAS DE DÉBITO EN EL EXTERIOR</b>			
Servicio de retiros	Retiros de efectivo en el exterior en cajeros automáticos	Cajeros automáticos	4,46
Servicio de consultas	Consultas en el exterior en cajeros automáticos	Cajeros automáticos	0,89
Servicio de consumos	Cargos a socios por consumos en el exterior efectuados con tarjeta de débito por montos mayores a USD 100,00	P.O.S / E-commerce	0,00
<b>SERVICIOS FINANCIEROS CON CARGOS DIFERENCIADOS</b>			
Pago de nómina	La Cooperativa de Ahorro y Crédito Vicentina Manuel Esteban Godoy Ortega Ltda., acreditará en la cuenta del socio o cliente el valor de nómina por parte del empleador sustentado en un contrato con la entidad financiera.	Acreditación a cuenta CoopMego	0,00
		Acreditación a cuenta en otra institución financiera	0,45
Servicio de recaudaciones (cobros) para empresas del sector privado	La Cooperativa de Ahorro y Crédito Vicentina Manuel Esteban Godoy Ortega Ltda., recaudará valores monetarios de socio, cliente o usuario, para cancelar los servicios prestados a estos por empresas del sector privado.	Ordenes de cobro con cargo pagado por la empresa contratante	0,00
Copia de video seguridad	La Cooperativa de Ahorro y Crédito Vicentina Manuel Esteban Godoy Ortega Ltda., a petición del socio, cliente o usuario, entregará una copia de video por transacciones realizadas en ventanillas y cajeros automáticos.	Video de movimiento	10,00
Copia de documentos	La Cooperativa de Ahorro y Crédito Vicentina Manuel Esteban Godoy Ortega Ltda., a petición del socio, cliente o usuario, entregará una copia física del documento original con información vinculada a transacciones y operaciones	Copias de escrituras completas	1,50
		Copia de carátula e inscripción de escritura	1,50

Servicio	Descripción	Canal	Tarifa (USD)
	efectuadas por el socio, cliente o usuario con la entidad financiera.	Duplicación de documentación perdida	1,50
		Copia de documentos microfilm	1,50

### 6.1.5 Canales digitales de las COACS

La Tabla 24 muestra los diferentes canales digitales por los que las cooperativas del segmento 1 de la ciudad de Loja ofrecen sus productos y servicios a sus socios a través de la banca electrónica. En general, las cooperativas ofrecen una banca web y una banca móvil, dando una mayor accesibilidad y cumpliendo su rol de inclusión financiera con estos canales de fácil acceso y uso, sin embargo, la COOPMEGO especifica de mejor forma sus canales digitales en un apartado de su página web principal de preguntas frecuentes. Por otro lado, las únicas dos cooperativas que tienen la función de cobro y pago por medio de códigos QR, son la COAC Padre Julián Lorente y la COOPMEGO, lo que incrementa en gran medida el uso de la banca móvil y, a su vez, promueve la competencia y la innovación entre las cooperativas, dando lugar a funcionalidades como “hagamos vaca” la cual permite dividir el pago y compartir gastos cotidianos entre varios usuarios.

**Tabla 24.** Canales digitales de las cooperativas

Nombre	Logo	Descripción
CACPE Loja en línea (Banca web)		Es la página web de la CACPE Loja por la que los socios pueden acceder a productos y servicios financieros, la cual especifica en su página web que utiliza certificados SSL (Secure Sockets Layer), lo que brinda un canal de comunicación seguro entre el dispositivo y el servidor de la cooperativa.
CACPE Loja (Banca móvil)		Es el aplicativo móvil de la CACPE Loja, la cual permite realizar de manera rápida y segura transacciones electrónicas, como las siguientes: Consultas de saldos y últimos movimientos, consultas de detalle de créditos y depósitos a plazo fijo, transferencias entre cuentas propias y a cuentas de terceros de la propia entidad o otras entidades financieras y, por último, pagos de servicios básicos.
Coop. Virtual Padre Julián Lorente (Banca web)		La banca web de la COAC Padre Julián Lorente da tres opciones principales al acceder a ella, ingresar a la banca como tal, un simulador de crédito y un apartado para validar certificados emitidos por la cooperativa.

Nombre	Logo	Descripción
COOP VIRTUAL P.JL (Banca móvil)		<p>El aplicativo móvil de la COAC Padre Julián Lorente permite realizar pagos con su apartado de cash cash, transferencias entre cuentas de la institución y otras instituciones financieras, consulta sobre los saldos de las cuentas y el detalle de los movimientos de las cuentas.</p>
MegOnline (Banca web)		<p>La banca web de la COOPMEGO cuenta con las siguientes facilidades: transferencias rápidas y seguras a cuentas CoopMego o cuentas de cualquier entidad, solicitud de crédito, solicitud de certificados financieros, apertura de cuenta ahorro propósito, entre otras.</p>
App Megomóvil (Banca móvil)		<p>La banca móvil de la COOPMEGO se divide en dos funciones principales; la primera, siendo una banca móvil tradicional que permite cuestiones como transacciones entre cuentas de la entidad y otras entidades financieras, pagos de servicios, pago de tarjetas de crédito, recargas o retiros sin tarjeta y; la segunda, se centra en una billetera digital en la que permite cobrar y pagar por medio de códigos QR, contactos o un número de celular a los diferentes negocios asociados y la función llamada “hacer vaca”.</p>

## 6.2 Objetivo 2: Determinar la satisfacción de los socios sobre los productos y servicios que ofrecen las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Loja

### 6.2.1 Caracterización de los socios de las COACs del segmento 1 de la ciudad de Loja

La Tabla 25 muestra que el perfil de los socios de las COACs del segmento 1 en Loja revela tendencias clave que pueden orientar estrategias de gestión y servicio. La mayor presencia de mujeres y adultos en edad productiva sugiere la necesidad de promover y mejorar productos financieros adaptados a sus necesidades, como líneas de crédito para emprendimientos o ahorro programado para el futuro. La escasa participación de jóvenes indica una posible oportunidad para fomentar la inclusión financiera en este grupo etario mediante programas educativos o beneficios específicos. Asimismo, el alto nivel educativo de los socios refleja una clientela con mayor capacidad de análisis financiero, lo que podría aprovecharse ofreciendo productos más sofisticados o personalizados. En cuanto al estado civil, la predominancia de solteros y casados señala la importancia de diseñar estrategias diferenciadas para ambos segmentos, como cuentas familiares o incentivos para el ahorro individual. Finalmente, la distribución de ingresos sugiere la necesidad de flexibilizar productos crediticios y de ahorro según la capacidad financiera de los socios, lo que permitiría mejorar su acceso a servicios financieros y fortalecer su fidelización con la cooperativa.

**Tabla 25.** Características demográficas y socioeconómicas de los socios

<b>Datos demográficos</b>		<b>Porcentaje</b>
COAC a la que pertenece	CACPE Loja	18,23 %
	Padre Julián Lorente	28,39 %
	COOPMEGO	53,39 %
Sexo	Hombre	38,28 %
	Mujer	61,72 %
Edad	De 13 a 18 años	0,52 %
	De 19 a 39 años	39,84 %
	De 40 a 59 años	40,63 %
	De 60 en adelante	19,01 %
<b>Datos socioeconómicos</b>		<b>Porcentaje</b>
Nivel de educación	Primaria	6,25 %
	Secundaria	9,90 %
	Bachillerato	15,36 %
	Tercer nivel	55,47 %
	Cuarto nivel	13,02 %
Estado civil	Soltero	41,15 %
	Casado	41,15 %
	Divorciado	11,46 %
	Viudo	3,13 %
	Unión de hecho	3,13 %
Ingreso mensual	Menor a 460 USD	32,03 %
	Entre 461 USD a 920 USD	36,20 %
	Entre 921 USD a 1380 USD	15,89 %
	De 1381 USD en adelante	15,89 %

### 6.2.2 Calificación de las variables relacionadas con la satisfacción general de los socios según la escala de Likert

La percepción de calidad de las diferentes variables se muestra a través de los ítems formulados basados en cada una de las dimensiones que las conforman, en la Tabla 26 se condensan los promedios de las diferentes dimensiones que miden la calidad de los productos financieros por medio de la escala de Likert, además, indica que la calificación total que los socios le dan a la calidad de los productos financieros del segmento 1 es de 3,65, la menor calificación de la variables, resaltando que ninguna dimensión logra una calificación superior a 4, esto se debe a que los socios sienten que no existe mucha diferencia entre los productos que ofrece una cooperativa y otra. De forma individual, la CACPE Loja obtuvo el puntaje total más bajo (véase el Anexo C), en especial, en la dimensión llamada beneficio, sin embargo, esto se debe a que el ítem habla específicamente de cuentas de ahorro programado, las cuales no ofrece la cooperativa.

**Tabla 26.** Promedio de las dimensiones de la calidad de los productos financieros

Escala	1			2			3			4			5			PT	FT	PF
	Totalmente en desacuerdo			En desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo			Totalmente de acuerdo					
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P			
Cumplimiento de precios	3	1	3	21	2	42	104	3	312	219	4	876	37	5	185	1 418	384	3,69
Durabilidad	4	1	4	25	2	50	135	3	405	194	4	776	26	5	130	1 365	384	3,55
Beneficio	1	1	1	36	2	72	136	3	408	177	4	708	34	5	170	1 359	384	3,54
Confiabilidad	2	1	2	11	2	22	95	3	285	218	4	872	58	5	290	1 471	384	3,83
	<b>Total</b>																	<b>3,65</b>

*Nota.* F = Frecuencia (Número de encuestados); C = Calificación (Calificación en escala de Likert); P = Puntaje (Frecuencia \* Calificación); PT = Puntaje Total (Suma de Puntajes); FT = Frecuencia Total (Total de encuestados); PF = Puntaje Final (Frecuencia Total / Puntaje Total); Total = Puntaje Final de la variable.

La Tabla 27 indica que los servicios financieros tienen una calidad bastante aceptable, pues tiene una calificación promedio total de 4,00. De la misma forma, la CACPE Loja, obtuvo la menor calificación general de forma individual (véase el Anexo D), no obstante, la COAC Padre Julián Lorente tan solo la supera por 0,1 puntos. Se encontró que el aspecto que más agrada a los socios es el acceso, pues en las COACs, si se necesita hacer uso de sus productos, servicios y plataformas tienen horarios y canales de atención que se adaptan a las necesidades de los socios. Por otro lado, es importante recalcar que en la COAC Padre Julián Lorente, la dimensión llamada precisión y fiabilidad, se obtuvo la calificación baja (véase el Anexo H), evidenciando que existe inconformidad de los socios con el call center y el tiempo de respuesta a errores o inconsistencias presentadas.

**Tabla 27.** Promedio de las dimensiones de la calidad de los servicios financieros

Dimensiones	Escala 1			Escala 2			Escala 3			Escala 4			Escala 5			PT	FT	PF
	Totalmente en desacuerdo			En desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo			Totalmente de acuerdo					
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P			
Eficacia y garantía	1	1	1	17	2	34	23	3	69	247	4	988	96	5	480	1 572	384	4,09
Acceso	0	1	0	14	2	28	17	3	51	255	4	1 020	98	5	490	1 589	384	4,14
Precio	2	1	2	6	2	12	83	3	249	214	4	856	79	5	395	1 514	384	3,94
Tangibles	2	1	2	7	2	14	29	3	87	257	4	1 028	89	5	445	1 576	384	4,10
Diversidad	1	1	1	13	2	26	55	3	165	248	4	992	67	5	335	1 519	384	3,96
Precisión y fiabilidad	3	1	3	22	2	44	86	3	258	218	4	872	55	5	275	1 452	384	3,78
<b>Total</b>																		<b>4,00</b>

*Nota.* F = Frecuencia (Número de encuestados); C = Calificación (Calificación en escala de Likert); P = Puntaje (Frecuencia \* Calificación); PT = Puntaje Total (Suma de Puntajes); FT = Frecuencia Total (Total de encuestados); PF = Puntaje Final (Frecuencia Total / Puntaje Total); Total = Puntaje Final de la variable.

La Tabla 28 expone que la banca digital tiene una calificación media en relación a las otras variables con un valor de 3,82, indicando un margen de mejora para esta variable. Especialmente los socios aprecian más o perciben de mejor forma la seguridad que presenta la banca digital, es importante recalcar que algunos socios de los rangos de edad más avanzada manifestaron que no hacen uso de la banca, prefiriendo realizar sus transacciones en las oficinas o cajeros de la institución. Sin embargo, los que si la utilizan califican positivamente las medidas de seguridad, especialmente porque cuentan con medios de autenticación, ya sea, por medio de contraseñas, códigos enviados por mensajes de texto o datos biométricos como la huella digital, además, de siempre recibir notificaciones a su correo y dispositivos móviles sobre cualquier movimiento realizado en sus cuentas.

De forma individual, la CACPE Loja obtuvo la calificación general más baja (véase el Anexo E), indicando que cuenta con una banca digital de poco agrado para sus socios, principalmente por las pocas funcionalidades que presenta y la COAC Padre Julián Lorente tiene la dimensión con la calificación más baja (véase el Anexo I), la llamada fiabilidad, debido a que los tiempos de carga en la banca móvil de la cooperativa son considerados lentos y presentan mayor frecuencia de interrupciones o errores.

**Tabla 28.** Promedio de las dimensiones de la calidad de la banca digital

Dimensiones	Escala 1			Escala 2			Escala 3			Escala 4			Escala 5			PT	FT	PF
	Totalmente en desacuerdo			En desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo			Totalmente de acuerdo					
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P			
Fiabilidad	6	1	6	16	2	32	107	3	321	196	4	784	59	5	295	1 438	384	3,74
Seguridad	3	1	3	5	2	10	100	3	300	196	4	784	80	5	400	1 497	384	3,90
Utilidad percibida	2	1	2	12	2	24	110	3	330	191	4	764	69	5	345	1 465	384	3,82
<b>Total</b>																		<b>3,82</b>

*Nota.* F = Frecuencia (Número de encuestados); C = Calificación (Calificación en escala de Likert); P = Puntaje (Frecuencia \* Calificación); PT = Puntaje Total (Suma de Puntajes); FT = Frecuencia Total (Total de encuestados); PF = Puntaje Final (Frecuencia Total / Puntaje Total); Total = Puntaje Final de la variable.

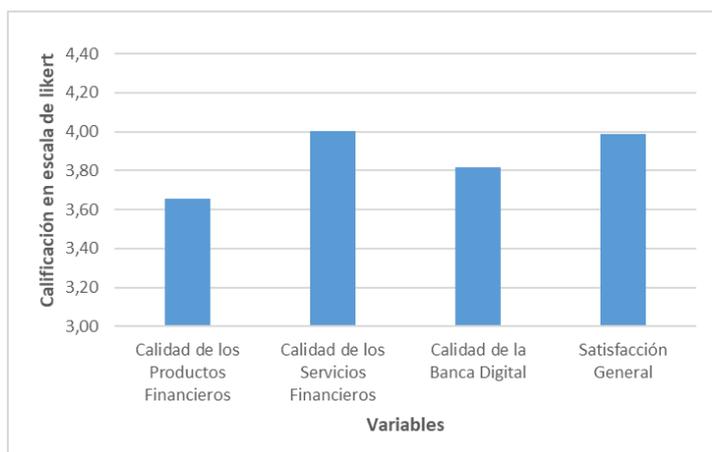
En la Tabla 29 se detalla que la satisfacción general de los socios es cercana a 4,00 puntos, significa que los usuarios de las COACs del segmento 1 de la ciudad de Loja tienen niveles de satisfacción altos. En resumen, los socios consideran estar bastante satisfechos con las cooperativas de la ciudad, sobre todo con sus productos y servicios, es importante recalcar que un porcentaje considerable de los encuestados eran adultos mayores que no hacen uso de la banca digital y por tal motivo no les era posible calificar su nivel de satisfacción. Por separado, la COOPMEGO tiene la satisfacción más alta, por encima de los 4,00 puntos (véase el Anexo N), algo esperado puesto que en todas las variables calificadas estuvo por encima de sus pares, dado que es la cooperativa con un número mayor de socios se evidencia que ha sabido atraerlos y mantenerlos a través de la calidad de sus productos, servicios y canales.

**Tabla 29.** Promedio de los aspectos de la satisfacción general

Aspectos	Escala 1			Escala 2			Escala 3			Escala 4			Escala 5			PT	FT	PF
	Totalmente en desacuerdo			En desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo			Totalmente de acuerdo					
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P			
Satisfacción con los productos financieros	1	1	1	7	2	14	39	3	117	266	4	1064	71	5	355	1551	384	4,04
Satisfacción con los servicios financieros	1	1	1	10	2	20	23	3	69	281	4	1124	69	5	345	1559	384	4,06
Satisfacción con la banca digital	4	1	4	9	2	18	97	3	291	200	4	800	74	5	370	1483	384	3,86
<b>Total</b>																		<b>3,99</b>

*Nota.* F = Frecuencia (Número de encuestados); C = Calificación (Calificación en escala de Likert); P = Puntaje (Frecuencia \* Calificación); PT = Puntaje Total (Suma de Puntajes); FT = Frecuencia Total (Total de encuestados); PF = Puntaje Final (Frecuencia Total / Puntaje Total); Total = Puntaje Final de la variable.

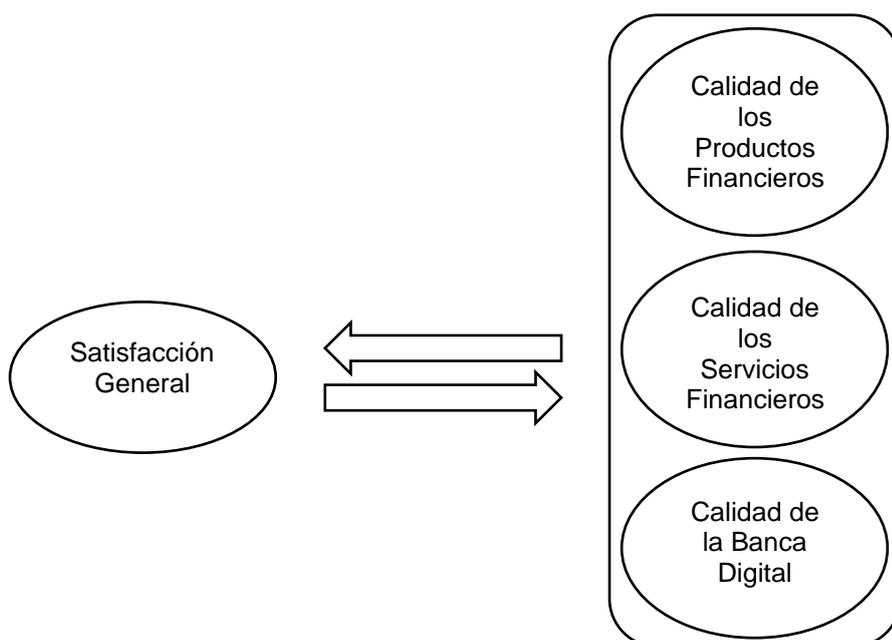
En la Figura 16 se observa de forma resumida la calificación promedio total de todas las variables de interés de la investigación, mostrando de mejor forma la percepción de calidad que tienen los socios, se deja claro que las instituciones del segmento 1 de la ciudad de Loja prestan servicios financieros de calidad, que cuentan con una banca digital aceptable, que los productos financieros no destacan entre instituciones y que están bastante satisfechos de forma general con las cooperativas. Las dos primeras variables mencionadas pueden tener un margen de mejora mayor al de los productos financieros, puesto que estos están sujetos a más regulaciones y, por ejemplo, a unos rangos referenciales en lo que respecta a sus tasas tanto de préstamos como de pólizas. Por otro lado, los servicios financieros y la banca digital pueden mejorar debido a que tienen el factor de la innovación y tecnología de su parte, como puede ser en el caso de ofrecer un mayor abanico de servicios, prestar servicios con un costo menor, ofrecer una banca digital más optimizada e interactiva con una variedad mayor de productos y servicios disponibles por estos canales.



**Figura 16.** Calificación total promedio de las variables según la escala de Likert

### 6.2.3 Correlación de las variables con la satisfacción general de los socios

Se calculó el nivel de correlación de Spearman de la calidad de los productos financieros, los servicios financieros y la banca digital con la satisfacción general de los socios (véase la Figura 17). El objetivo de calcular el grado de correlación es poder determinar qué aspecto de las COACs tiene una mayor influencia en la percepción de satisfacción, lo que termina en un incremento de la fidelización a las instituciones por parte de los socios.



**Figura 17.** Diagrama de correlaciones entre variables

La tabla 30 muestra una correlación de Spearman de 0,48 entre la calidad de los productos financieros y la satisfacción general de los socios, con una significancia estadística de 0,01 (1-cola), lo que indica una relación moderada y significativa entre ambas variables. Esto sugiere que una mayor calidad en los productos financieros se asocia con una mayor satisfacción de los socios, aunque la relación no es absoluta, lo que implica que otros factores también influyen en la percepción de satisfacción. Estos resultados destacan la importancia

de mejorar la calidad de los productos financieros como una estrategia clave para fortalecer la satisfacción y sostenibilidad de la cooperativa.

**Tabla 30.** Correlación de los productos financieros con la satisfacción general

		<b>Satisfacción General</b>	
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Calidad de los Productos Financieros</b>	Coeficiente de correlación	0,48**
		Sig. (1-tailed)	0,00
		N	384
		N	384

*Nota.* \*\*. La correlación es significativa al nivel 0,01 (1-cola).

La tabla 31 muestra una correlación de Spearman de 0,68 entre la calidad de los servicios financieros y la satisfacción general de los socios, con una significancia estadística de 0.01 (1-cola), lo que indica una relación fuerte y significativa entre ambas variables. Esto sugiere que una mejor calidad en los servicios financieros está altamente asociada con una mayor satisfacción de los socios, lo que resalta la importancia de optimizar la prestación de estos servicios para mejorar la experiencia del usuario. Dado el alto nivel de correlación, se evidencia que la calidad del servicio juega un papel crucial en la percepción de satisfacción, lo que refuerza la necesidad de estrategias enfocadas en mejorar la atención y la eficiencia operativa dentro de la cooperativa. Los servicios financieros de las COACs del segmento 1 son considerados con una calidad alta gracias a su fiabilidad, seguridad, accesibilidad y sus elementos tangibles como puede ser la cartola de sus cuentas de ahorro.

**Tabla 31.** Correlación de los servicios financieros con la satisfacción general

		<b>Satisfacción General</b>	
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Calidad de los Servicios Financieros</b>	Coeficiente de correlación	0,68**
		Sig. (1-tailed)	0,00
		N	384
		N	384

*Nota.* \*\*. La correlación es significativa al nivel 0,01 (1-cola).

La tabla 32 muestra una correlación de Spearman de 0,80 entre la calidad de la banca digital y la satisfacción general de los socios, con una significancia estadística de 0.01 (1-cola), lo que indica una relación muy fuerte y significativa entre ambas variables. Esto sugiere que una mejor calidad en los servicios de banca digital está estrechamente asociada con una mayor satisfacción de los socios, resaltando la importancia de la digitalización en la percepción positiva de los servicios financieros. El alto coeficiente de correlación evidencia que la eficiencia, usabilidad y accesibilidad de la banca digital son factores clave para mejorar la experiencia del usuario, lo que enfatiza la necesidad de continuar fortaleciendo estas plataformas como parte de la estrategia de sostenibilidad de la cooperativa.

**Tabla 32.** Correlación de la banca digital con la satisfacción general

		<b>Satisfacción General</b>	
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Calidad de la Banca Digital</b>	Coeficiente de correlación	0,80**
		Sig. (1-tailed)	0,00
		N	384
		N	384

*Nota.* \*\*. La correlación es significativa al nivel 0,01 (1-cola).

### 6.3 Objetivo 3: Plantear estrategias que fortalezcan la calidad de los productos y servicios para promover la sostenibilidad

En el objetivo 2 se identificaron las dimensiones con la más baja calificación en lo que respecta a la calidad de cada una de las variables que presentaron el mayor nivel de correlación con la satisfacción general. Es por este motivo que se crearon estrategias enfocadas en mejorar estos aspectos que le dan una percepción de calidad baja a los socios, puesto que, tienen una incidencia alta en su satisfacción, como se observa en la Tabla 33, se identifican los diferentes aspectos en los que se encontraron debilidades de los servicios financieros, tomando en consideración la dimensión con la menor calificación de esta variable, la cual pertenece a la COAC Padre Julián Lorente. Como se mencionó anteriormente, al ser una de las variables con una mayor correlación con la satisfacción general de los socios, es vital darle una mayor prioridad a la resolución de los problemas.

**Tabla 33.** Problema identificado en los servicios financieros

Variable	Dimensión	Hallazgo	Problema central
Calidad de los Servicios Financieros	Precisión y fiabilidad	Se encontró que en la COAC Padre Julián Lorente la resolución de errores o inconvenientes puede ser lenta.	Los errores que se cometen por la institución o por el socio no se resuelven de forma inmediata, así como desacuerdos entre la institución y el socio que pueden llegar a generar una gran insatisfacción en este último.

En la Tabla 34 se plantea la estrategia para mejorar la calidad de los servicios financieros basándose en el problema central que se identificó en la tabla anterior que tomó en consideración la dimensión de precisión y fiabilidad. Se consideró el diseño de un sistema de resolución de problemas, por medio del cual se pretende poder llevar un registro de las quejas y reclamos de los socios; clasificar cada uno de los casos con base en si se trata de un problema con los productos, servicios, canales, personal, infraestructura, entre otros; construir guías basadas en las clasificaciones y mejorar los tiempos de resolución, todo esto con una oportuna capacitación del personal.

**Tabla 34.** Estrategia para mejorar la calidad de los servicios financieros en la COAC Padre Julián Lorente

<b>Estrategia:</b> Resolución de errores en servicios financieros por medio de un call center especializado.				
<b>Problema:</b> Tiempo de resolución de errores lento.				
<b>Objetivo:</b> Mejorar la percepción de los socios sobre los servicios financieros, agilizando la resolución de errores.				
Actividades	Recursos	Responsables	Medios de verificación	Resultados esperados
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñar un sistema de resolución de problemas más eficiente en línea y agencias físicas.</li> <li>- Capacitar al personal de call center sobre procedimientos de resolución rápida y manejo de quejas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Humanos: Equipo de dos personas de Tecnología de la Información (TI) y personal de atención al cliente para capacitación.</li> <li>- Tecnológicos: Software de gestión de reclamos y tickets.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jefe del área de atención al cliente.</li> <li>- Equipo de TI y consultores externos para rediseñar procesos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registro de tiempos promedio de resolución de errores antes y después de la implementación.</li> <li>- Reporte mensual del número de reclamos resueltos dentro del tiempo establecido.</li> <li>- Encuestas de satisfacción sobre la atención recibida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disminución del tiempo promedio de resolución de errores a menos de 48 horas.</li> <li>- Incremento en 0,5 puntos de la dimensión de precisión y fiabilidad que afecta a la calidad de los servicios financieros.</li> </ul>

Por otro lado, en la Tabla 35 se plantean los inconvenientes que presenta la banca digital, tomando en cuenta las dimensiones fiabilidad y utilidad percibida, las cuales recibieron las calificaciones más bajas, siendo esta variable la que debe recibir la mayor prioridad debido a su estrecha relación con la satisfacción general de los socios y su creciente rol dentro de las transacciones cotidianas.

**Tabla 35.** Problema identificado de la banca digital

Variable	Dimensión	Hallazgo	Problema central
Calidad de la Banca digital	Fiabilidad Utilidad Percibida	En la COAC Padre Julián Lorente y la CACPE Loja, la banca móvil presenta inconvenientes, tiempos de respuesta lentos y pocas funcionalidades.	La banca móvil presenta tiempos de carga que no son del agrado de los socios, cuando tienen la intención de realizar una transferencia o el pago de algún producto o servicio, la aplicación puede presentar interrupciones como cierre de la aplicación o errores para completarse las transacciones, esto en conjunto con las pocas funcionalidades, puede bajar la satisfacción de los socios

La Tabla 36 se establece la estrategia para mejorar la calidad de la banca digital, centrándose en dos de las dimensiones con menor calificación por parte de los socios dentro de la COAC Padre Julián Lorente y la CACPE Loja debido a que ambas cuentan con una calificación general de la calidad de la banca digital baja en comparación con la COOPMEGO, siendo los tiempos de carga, interrupciones de la banca móvil y falta de funciones el principal problema. La estrategia propuesta se centra principalmente en optimizar los tiempos y mejorar la infraestructura tecnológica con el fin de reducir los tiempos de carga, disminuir el número de interrupciones y aumentar el número de funcionalidades dentro de la banca móvil. El desarrollo de la estrategia es posible solo si las cooperativas dan mayor importancia al departamento tecnológico.

**Tabla 36.** Estrategia para mejorar la calidad de la banca digital

<b>Estrategia:</b> Mejoras funcionales y de rendimiento en la banca digital.				
<b>Problema:</b> Banca digital con pocas funcionalidades y mal optimizada.				
<b>Objetivo:</b> Incrementar la experiencia del usuario mediante la incorporación de nuevas funcionalidades y optimización de tiempos de carga en la banca digital.				
<b>Actividades</b>	<b>Recursos</b>	<b>Responsables</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Resultados esperados</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de rendimiento y optimización del código</li> <li>- Mejoras en infraestructura tecnológica sobre todo en servidores.</li> <li>- Aumento de las funcionalidades dentro de la banca móvil.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Humanos: Equipo de desarrolladores especializados en optimización de software, equipo de desarrollo y testeo de nuevas funciones.</li> <li>- Tecnológicos: Herramientas de análisis como New Relic o AppDynamics y servidores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jefe de tecnología</li> <li>- Desarrolladores y proveedor de servicios de hosting.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registro de tiempos de carga promedio antes y después de las optimizaciones.</li> <li>- Métricas de interrupciones registradas por los usuarios y el sistema.</li> <li>- Registro de nuevos usuarios de banca móvil.</li> <li>- Registro de número de usos de nuevas funciones dentro de la aplicación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reducción del tiempo promedio de carga de la aplicación móvil en un 50 %.</li> <li>- Aumento en 0,5 puntos en la dimensión de fiabilidad que afecta la calidad de la banca digital.</li> <li>- Aumento del 15 % de usuarios dentro de la banca móvil.</li> </ul>

## 7. Discusión

Los resultados obtenidos en el desarrollo de la investigación ofrecen un panorama general de cómo se financian las COACs pertenecientes al segmento 1 de la ciudad de Loja, se encontró que dos de las tres cooperativas tienen alrededor del 18 % de los activos financiados con el patrimonio, lo que contradice los hallazgos de Cruz y Pérez (2020), quienes encontraron que la mayoría de SOCAPS en México, entidades similares a las COACs en Ecuador, están financiadas en un porcentaje elevado por capital propio.

Además, en lo que respecta a la composición del activo, se encontró que en dos de las tres cooperativas sus principales cuentas fueron la cartera de crédito y los fondos disponibles, los cuales se encuentran dentro de los rangos recomendados por la SEPS, sin embargo, la COOPMEGO cuenta con tres cuentas principales, siendo la cartera de crédito, inversiones y fondos disponibles, dando como resultado que la cartera de crédito no se encuentre en el rango recomendado de 70 – 80 %, con un valor de 60,57 %, esto se encuentra en relación a los resultados encontrados por Chasi (2020), en donde se obtuvo que la cartera de créditos de una cooperativa del mismo segmento está muy por debajo del rango recomendado, siendo del 58 %, compensado esto con un nivel alto de inversiones.

Por otro lado, los resultados referentes a la satisfacción con la calidad de las diferentes variables estudiadas, mostró una correlación significativa para todas las variables, por lo que, se rechazan las hipótesis nulas y se aceptan las hipótesis del investigador. Adicionalmente, se evidenció que los socios están muy satisfechos con los productos financieros, sin embargo, le dieron una calificación baja a su calidad y, además, se encontró que tienen una correlación significativa moderada con la satisfacción de los socios, esto se asemeja a lo expuesto por Gaviria y Suarez (2017) quienes manifestaron que los clientes de las entidades de créditos en Colombia están medianamente satisfechos los productos financieros, agregado a esto, Sirait et al. (2020) y Gratia et al (2023), también mencionan que la calidad de los productos no tiene un impacto significativo en la satisfacción general.

En lo que respecta a la satisfacción con los servicios financieros se encontró una alta satisfacción y una correlación significativa fuerte, similar a lo encontrado por Supriyanto et al. (2023) y Lema et al. (2020), los que proponen que una gestión adecuada de la calidad del servicio tiene un gran impacto en la satisfacción general de los socios, puesto que, la alta satisfacción del cliente aumenta la fidelidad y dan como resultado beneficios a largo plazo para la institución.

Adicionalmente, se determinó que aunque la calidad de la banca digital fue baja en relación a las demás por motivo de que una parte considerable de los socios son adultos mayores, esta tiene una correlación significativa muy fuerte con la satisfacción general, esto lo respalda Cueva (2018), el cual manifiesta que los clientes tienen una satisfacción aceptable con la institución debido a la innovación tecnológica de la misma, además, Medita et al. (2022)

también resalta que los clientes valoran mucho que las instituciones se mantengan a la vanguardia en lo que respecta a la banca digital. Esto es vital debido a que las dimensiones de la calidad de la banca digital abarcan aspectos de la interacción y comportamiento del cliente al momento de usarla, siendo que Halim et al. (2023) recalcan que los consumidores se muestran más atraídos a bancos que ofrezcan transacciones más rápidas, con mayor seguridad de su información bancaria y una gran diversidad de funcionalidad dentro de la banca digital.

Por último, se plantearon estrategias basadas en la dimensión peor calificada de cada una de las variables del estudio, donde de forma similar a lo propuesto por Lema et al. (2020), se enfocó en mejorar la capacidad de respuesta de las instituciones ante reclamos y sugerencias de los socios o clientes, lo que permitirá mejorar aún más la percepción de calidad de los servicios. Además, se creó una estrategia que busca optimizar los tiempos de respuesta y reducir los errores en el aplicativo móvil con el fin de facilitar y dar una mejor imagen de la banca móvil, esto se relaciona con lo que expone Vargas (2021), quien manifiesta que las nuevas tecnologías y la optimización del software es una estrategia fundamental en el acceso a los productos y servicios por parte de la población.

Los resultados de esta investigación responden al objetivo general de la investigación de evaluar la satisfacción de los socios con los productos y servicios como estrategia de sostenibilidad de las COACs del segmento 1 de la ciudad de Loja pues dan un panorama integral que permite comprender mejor las dinámicas que influyen en la satisfacción de los usuarios e hizo posible plantear estrategias con base en las deficiencias encontradas con el propósito de garantizar la sostenibilidad de estas instituciones al mejorar la relación socio-cooperativa. Además, resaltan exclusivamente, el caso de las entidades financieras del segmento 1 de la ciudad de Loja, sin embargo, los diferentes datos que se obtuvieron como la percepción de la calidad y la satisfacción se pueden generalizar a entidades del mismo segmento en todo el país, puesto que en su mayoría cuentan con todos los aspectos analizados en este estudio como, por ejemplo, la banca móvil.

Es importante que se realicen estudios adicionales que busquen profundizar aún más en las diferentes dimensiones para medir la calidad de las variables, puesto que, no existe una sola escala de medida, la literatura existente ofrece diversas escalas en las que cuestiones de alto interés como la calidad de la banca digital se puede calificar en dimensiones más específicas. Alguna de las limitaciones del estudio fue la colaboración limitada entre el investigador y los sujetos de estudios que fueron los socios, esto en razón de que la interacción fue corta y no se logró profundizar demasiado en opiniones más específicas sobre temas de interés, debido a que la recolección de los datos se realizó en formato de encuesta.

## 8. Conclusiones

En los diversos objetivos planteados en la investigación se encontraron diversos resultados que dan una idea general de la situación financiera, económica y de percepción de las COACs, en el primer objetivo se encontró que la CACPE Loja y la COOPMEGO siguen una estructura basada en el fortalecimiento patrimonial, con un patrimonio cercano al 20 %, y gastos operativos controlados que no exceden el 44 %. Además, la CACPE Loja muestra mayor eficiencia financiera, obteniendo un ROE de 5,17 % con un índice de morosidad de 4,49 % y presentando los indicadores de eficiencia financiera más altos.

En cuanto a la satisfacción de los socios, se determinó que existe un alto nivel de satisfacción general con las cooperativas del segmento 1, aunque con diferencias en la percepción de la calidad de los diferentes aspectos analizados. Los servicios financieros fueron mejor calificados en cuanto a calidad, destacando la accesibilidad y la claridad de la información. La banca digital, aunque con una calificación media, mostró una correlación muy fuerte con la satisfacción general, evidenciando su importancia en la experiencia del usuario.

Finalmente, se plantearon estrategias para mejorar la calidad de los servicios financieros y la banca digital, enfocándose en las dimensiones precisión y fiabilidad, fiabilidad y utilidad percibida, las cuales obtuvieron las calificaciones más bajas y que las variables a las que pertenecen mostraron una fuerte correlación con la satisfacción. Por tal motivo, se propuso una estrategia para mejorar la resolución de errores en los servicios financieros, buscando reducir los tiempos de respuesta a través de un nuevo sistema de clasificación y una estrategia para optimizar la banca móvil, con el objetivo de reducir los tiempos de carga, aumentar las funciones dentro de la aplicación y lograr un impacto directo en la satisfacción de los usuarios.

## **9. Recomendaciones**

En primer lugar, se recomienda a futuros investigadores realizar un análisis comparativo de un rango de tiempo mayor de las instituciones que componen el segmento 1 de la ciudad de Loja, para lograr una mayor comprensión de su evolución y cómo afectaría su situación actual en la futura aplicación de estrategias que busquen mejorar la satisfacción de sus socios.

De la misma forma, se recomienda que se analice la calidad de las variables de esta investigación con otras escalas de medida y de forma individual, puesto que permitirá profundizar de mejor manera en la satisfacción de los socios y medir el impacto en la satisfacción de las diferentes variables con modelos de regresión que permitan conocer con mayor certeza su nivel de influencia

Finalmente, se recomienda a las COACs del segmento 1 de la ciudad de Loja que tomen en consideración los resultados obtenidos en lo referente a la calidad de los productos, servicios, banca digital y su nivel de correlación con la satisfacción de los socios, así mismo consideren las estrategias propuestas en esta investigación para mejorar la satisfacción de los socios.

## 10. Bibliografía

- Asmundson, I. (2011). What Are Financial Services?. *Finance & Development*, 48(1), 46-47.  
<https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2011/03/pdf/basics.pdf>
- AsoBanca. (2024). Evolución de la Banca Privada Ecuatoriana. [PDF].  
<https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2024/01/Evolucion-de-la-Banca-12-2023-1.pdf>
- Bahia, K. & Nantel, J. (2000). A reliable and valid measurement scale for the perceived service quality of banks. *International Journal of Bank Marketing*, 18(2), 84-91.  
<https://doi.org/10.1108/02652320010322994>
- Banco Internacional. (2021a). ¿Qué es y cómo funciona el sistema financiero ecuatoriano?  
<https://www.bancointernacional.com.ec/que-es-y-como-funciona-el-sistema-financiero-ecuatoriano/>
- Banco Internacional. (2021b). Tipos de productos financieros.  
<https://www.bancointernacional.com.ec/tipos-de-productos-financieros/>
- Barbei, A., Neira, G., González, P., & Zinno, F. (2018). Indicadores de gestión en las entidades públicas. *CECIN*. [PDF].  
<https://www.econo.unlp.edu.ar/frontend/media/18/14018/112a1ab5f4da67955295d15b135b38e1.pdf>
- Brady, M., & Cronin, J. (2001). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34-49.  
<https://doi.org/10.1509/jmkg.65.3.34.18334>
- Burgos, F. (2021). Calidad: Un enfoque conceptual y definiciones. *Revista de Ingeniería Industrial*, 20(1), 1-15. <https://doi.org/10.22320/S07179103/2021.03>
- Cámara de Comercio de Madrid. (2023). Qué son los productos financieros y cuántos tipos hay. <https://www.mba-madrid.com/economia/productos-financieros/>
- Chasi, K. (2020). *Análisis financiero en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. y su incidencia en la toma de decisiones*. (Tesis de grado, Universidad Regional Autónoma de los Andes "UNIANDES"). Repositorio Institucional UNIANDES.  
<https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/12897>
- Código Orgánico Monetario y Financiero. (2020). Registro Oficial Suplemento No. 332. [PDF].  
[https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2021-03/BANCARIO-CODIGO\\_ORGANICO\\_MONETARIO\\_Y\\_FINANCIERO\\_LIBRO\\_I-24.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2021-03/BANCARIO-CODIGO_ORGANICO_MONETARIO_Y_FINANCIERO_LIBRO_I-24.pdf)
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Registro Oficial No. 449. [PDF].  
<https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-06/CONSTITUCION%202008.pdf>
- Cooperativa de Ahorro y Crédito CACPE Loja. (15 de octubre de 2024). *Transparencia*.  
<https://cacpeoja.fin.ec/Transparencia>

- Cooperativa de Ahorro y Crédito COOPMEGO. (15 de octubre de 2024). *Indicadores de buen gobierno 2023*. [PDF]. <https://coopmego.com/wp-content/uploads/2024/03/Indicadores-de-buen-gobierno-2023.pdf>
- Cooperativa de Ahorro y Crédito Padre Julián Lorente. (15 de octubre de 2024). *Historia*. <https://lorente.fin.ec/historia/>
- Corporación Financiera Nacional. (2018). *Preguntas frecuentes: Programa de educación financiera (PEF)*. [PDF]. <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2018/07/PREGUNTAS-FRECUENTES.pdf>
- Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Cruz, L., Pérez, F. (2020). Evaluación de la estructura de capital de las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo de México. *REVESCO*, 136(4), 128-152. <https://dx.doi.org/10.5209/reve.71858>
- Cueva, G. (2018). *Evaluación de las preferencias del cliente en lo relacionado al uso de los productos y servicios financieros que oferta el Banco Pichincha Agencia Loja, en el periodo septiembre 2016 a septiembre 2017*. (Tesis de grado, Universidad Nacional de Loja). Colecciones Digitales Uniminutos. <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/20609>
- Deming, W. (1986). *Out of the crisis*. MIT Press. <https://zlib.pub/book/out-of-the-crisis-1psu5bq0a4a8>
- Gaviria, A. y Suárez, C. (2017). *Percepción de las personas acerca de la prestación servicios y productos financieros que ofrecen los establecimientos de crédito en la ciudad de Villavicencio*. (Tesis de grado, Corporación Universitaria Minuto de Dios). Colecciones Digitales Uniminutos. <https://core.ac.uk/reader/548472940>
- Gratia, L., Ratu, P. & Swastika, Y. (2023). The effect of product quality and service quality, customer satisfaction on customer loyalty. *Indonesian Marketing Journal*, 3(1), 21-33. <http://dx.doi.org/10.19166/imj.v3i1.6854>
- Halim, H., Basar, S., Hamzah, H., Sukri, N. & Bhuiyan, A. (2023). Customer satisfaction on e-banking services among university students in malaysia. *Asian Finance & Banking Review*, 7(1), 1-9. <https://doi.org/10.46281/asfbr.v7i1.1916>
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, Ch. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill Education. <https://doi.org/10.22201/fesc.20072236e.2019.10.18.6>
- Jácome, H. (2021). *Inclusión financiera en Ecuador: el cooperativismo de ahorro y crédito como alternativa*. Universidad de Santiago de Compostela: Editorial Grupo de Análise Territorial. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/152075-opav>

- Junta de Política y Regulación Financiera. (2023). Resolución No. JPRF-F-2023-074. [https://jprf.gob.ec/resoluciones\\_jprf/resolucion-no-jprf-f-2023-074/](https://jprf.gob.ec/resoluciones_jprf/resolucion-no-jprf-f-2023-074/)
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2007). *Marketing*. (Decimoprimer edición). PEARSON EDUCACIÓN. [PDF]. <https://drive.google.com/file/d/15B7OrR1hUgwn3mW3zZ8fILNYrw0-zlqZ/view>
- Lema, A., Cuenca, D. y Córdova, B. (2020). Calidad y servicio al cliente en una cooperativa de ahorro y crédito del cantón Riobamba. *Uniandes Episteme*, 7(4), 476-487. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8298186>
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (2018). Registro Oficial Suplemento No. 444. [PDF]. <https://www.finanzaspopulares.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/09/LOEPS.pdf>
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 5-55. [PDF]. [https://legacy.voteview.com/pdf/Likert\\_1932.pdf](https://legacy.voteview.com/pdf/Likert_1932.pdf)
- Lopera, J., Ramírez, C., Zuluaga, M. y Ortiz, J. (2010). El método analítico como método natural. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 25(1). [PDF]. <https://www.redalyc.org/pdf/181/18112179017.pdf>
- Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. *CienciAmérica*, 3(1), 47-50. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>
- Macías-Arteaga, M., & Sánchez-Arteaga, A. (2022). El análisis financiero: Un instrumento de evaluación financiera en la empresa La Fabril. *Revista Científica Multidisciplinaria SAPIENTIAE*, 5(10), 2–20. <https://doi.org/10.56124/sapientiae.v5i10.0050>
- Mangmee, N. & Kookkaew, P. (2023). Service quality and customer relationship management to customer loyalty on credit products of Kasikorn Bank in Suphanburi, Thailand. *Asian Administration and Management Review*, 1(6), 72-81. <https://doi.org/10.14456/aamr.2023.7>
- Martínez, M., Tuya, L., Martínez, M, Pérez, A. y Cánovas, A. (2009). El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman caracterización. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, 8(2). [PDF]. <https://www.redalyc.org/pdf/1804/180414044017.pdf>
- Medina, J., Ríos, O. y Ortiz, F. (2022). Confianza y calidad de la información para la satisfacción y lealtad del cliente en el e-Banking con el uso del teléfono celular. *Contaduría y Administración*, 67(1), 283-304. <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2022.2965>
- Miler, S. (2011). Tipos de investigación científica. *Revista de Actualización Clínica Investiga*, 12, 621-624. [PDF]. [http://revistasbolivianas.umsa.bo/pdf/raci/v12/v12\\_a11.pdf](http://revistasbolivianas.umsa.bo/pdf/raci/v12/v12_a11.pdf)
- Palmett, A. (2020). Métodos inductivo, deductivo y teoría de la pedagogía crítica. *Revista Crítica Transdisciplinar*, 3(1), 36-42. [PDF]. <https://petroglifosrevistacritica.org/wp-content/uploads/2020/08/D-03-01-05.pdf>

- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. <https://psycnet.apa.org/record/1989-10603-001>
- Ramos-Galarza, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1-6. <http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Rodríguez, A. y Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista EAN*, (82), 179-200. <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Saravanan, R., & Rao, K. (2007). Measurement of service quality from the customer's perspective—An empirical study. *Total Quality Management*, 18(4), 435-449. <https://doi.org/10.1080/14783360701232052>
- Sirait H., Lubis AN. & Gultom P. (2020). Effect of product quality and service quality towards loyalty through customer satisfaction at the Taplus BNI Medan Petisah sub branch. *International Journal of Research and Review*, 7(6), 202-208. [https://www.ijrrjournal.com/IJRR\\_Vol.7\\_Issue.6\\_June2020/IJRR0028.pdf](https://www.ijrrjournal.com/IJRR_Vol.7_Issue.6_June2020/IJRR0028.pdf)
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2022). *Dataseps*. [PDF]. <https://estadisticas.seps.gob.ec/wp-content/uploads/2022/02/Nota-tecnica-indicadores-financieros-v1.0.pdf>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (10 de octubre de 2024). *Dataseps*. [Archivo Excel]. <https://data.seps.gob.ec/#/dashboards/analytics/0/5>
- Supriyanto, M., Siswanto & Rahayu Y. (2023). Factors Affecting Customer Loyalty of Bank Syariah Indonesia. *International Journal of Social Science and Business*, 7(2), 416-424. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i2.53520>
- Toledo, M., Álvarez, E., Espinoza, I., Celis, P. y Jiménez, D. (2023). La estadística, una herramienta indispensable para la investigación en Ciencias de la Salud. *South Florida Journal of Development*, 4(10), 3957–3967. <https://doi.org/10.46932/sfjdv4n10-018>
- Ullah N. (2021). *The Influence Of E-Banking Service Quality on Customer Loyalty: A Moderated Mediation Approach*. (Working Paper Universitätsbibliothek, Ludwig-Maximilians Universität München). <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/108577>
- Vargas, A. (2022). La banca digital: Innovación tecnológica en la inclusión financiera en el Perú. *Industrial Data*, 24(2), 99-120. <https://doi.org/10.15381/idata.v24i2.20351>
- Vershinina, O. (2017). *Customer Satisfaction in the Banking Sector: A Study of Russian Bank PAO "Sberbank"*. (Tesis de grado, Oulu University of Applied Sciences). Oulun ammattikorkeakoulu. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2017112818523>

Zapata, P. (2017). *Contabilidad general con base en las normas internacionales de información financiera*. (Octava edición). Alpha Editorial.  
[https://www.academia.edu/49055105/Contabilidad\\_general\\_NIF\\_Pedro\\_Zapata\\_Sanchez](https://www.academia.edu/49055105/Contabilidad_general_NIF_Pedro_Zapata_Sanchez)

## 11. Anexos

### Anexo A.

Cuestionario aplicado

Herramienta	Apartado / Dimensión	Indicador	Preguntas	Escala de respuesta	
Encuesta	Caracterización de los socios	Características Demográficas	- Cooperativa de Ahorro y Crédito a la que pertenece.	*Cooperativa de Ahorro y Crédito CACPE Loja, Cooperativa de Ahorro y Crédito Padre Julián Lorente, Cooperativa de Ahorro y Crédito COOPMEGO	
			- Sexo	*Hombre-Mujer	
		- Edad	*De 13 a 18 años, De 19 a 39 años, De 40 a 59 años, De 60 en adelante.		
		- Nivel de educación	*Primaria, Secundaria, Bachillerato, Tercer nivel, Cuarto nivel.		
		- Estado civil	*Soltero, Casado, Divorciado, Viudo, Unión de hecho.		
	Calidad de los Productos financieros	Durabilidad	- Ingreso mensual	Menor a 460 USD, Entre 461 USD a 920 USD, Entre 921 USD a 1380 USD, De 1381 en adelante.	
			Cumplimiento de precios	- Las tasas de interés ofrecidas por la cooperativa para préstamos son competitivas en comparación con otras instituciones financieras.	* Totalmente de acuerdo – Totalmente en desacuerdo
			- Los beneficios promocionales como reducciones temporales en tasas de interés de préstamos tienen una duración adecuada para aprovecharlos.	* Totalmente de acuerdo – Totalmente en desacuerdo	
	Beneficio	- Las cuentas de ahorro programado ofrecen una tasa de interés adecuada para el monto mínimo mensual requerido.	* Totalmente de acuerdo – Totalmente en desacuerdo		

	Confiabilidad	- Los depósitos a plazo fijo que ofrece la cooperativa funcionan de manera consistente tal y como se describe o publicita.	* Totalmente de acuerdo – Totalmente en desacuerdo
Calidad de los Servicios Financieros	Eficacia y garantía	- Las transacciones financieras realizadas en la cooperativa se completan con rapidez y garantía.	* Totalmente de acuerdo – Totalmente en desacuerdo
	Acceso	- Los horarios y canales de atención de la cooperativa son accesibles y adecuados para sus necesidades.	* Totalmente de acuerdo – Totalmente en desacuerdo
	Precio	- El costo de emisión de la tarjeta de débito por primera vez es razonable y accesible.	* Totalmente de acuerdo – Totalmente en desacuerdo
	Tangibles	- Las cartolas proporcionadas por la cooperativa presentan información precisa y entendible.	* Totalmente de acuerdo – Totalmente en desacuerdo
	Diversidad	- La variedad de servicios financieros que proporciona la cooperativa es adecuada y cubre todas sus necesidades financieras.	* Totalmente de acuerdo – Totalmente en desacuerdo
	Precisión y fiabilidad	- La cooperativa resuelve de manera precisa e inmediata cualquier error o inconsistencia en sus servicios financieros por medio del call center.	* Totalmente de acuerdo – Totalmente en desacuerdo
	Calidad de la Banca digital	Fiabilidad	- Los tiempos de carga o espera al momento de hacer uso de la banca móvil de la cooperativa son de corta duración.
Seguridad		- La banca web y la banca móvil cuentan con medidas de seguridad adecuadas para proteger su información bancaria.	* Totalmente de acuerdo – Totalmente en desacuerdo
Utilidad percibida		- La banca web y la banca móvil cuentan con los productos y servicios financieros necesarios para	* Totalmente de acuerdo – Totalmente en desacuerdo

		motivarlo a usar estos canales digitales.	
Satisfacción General	Satisfacción con los productos financieros	- Estoy satisfecho con los productos financieros ofertados por la cooperativa.	* Totalmente de acuerdo – Totalmente en desacuerdo
	Satisfacción con los servicios financieros	- Estoy satisfecho con los servicios financieros ofertados por la cooperativa.	* Totalmente de acuerdo – Totalmente en desacuerdo
	Satisfacción con la banca digital	- Estoy satisfecho con los canales digitales (banca web y banca móvil) proporcionados por la cooperativa.	* Totalmente de acuerdo – Totalmente en desacuerdo

## Anexo B. Indicadores financieros

	31-DIC-23		
	De la pequeña empresa Cacpe Loja Ltda	Padre Julian Lorente Ltda	Vicentina Manuel Esteban Godoy Ortega Limitada
<b>Índices de morosidad</b>			
Morosidad de la cartera total	4,49 %	4,97 %	8,42 %
<b>Rentabilidad</b>			
Resultados del ejercicio / patrimonio promedio	5,17 %	0,76 %	5,21 %
Resultados del ejercicio / activo promedio	0,89 %	0,08 %	0,90 %
<b>Intermediación financiera</b>			
Cartera bruta / (depósitos a la vista + depósitos a plazo)	110,34 %	102,68 %	90,33 %
<b>Eficiencia financiera</b>			
Margen de intermediación estimado / patrimonio promedio	1,79 %	-3,60 %	1,50 %
Margen de intermediación estimado / activo promedio	0,32 %	-0,41 %	0,26 %

## Anexo C.

Promedio de las dimensiones de la calidad de los productos financieros de la CACPE Loja

Escala	1			2			3			4			5			PT	FT	PF
	Totalmente en desacuerdo			En desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo			Totalmente de acuerdo					
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P			
Cumplimiento de precios	0	1	0	7	2	14	25	3	75	36	4	144	2	5	10	243	70	3,47
Durabilidad	0	1	0	1	2	2	31	3	93	36	4	144	2	5	10	249	70	3,56
Beneficio	0	1	0	3	2	6	61	3	183	6	4	24	0	5	0	213	70	3,04
Confiable	0	1	0	1	2	2	23	3	69	42	4	168	4	5	20	259	70	3,70
<b>Total</b>																		<b>3,44</b>

*Nota.* F = Frecuencia (Número de encuestados); C = Calificación (Calificación en escala de Likert); P = Puntaje (Frecuencia \* Calificación); PT = Puntaje Total (Suma de Puntajes); FT = Frecuencia Total

(Total de encuestados); PF = Puntaje Final (Frecuencia Total / Puntaje Total); Total = Puntaje Final de la variable.

#### Anexo D.

Promedio de las dimensiones de la calidad de los servicios financieros de la CACPE Loja

Dimensiones	1			2			3			4			5			PT	FT	PF	
	Totalmente en desacuerdo			En desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo			Totalmente de acuerdo						
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P				
Eficacia y garantía	0	1	0	4	2	8	6	3	18	54	4	216	6	5	30	272	70	3,89	
Acceso	0	1	0	4	2	8	4	3	12	54	4	216	8	5	40	276	70	3,94	
Precio	0	1	0	1	2	2	27	3	81	40	4	160	2	5	10	253	70	3,61	
Tangibles	0	1	0	0	2	0	7	3	21	55	4	220	8	5	40	281	70	4,01	
Diversidad	0	1	0	1	2	2	11	3	33	53	4	212	5	5	25	272	70	3,89	
Precisión y fiabilidad	0	1	0	6	2	12	15	3	45	47	4	188	2	5	10	255	70	3,64	
<b>Total</b>																			<b>3,83</b>

*Nota.* F = Frecuencia (Número de encuestados); C = Calificación (Calificación en escala de Likert); P = Puntaje (Frecuencia \* Calificación); PT = Puntaje Total (Suma de Puntajes); FT = Frecuencia Total (Total de encuestados); PF = Puntaje Final (Frecuencia Total / Puntaje Total); Total = Puntaje Final de la variable.

#### Anexo E.

Promedio de las dimensiones de la calidad de la banca digital de la CACPE Loja

Dimensiones	1			2			3			4			5			PT	FT	PF	
	Totalmente en desacuerdo			En desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo			Totalmente de acuerdo						
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P				
Fiabilidad	0	1	0	1	2	2	28	3	84	38	4	152	3	5	15	253	70	3,61	
Seguridad	0	1	0	2	2	4	33	3	99	31	4	124	4	5	20	247	70	3,53	
Utilidad percibida	0	1	0	4	2	8	31	3	93	31	4	124	4	5	20	245	70	3,50	
<b>Total</b>																			<b>3,55</b>

*Nota.* F = Frecuencia (Número de encuestados); C = Calificación (Calificación en escala de Likert); P = Puntaje (Frecuencia \* Calificación); PT = Puntaje Total (Suma de Puntajes); FT = Frecuencia Total (Total de encuestados); PF = Puntaje Final (Frecuencia Total / Puntaje Total); Total = Puntaje Final de la variable.

#### Anexo F.

Promedio de los aspectos de la satisfacción general de la CACPE Loja

Aspectos	1			2			3			4			5			PT	FT	PF
	Totalmente en desacuerdo			En desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo			Totalmente de acuerdo					
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P			
Satisfacción con productos financieros los	0	1	0	2	2	4	11	3	33	50	4	200	7	5	35	272	70	3,89
Satisfacción con servicios financieros los	0	1	0	4	2	8	3	3	9	57	4	228	6	5	30	275	70	3,93

Satisfacción con la banca digital	0	1	0	5	2	10	33	3	99	26	4	104	6	5	30	243	70	3,47
<b>Total</b>																		<b>3,76</b>

*Nota.* F = Frecuencia (Número de encuestados); C = Calificación (Calificación en escala de Likert); P = Puntaje (Frecuencia \* Calificación); PT = Puntaje Total (Suma de Puntajes); FT = Frecuencia Total (Total de encuestados); PF = Puntaje Final (Frecuencia Total / Puntaje Total); Total = Puntaje Final de la variable.

### Anexo G.

Promedio de las dimensiones de la calidad de los productos financieros de la COAC Padre Julián Lorente

Dimensiones	Escala 1			Escala 2			Escala 3			Escala 4			Escala 5			PT	FT	PF
	Totalmente en desacuerdo			En desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo			Totalmente de acuerdo					
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P			
Cumplimiento de precios	0	1	0	6	2	12	23	3	69	71	4	284	9	5	45	410	109	3,76
Durabilidad	1	1	1	9	2	18	35	3	105	59	4	236	5	5	25	385	109	3,53
Beneficio	0	1	0	9	2	18	26	3	78	66	4	264	8	5	40	400	109	3,67
Confiabilidad	1	1	1	4	2	8	23	3	69	67	4	268	14	5	70	416	109	3,82
<b>Total</b>																		<b>3,69</b>

*Nota.* F = Frecuencia (Número de encuestados); C = Calificación (Calificación en escala de Likert); P = Puntaje (Frecuencia \* Calificación); PT = Puntaje Total (Suma de Puntajes); FT = Frecuencia Total (Total de encuestados); PF = Puntaje Final (Frecuencia Total / Puntaje Total); Total = Puntaje Final de la variable.

### Anexo H.

Promedio de las dimensiones de la calidad de los servicios financieros de la COAC Padre Julián Lorente

Dimensiones	Escala 1			Escala 2			Escala 3			Escala 4			Escala 5			PT	FT	PF
	Totalmente en desacuerdo			En desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo			Totalmente de acuerdo					
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P			
Eficacia y garantía	1	1	1	9	2	18	4	3	12	79	4	316	16	5	80	427	109	3,92
Acceso	0	1	0	10	2	20	1	3	3	84	4	336	14	5	70	429	109	3,94
Precio	0	1	0	3	2	6	29	3	87	66	4	264	11	5	55	412	109	3,78
Tangibles	0	1	0	4	2	8	6	3	18	86	4	344	13	5	65	435	109	3,99
Diversidad	0	1	0	7	2	14	16	3	48	77	4	308	9	5	45	415	109	3,81
Precisión y fiabilidad	1	1	1	6	2	12	34	3	102	63	4	252	5	5	25	392	109	3,60
<b>Total</b>																		<b>3,84</b>

*Nota.* F = Frecuencia (Número de encuestados); C = Calificación (Calificación en escala de Likert); P = Puntaje (Frecuencia \* Calificación); PT = Puntaje Total (Suma de Puntajes); FT = Frecuencia Total (Total de encuestados); PF = Puntaje Final (Frecuencia Total / Puntaje Total); Total = Puntaje Final de la variable.

### Anexo I.

Promedio de las dimensiones de la calidad de la banca digital de la COAC Padre Julián Lorente

Aspectos	Escala 1			Escala 2			Escala 3			Escala 4			Escala 5			PT	FT	PF	
	Totalmente en desacuerdo			En desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo			Totalmente de acuerdo						
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P				
Fiabilidad	3	1	3	8	2	16	40	3	120	53	4	212	5	5	25	376	109	3,45	
Seguridad	1	1	1	2	2	4	32	3	96	60	4	240	14	5	70	411	109	3,77	
Utilidad percibida	0	1	0	5	2	10	43	3	129	52	4	208	9	5	45	392	109	3,60	
<b>Total</b>																			<b>3,61</b>

*Nota.* F = Frecuencia (Número de encuestados); C = Calificación (Calificación en escala de Likert); P = Puntaje (Frecuencia \* Calificación); PT = Puntaje Total (Suma de Puntajes); FT = Frecuencia Total (Total de encuestados); PF = Puntaje Final (Frecuencia Total / Puntaje Total); Total = Puntaje Final de la variable.

### Anexo J.

Promedio de los aspectos de la satisfacción general de la COAC Padre Julián Lorente

Aspectos	Escala 1			Escala 2			Escala 3			Escala 4			Escala 5			PT	FT	PF	
	Totalmente en desacuerdo			En desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo			Totalmente de acuerdo						
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P				
Satisfacción con los productos financieros	0	1	0	1	2	2	11	3	33	84	4	336	13	5	65	436	109	4,00	
Satisfacción con los servicios financieros	0	1	0	4	2	8	6	3	18	88	4	352	11	5	55	433	109	3,97	
Satisfacción con la banca digital	2	1	2	1	2	2	30	3	90	68	4	272	8	5	40	406	109	3,72	
<b>Total</b>																			<b>3,90</b>

*Nota.* F = Frecuencia (Número de encuestados); C = Calificación (Calificación en escala de Likert); P = Puntaje (Frecuencia \* Calificación); PT = Puntaje Total (Suma de Puntajes); FT = Frecuencia Total (Total de encuestados); PF = Puntaje Final (Frecuencia Total / Puntaje Total); Total = Puntaje Final de la variable.

### Anexo K.

Promedio de las dimensiones de la calidad de los productos financieros de la COOPMEGO

Dimensiones	Escala 1			Escala 2			Escala 3			Escala 4			Escala 5			PT	FT	PF
	Totalmente en desacuerdo			En desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo			Totalmente de acuerdo					
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P			
Cumplimiento de precios	3	1	3	8	2	16	56	3	168	112	4	448	26	5	130	765	205	3,73
Durabilidad	3	1	3	15	2	30	69	3	207	99	4	396	19	5	95	731	205	3,57
Beneficio	1	1	1	24	2	48	49	3	147	105	4	420	26	5	130	746	205	3,64
Confiabilidad	1	1	1	6	2	12	49	3	147	109	4	436	40	5	200	796	205	3,88

**Total 3,70**

*Nota.* F = Frecuencia (Número de encuestados); C = Calificación (Calificación en escala de Likert); P = Puntaje (Frecuencia \* Calificación); PT = Puntaje Total (Suma de Puntajes); FT = Frecuencia Total (Total de encuestados); PF = Puntaje Final (Frecuencia Total / Puntaje Total); Total = Puntaje Final de la variable.

### Anexo L.

Promedio de las dimensiones de la calidad de los servicios financieros de la COOPMEGO

Escala	1			2			3			4			5			PT	FT	PF	
	Totalmente en desacuerdo			En desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo			Totalmente de acuerdo						
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P				
Eficacia y garantía	0	1	0	4	2	8	13	3	39	114	4	456	74	5	370	873	205	4,26	
Acceso	0	1	0	0	2	0	12	3	36	117	4	468	76	5	380	884	205	4,31	
Precio	2	1	2	2	2	4	27	3	81	108	4	432	66	5	330	849	205	4,14	
Tangibles	2	1	2	3	2	6	16	3	48	116	4	464	68	5	340	860	205	4,20	
Diversidad	1	1	1	5	2	10	28	3	84	118	4	472	53	5	265	832	205	4,06	
Precisión y fiabilidad	2	1	2	10	2	20	37	3	111	108	4	432	48	5	240	805	205	3,93	
<b>Total</b>																			<b>4,15</b>

*Nota.* F = Frecuencia (Número de encuestados); C = Calificación (Calificación en escala de Likert); P = Puntaje (Frecuencia \* Calificación); PT = Puntaje Total (Suma de Puntajes); FT = Frecuencia Total (Total de encuestados); PF = Puntaje Final (Frecuencia Total / Puntaje Total); Total = Puntaje Final de la variable.

### Anexo M.

Promedio de las dimensiones de la calidad de la banca digital de la COOPMEGO

Escala	1			2			3			4			5			PT	FT	PF	
	Totalmente en desacuerdo			En desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo			Totalmente de acuerdo						
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P				
Fiabilidad	3	1	3	7	2	14	39	3	117	105	4	420	51	5	255	809	205	3,95	
Seguridad	2	1	2	1	2	2	35	3	105	105	4	420	62	5	310	839	205	4,09	
Utilidad percibida	2	1	2	3	2	6	36	3	108	108	4	432	56	5	280	828	205	4,04	
<b>Total</b>																			<b>4,03</b>

*Nota.* F = Frecuencia (Número de encuestados); C = Calificación (Calificación en escala de Likert); P = Puntaje (Frecuencia \* Calificación); PT = Puntaje Total (Suma de Puntajes); FT = Frecuencia Total (Total de encuestados); PF = Puntaje Final (Frecuencia Total / Puntaje Total); Total = Puntaje Final de la variable.

### Anexo N.

Promedio de los aspectos de la satisfacción general de la COOPMEGO

Escala	1			2			3			4			5			PT	FT	PF
	Totalmente en desacuerdo			En desacuerdo			Ni de acuerdo, ni en desacuerdo			De acuerdo			Totalmente de acuerdo					
	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P	F	C	P			
Satisfacción con los productos financieros	1	1	1	4	2	8	17	3	51	132	4	528	51	5	255	843	205	4,11

Satisfacción con los servicios financieros	1	1	1	2	2	4	14	3	42	136	4	544	52	5	260	851	205	4,15
Satisfacción con la banca digital	2	1	2	3	2	6	34	3	102	106	4	424	60	5	300	834	205	4,07
<b>Total</b>																		<b>4,11</b>

*Nota.* F = Frecuencia (Número de encuestados); C = Calificación (Calificación en escala de Likert); P = Puntaje (Frecuencia \* Calificación); PT = Puntaje Total (Suma de Puntajes); FT = Frecuencia Total (Total de encuestados); PF = Puntaje Final (Frecuencia Total / Puntaje Total); Total = Puntaje Final de la variable.

Loja, 07 de abril de 2025

## CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

Yo, **Juan Carlos Cumbicus Merchan**, con cédula **0152126223**, con el “**Certificate of Proficiency in English**” otorgado por Fine Tuned English Language Institute.

### CERTIFICO:

Que he realizado la traducción de español al idioma inglés del resumen del presente estudio investigativo denominado: “**Satisfacción de los socios con los productos y servicios de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Loja**”, de autoría de **Juan Carlos Cumbicus Merchan** con cedula de identidad número **0152126223**, estudiante de la Carrera de Finanzas de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa. Dicho estudio se encontró bajo la dirección del Ing. Raquel Jesús Padilla Andrade, PhD., previo a la obtención del título de Licenciado en Finanzas.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso del presente en lo que este creyera conveniente.



Firmado electrónicamente por:  
**ANDREA IVANOVA**  
**CARRION JARAMILLO**

**Andrea Ivanova Carrión Jaramillo**  
**C.I.: 1104691108**