INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL, POPULAR Y SOLIDARIA

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GESTIÓN DE LAS FINANZAS POPULARES Y SOLIDARIAS

TÍTULO DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

“Percepción de la calidad de atención del servicio al socio en la C. A. C. Jardín Azuayo agencia de El Valle, Cuenca. Noviembre – febrero 2024”

CORDERO ARGUDO BRIAN DANIEL

QUIZHPI PAUCAR GLORIA BEATRIZ

Cuenca, marzo de 2024

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL, POPULAR Y SOLIDARIA

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GESTIÓN DE LAS FINANZAS POPULARES Y SOLIDARIAS

Percepción de la calidad de atención del servicio al socio en la C. A. C. Jardín Azuayo agencia de El Valle, Cuenca. Noviembre – febrero 2024

Trabajo de integración curricular como requisito previo para optar al Título de Tecnólogo en gestión de las finanzas populares y solidarias.

AUTORES: Cordero Argudo Brian Daniel
Quizhpi Paucar Gloria Beatriz

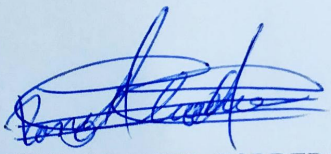
TUTOR: Mgs. Aguirre Quezada María Alejandra

Cuenca, marzo de 2024

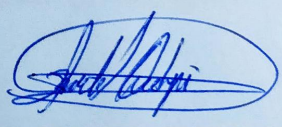
DERECHOS DE AUTOR

Nosotros, Cordero Argudo Brian Daniel y Quizhpi Paucar Gloria Beatriz, en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación, bajo la opción de trabajo de integración curricular, "Percepción de la calidad de atención del servicio al socio en la C. A. C. Jardín Azuayo agencia de El Valle, Cuenca. Enero – febrero 2024", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor del Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y Solidaria una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a nuestro favor todos los derechos de autores sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Asimismo, autorizamos al Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y Solidaria para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de integración curricular en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.



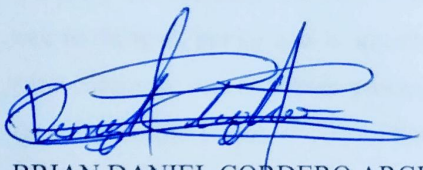
BRIAN DANIEL CORDERO ARGUDO
CC: 0350011151
Email: b.cordero@isteps.edu.ec



GLORIA BEATRIZ QUIZHPI PAUCAR
CC: 0105623852
Email: g.quizhpi@isteps.edu.ec

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y AUTENTICIDAD

Nosotros, Cordero Argudo Brian Daniel y Quizhpi Paucar Gloria Beatriz, declaramos que el presente trabajo de titulación, bajo la opción proyecto de integración curricular, es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros; con lo cual asumimos cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y se libera a la Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y Solidaria de toda responsabilidad.



BRIAN DANIEL CORDERO ARGUDO
CC: 0350011151
Email: b.cordero@isteps.edu.ec



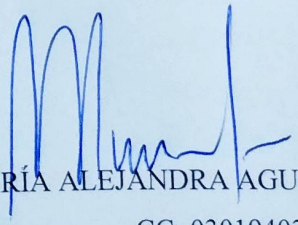
GLORIA BEATRIZ QUIZHPI PAUCAR
CC: 0105623852
Email: g.quizhpi@isteps.edu.ec

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Aguirre Quezada María Alejandra, en calidad de tutora del trabajo de titulación, bajo la opción proyecto de integración curricular, "Percepción de la calidad de atención del servicio al socio en la C. A. C. Jardín Azuayo agencia de El Valle, Cuenca. Noviembre – febrero 2024", elaborado por los estudiantes Cordero Argudo Brian Daniel y Quizhpi Paucar Gloria Beatriz, estudiantes de la Tecnología en Gestión de las Finanzas Populares y Solidarias, del Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y Solidaria, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en los campos técnico y metodológico para ser sometido a la evaluación por parte del jurado examinador que se designe, por lo que lo apruebo, a fin de que el trabajo de titulación sea habilitado para continuar con el debido proceso determinado por el Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y Solidaria.

Adicionalmente, cabe mencionar que el trabajo de titulación obtuvo un porcentaje del 6% de similitud mismo que ratifica la viabilidad y originalidad del texto.

En la ciudad de Cuenca, a los 20 días del mes de marzo del año 2024.



MARÍA ALEJANDRA AGUIRRE QUEZADA

CC: 0301940342

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi querida madre, Blanca Argudo Cabrera, pilar de mi vida y fuente inagotable de inspiración. Su amor y apoyo incondicional han sido mi guía constante, tanto en mis estudios como en cada paso que doy día a día.

Brian Daniel Cordero Argudo

Una especial dedicatoria de este trabajo a mi esposo Patricio Quizhpi a mis hijos Nicolas y Violetta que han sido uno de los principales pilares, no solo en este trabajo sino también en toda mi vida para ellos les dedico todo este esfuerzo con gran amor y cariño y que sea yo la inspiración de cada uno de ellos.

Gloria Beatriz Quizhpi Paucar

AGRADECIMIENTO

A mi madre que nunca ha dejado de creer en mí y a mi pareja que me ha ofrecido su apoyo incondicional a lo largo de este proyecto. A mi tutora Mgs. Aguirre Quezada María Alejandra quien me supo orientarnos en este proyecto de titulación. A Todos los docentes por compartir su sabiduría y guiar nuestro aprendizaje. Agradezco a la Cooperativa de ahorro y crédito Jardín Azuayo agencia El Valle por apoyo y colaboración durante el desarrollo de esta investigación. Al Ec. Marco Octavio Guaña Calle por permitirnos realizar esta investigación.

Brian Daniel Cordero Argudo

A mi esposo y a mis hijos que han sido mi apoyo fundamental en toda esta trayectoria. A mi tutora Mgs. Aguirre Quezada María Alejandra quien me supo orientarnos en este proyecto de titulación. A Todos los docentes por compartir su sabiduría y guiar nuestro aprendizaje. Agradezco a la Cooperativa de ahorro y crédito Jardín Azuayo por apoyo y colaboración durante el desarrollo de esta investigación en especial a la agencia de la parroquia El Valle. Al Ec. Marco Octavio Guaña Calle por permitirnos realizar esta investigación ya que con esto demuestra su compromiso con la comunidad y su disposición para facilitar información y recursos siendo fundamentales para el éxito de este proyecto.

Gloria Beatriz Quizhpi Paucar

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN 13
   1.1. Objetivo general 15
   1.2. Objetivos específicos 15
   1.3. Alcance y limitaciones 15
2. METODOLOGÍA 17
   Enfoque: 17
   Descriptiva: 17
   Temporalidad: 17
   Nivel: 17
   Diseño: 17
   Unidad de análisis: 17
   Población: 17
   Muestreo: 18
   Población: 18
   Muestra: 18
   Establecimiento de ejecución de la investigación: 18
   Variables 18
   Criterios de inclusión: 19
   Criterios de exclusión: 19
   Herramientas de recolección de datos: 19
   Plan de análisis de datos: 19
   Paquete estadístico de datos: 19
   Estructura del trabajo 19
3. DIAGNÓSTICO 21
4. IDENTIFICACIÓN 31
5. PROPUESTA 32
6. CONCLUSIONES 33

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Caracterización demográfica de la población de estudio 21
Tabla 2. Percepción general de la población encuestada.....22
Tabla 3. Percepción de la calidad de acuerdo a datos demográficos. 24
Tabla 4. Promedio de la percepción por dimensión.....25
Tabla 5. Valoración de la percepción de la calidad de acuerdo a su puntaje.....27
Tabla 6. Análisis de los 5 por qué.....29
Tabla 7. Propuesta problema-acción.....32

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Diagrama de Pareto categorizado por la metodología de las 5 M. 28

RESUMEN

La percepción de la calidad es uno de los pilares de la calidad total que influye directamente en el mejoramiento de los aspectos considerados para una atención al socio de calidad. Por ello, es importante analizar la calidad percibida de los usuarios de un servicio con el fin de establecer oportunidades de mejora continua que fomenten a prestar un servicio de primera. El objetivo de esta investigación es percepción de la calidad en la atención del servicio a socios atendidos en la C. A. C. Jardín Azuayo agencia de El Valle, Cuenca, durante el período noviembre – febrero 2024. Este es un estudio de tipo observacional descriptivo cuantitativo de temporalidad de noviembre 2023 a febrero del 2024. Se consideró una muestra de 260 individuos de ambos sexos entre 18 a 64 años que fueron seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. Se aplicó la encuesta ServQual y mediante el análisis de Pareto y cinco por qués se establecieron las causas raíz de las bajas puntuaciones. Como resultado se tuvo una percepción general de 3,93/5 lo que indica que la percepción es buena o alta. Sin embargo, existen aspectos como la dimensión sensibilidad que fueron percibidos con baja puntuación 3,82/5 lo que sugiere análisis para la consideración de oportunidades de mejora. En conclusión, la percepción de la calidad del servicio al cliente de la cooperativa fue encasillada como buena lo que indica un óptimo desempeño de parte del personal. No obstante, estos resultados están sujetos a mejora continua lo que permite incrementar el grado de satisfacción.

Palabras clave: percepción, calidad, servicio, atención.

ABSTRACT

The perception of quality is one of the pillars of total quality that directly influences the improvement of the aspects considered for quality customer service. Therefore, it is important to analyze the perceived quality of users of a service in order to establish opportunities for continuous improvement that encourage providing a first-class service. The objective of this research is the perception of quality in the service provided to members served at the C. A. C. Jardín Azuayo agency in El Valle, Cuenca, during the period November - February 2024. This is a quantitative descriptive observational study of the temporality of November 2023 to February 2024. A sample of 260 individuals of both sexes between 18 and 64 years old who were selected through non-probabilistic convenience sampling was considered. The ServQual survey was applied and through Pareto analysis and five whys the root causes of the low scores were established. As a result, there was a general perception of 3.93/5, which indicates that the perception is good or high. However, there are aspects such as the sensitivity dimension that were perceived with a low score of 3.82/5, which suggests analysis for the consideration of opportunities for improvement. In conclusion, the perception of the quality of the cooperative's customer service was classified as good, which indicates optimal performance on the part of the staff. However, these results are subject to continuous improvement, which allows the degree of satisfaction to increase.

Keywords: perception, quality, service, attention.

1. INTRODUCCIÓN

A nivel local, se sabe que la calidad de la atención de los servicios que se ofrecen en las diferentes cooperativas y entidades bancarias supone una alta prioridad debido a que esta determina la adherencia de los socios a la institución. Malpartida y colaboradores (2022) menciona que la calidad de la atención influye directamente en la satisfacción del usuario, por lo tanto, una buena prestación de los servicios con una alta calidad repercute directamente en la opinión final de este (Malpartida-Meza et al., 2022). En un estudio realizado por Oviedo y Loor (2021) sobre la calidad de los servicios que ofrecen las instituciones financieras en la ciudad de Portoviejo se identificó que existe una calidad de la atención catalogada como regular o mala debido a factores como procesos burocráticos, reprocesos (desperdicio Lean Manufacturing), comunicación deficiente acerca de cobros de nuevo servicio, plataformas poco amigables para el usuario, entre otros (Vanessa Oviedo-Jaramillo & Wilhem Loor-Colamarco, 2021). A pesar de que en el estudio mencionado la calidad catalogada como mala fue percibida por la menor parte de los encuestados, y la mayoría percibió esta calidad como buena, no significa que se deba obviar este dato, sino que, se debe tomar en cuenta las necesidades de toda la población, así como su opinión y participación en la calidad de los servicios financieros como parte de la inclusión financiera y desarrollo (Muñiz-Jaime et al., 2021a).

A nivel mundial, la calidad ha sido utilizada como un indicador directo de la satisfacción del cliente. Varios gestores señalan que su uso permite potenciar el servicio de atención mediante identificar problemas y abordar planes de mejora continua que fomenten la permanencia de los socios a la organización (Calahorrano Arias et al., 2021; Velásquez, 2023). De hecho, la atención es uno de los primeros aspectos en los que se centra el cliente al momento de recibir un servicio, por lo tanto, genera un alto impacto en la opinión que tiene éste acerca de la institución (Alejandro et al., 2021).

En la región de las Américas, se sabe que las diferentes cajas, cooperativas y entidades bancarias se rigen por certificaciones y normas internacionales (como la ISO 9001:2015) lo que facilita cumplir con las demandas del cliente y alcanzar sus expectativas (Loor-Ponce & Muyulema-Allaica, 2021). Esto refleja la importancia de dar seguimiento a las buenas prácticas del servicio de atención puesto que esto influye directamente en la satisfacción del usuario y, en consecuencia, una buena prestación de los servicios repercute en la opinión final de éste (Malpartida-Meza et al., 2022).

Un estudio realizado en Ecuador sobre la calidad de los servicios que ofrecen las instituciones financieras en la ciudad de Portoviejo identificó que el servicio tuvo una percepción catalogada como regular o mala debido a factores como procesos burocráticos, reprocesos (desperdicio Lean Manufacturing), comunicación deficiente acerca de cobros de nuevo servicio, plataformas poco amigables para el usuario, entre otros (Oviedo-Jaramillo & Loor-Colamarco, 2021). Esto demuestra que se pueden dar pequeños inconvenientes en la atención al cliente que generen cierta insatisfacción (Chacón-Cantos & Rugel-Kamarova, 2018; Muñiz-Jaime et al., 2021b)

El estudio de la percepción de la atención al socio se considera importante puesto que permite conocer la opinión del usuario sobre la atención recibida en la institución, así como facilita conocer aspectos de la calidad con problemas que requieran de consideración para la implementación de un plan de mejora (El-Adly, 2019; Guatzozón Maldonado et al., 2020). La percepción del socio puede considerarse como uno de los motivos por lo que decida retirarse de la empresa (Almeida et al., 2022). Debido a esto, se deduce que la atención de calidad es imprescindible puesto que lo impulsa a mantenerse en la institución financiera generando veneficio para esta (Peñafiel-Álvarez & Bermeo-Pazmiño, 2022).

En la ciudad de Azogues, Cañar, se pudo identificar que la población percibe los servicios financieros de las instituciones locales como de buena calidad, encasillando como satisfactoria la experiencia (Peñafiel-Álvarez & Bermeo-Pazmiño, 2022). En el mismo estudio se señala que el estudio de la percepción del servicio de atención juega un papel importante en la evaluación de la competitividad de una institución. Este aspecto es importante debido a que si se bajan los niveles de percepción la empresa reflejará perdidas tanto en la adherencia de los clientes como de otros ingresos asociados al cliente (Luna et al., 2021).

Varios estudios relacionan los bajos niveles de confianza con una atención no adecuada al cliente. En una investigación similar realizada en Colombia se estimó que una organización que no considera el análisis de la percepción de la calidad del cliente tuvo el 78,10% de aceptación demostrando que su nivel de insatisfacción es un aproximado del 21.9% (Bórquez Tepezano et al., 2020). En consecuencia, se considera que el no evaluar la percepción de la calidad le quita la debida importancia a la opinión de la población y por

lo tanto se pierden oportunidades de mejora e incremento de la competitividad (Silva-Treviño et al., 2021).

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo en su informe de gestión 2018-2021 indica que dentro de este periodo se han registrado un total de 181 164 socios representando el 30.79% del total de socios a octubre del 2021 (Jardín Azuayo, 2021). Frente a tales datos, se estima que la agencia Azogues de dicha cooperativa posee un flujo considerable de socios que acuden a ventanilla. Por tal motivo, se vuelve importante el análisis que tienen acerca de la calidad de la atención que brinda la cooperativa como indicador de la satisfacción de los socios.

Este estudio, realizado en el periodo noviembre - febrero 2024, beneficiara a la C.A.C. Jardín Azuayo agencia de El Valle, Cuenca debido a que permitirá conocer los parámetros de la encuesta ServQual con menor puntaje y en base a estos resultados poder plantear una propuesta de plan de mejora que permita impulsar y optimizar la calidad de la atención del servicio al socio.

1.1.Objetivo general

- Analizar la percepción de la calidad en la atención del servicio a socios atendidos en la C. A. C. Jardín Azuayo agencia de El Valle, Cuenca, durante el período noviembre – febrero 2024.

1.2.Objetivos específicos

- Caracterizar demográficamente a la población de estudio.
- Determinar la percepción de la calidad en el servicio al socio.
- Identificar acciones de mejora continua.

1.3.Alcance y limitaciones

Alcance: El estudio se centra en la “Percepción de la calidad de atención del servicio al socio en la C. A. C. Jardín Azuayo agencia de El Valle, Cuenca” durante el periodo de noviembre 2023 a febrero 2024. Las variables consideradas en este estudio incluyen edad, sexo, estado civil, identificación étnica y nivel educativo. Además, se ha incluido la variable de percepción de calidad, que se compone de 22 preguntas que obedecen a las 5

dimensiones de la encuesta ServQual. Estas variables y dimensiones se han seleccionado por su relevancia y potencial impacto en la percepción de la calidad del servicio. En base a esto, esta investigación permite aplicar sus resultados para la futura obtención de planes de mejora continua que optimicen los procesos dentro del servicio de atención al usuario.

Limitaciones: Este estudio tiene algunas limitaciones inherentes. Primero, la percepción de la calidad es una medida subjetiva y puede variar significativamente entre los individuos. Segundo, aunque la encuesta ServQual es una herramienta ampliamente aceptada para medir la calidad del servicio, puede no capturar todos los aspectos relevantes de la calidad del servicio en este contexto específico. Tercero, las respuestas a la encuesta pueden estar sujetas a sesgos, como el sesgo de respuesta socialmente deseable. A pesar de estas limitaciones, se han realizado esfuerzos para minimizar su impacto y proporcionar una evaluación precisa y confiable de la percepción de la calidad del servicio.

2. METODOLOGÍA

La presente investigación contempla lo siguiente:

Enfoque:

Cuantitativo debido a que los resultados obtenidos de la encuentra ServQual son numéricos además de que se emplearon herramientas estadísticas que permitieron determinar las diferencias significativas.

Descriptiva:

Esta investigación es de tipo descriptivo debido a que implica la observación y descripción de los datos recopilados a través de la encuesta.

Temporalidad:

Este estudio es transversal puesto que se realizó durante un periodo determinado, es decir, 4 meses, desde noviembre 2023 hasta febrero del 2024.

Nivel:

Esta investigación es exploratoria, puesto que implica un primer acercamiento al problema de estudio en otras palabras contacto directo con la población de estudio.

Diseño:

No experimental, debido a que no se manipularon las variables de estudio. Este estudio conllevó únicamente la observación de los fenómenos en su ambiente natural.

Unidad de análisis:

Socios adultos entre 18 y 64 años atendidos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo agencia de El Valle, Cuenca, durante los meses de noviembre a febrero del 2024.

Población:

La población de estudio se conformó de socios adultos de ambos sexos que fueron atendidos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo agencia El Valle, Cuenca durante los meses de noviembre a febrero del 2024. Se tomaron a aquellos socios que acudieron por primera vez como de manera consecutiva.

Muestreo:

Se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia de los socios que acudieron a la institución durante los meses de noviembre 2023 a febrero 2024.

Población:

El universo se constituye del total de socios de entre 18 a 65 años que acuden a la institución al área de servicio al cliente. En base a las estadísticas internas de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo agencia de El Valle se estima una población de 1 200 socios durante el período noviembre 2023 a febrero 2024.

Muestra:

Se procedió a determinar la muestra a investigarse para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

En la cual:

n = Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población de graduados de la carrera de 1200 socios.

DS = Desviación estándar de la población. Constante de 0,5.

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante en relación al 95% de confianza equivalente a 1.96

e = Limite aceptable de error muestral. 0,05

Una vez determinada la muestra de 260 socios, se procedió a aplicar el instrumento para el efecto.

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Establecimiento de ejecución de la investigación:

Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo agencia del Valle, Cuenca.

Variables:

Las variables a tomar en consideración por las herramientas que se aplicarán son edad, sexo, estado civil, identificación étnica, nivel educativo. Además, se tomó la variable percepción de calidad que se constituye de 22 preguntas que obedecen a 5 dimensiones de la encuesta ServQual.

Criterios de inclusión:

Socios adultos de entre 18 y 64 años y de ambos sexos atendidos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo agencia del Valle durante los meses de noviembre 2023 y febrero del 2024 que deseen participar en la investigación.

Criterios de exclusión:

Socios con incapacidad de comunicación.

Herramientas de recolección de datos:

Para esta investigación se utilizó la encuesta validada y adaptada ServQual puesto que en su estructura contempla 5 dimensiones que son fiabilidad, sensibilidad, empatía, seguridad y elementos tangibles lo que permite valorar globalmente la percepción del usuario sobre la calidad y la atención del servicio de una empresa o institución. Además, es una herramienta que posee 22 ítems por lo que su aplicación es rápida y provee datos concisos y al poseer una escala de Likert del 1 al 5 permite cuantificar el juicio del socio sobre la atención recibida. Simultáneamente se aplicó una segunda encuesta dedicada a la recolección de datos sociodemográficos lo que permitió establecer un análisis de la situación poblacional.

Plan de análisis de datos:

Teniendo la base de datos recolectados mediante la encuesta se utilizó el software Microsoft Excel. Mediante este programa se realizó análisis mediante estadística descriptiva de las variables sociodemográficas y de la percepción de la calidad detallado frecuencias y porcentajes.

Paquete estadístico de datos:

Se utilizó el software Microsoft Excel.

Estructura del trabajo

El trabajo consta de seis secciones principales. La Introducción establece el objetivo general y los objetivos específicos del estudio, así como su alcance y limitaciones. La sección de Metodología detalla el enfoque, la temporalidad, el nivel, el diseño, la unidad de análisis, la población, el muestreo, el establecimiento de ejecución de la investigación, las variables, los criterios de inclusión y exclusión, las herramientas de recolección de

datos, el plan de análisis de datos y el paquete estadístico de datos que se utilizarán en el estudio. En la sección de Diagnóstico, se realiza un diagnóstico basado en la metodología establecida. La sección de Identificación destaca los hallazgos clave del diagnóstico. En la sección de Propuesta, se presenta una propuesta basada en los resultados del diagnóstico y la identificación. Finalmente, la sección de Conclusiones resume los hallazgos del trabajo y proporciona conclusiones basadas en la propuesta.

3. DIAGNÓSTICO

Tabla 1. Caracterización demográfica de la población de estudio

Variables		**f**	**%**
Edad	18 - 25 años	63	24,2
	26 - 35 años	78	30,0
	36 - 45 años	59	22,7
	46 - 55 años	42	16,2
	56 - 64 años	18	6,9
Sexo	Femenino	151	58,1
	Masculino	109	41,9
Estado civil	Soltero/a	101	38,8
	Casado/a	80	30,8
	Divorciado/a	29	11,2
	Viudo/a	20	7,7
	Unión libre	30	11,5
Identificación étnica	Mestizo	190	73,1
	Montubio	0	0,0
	Indígena	67	25,8
	Afroecuatoriano	0	0,0
	Blanco	3	1,2
Nivel educativo	Primaria	66	25,4
	Secundaria	124	47,7
	Superior	70	26,9
TOTAL		**260**	**100**

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Autores.

La tabla 1 detalla los datos demográficos pertenecientes a la población encuestada en la que se aprecia que la mayor frecuencia respecto a la variable edad corresponde al grupo de 26 – 35, mientras que el grupo de menor frecuencia es el de entre 56 - 64 años. En cuanto al sexo el femenino es el dominante. En relación al estado civil, solteros (38,8%), Casado (30,8%), divorciados (11,2%), viudos (7,7%), unión libre (11,5%) La identificación étnica que sobresalió fue la población mestiza (73,1%) mientras que aquellos identificados como indígenas tuvieron una frecuencia de (25,8%) y blancos (1,2%). No se reportaron personas autoidentificadas como montubios o afroecuatorianos. Con el nivel educativo, aquellos con educación primaria con un (25,4%), con educación secundaria fueron (47,7%), seguidos de la educación superior (26,9%.)

Tabla 2. Percepción general de la población encuestada.

DIMENSIÓN	ÍTEM	1		2		3		4		5	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
FIABILIDAD	1.1. Cuando el servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	32	12,3	12	4,6	37	14,2	56	21,5	123	47,3
	1.2. Cuando tengo un problema, el servicio muestra interés en resolverlo.	13	5,0	25	9,6	34	13,1	62	23,8	126	48,5
	1.3. La cooperativa desempeña bien el servicio al cliente por primera vez.	10	3,8	17	6,5	42	16,2	61	23,5	130	50,0
	1.4. La cooperativa concluye el servicio en el tiempo prometido.	10	3,8	14	5,4	46	17,7	66	25,4	124	47,7
	1.5. La cooperativa insiste en mantener registros exentos de errores.	13	5,0	11	4,2	40	15,4	54	20,8	142	54,6
SENSIBILIDAD	2.1. El comportamiento de los empleados de la cooperativa transmite confianza.	34	13,1	24	9,2	42	16,2	65	25,0	95	36,5
	2.2. Me siento seguro/a con el servicio de la cooperativa.	15	5,8	26	10,0	44	16,9	68	26,2	107	41,2
	2.3. Los empleados de la cooperativa son amables.	13	5,0	26	10,0	52	20,0	76	29,2	93	35,8
	2.4. Los empleados de la cooperativa tienen conocimientos suficientes para responder a mis preguntas.	9	3,5	21	8,1	44	16,9	78	30,0	108	41,5
SEGURIDAD	3.1. La cooperativa mantiene informados a los socios con respecto a cuándo se concluirá la realización de los servicios.	36	13,8	13	5,0	48	18,5	57	21,9	106	40,8
	3.2. Los empleados de la cooperativa ofrecen un servicio rápido a sus socios	14	5,4	19	7,3	48	18,5	61	23,5	118	45,4
	3.3. Los empleados de la cooperativa están dispuestos a ayudarle.	14	5,4	15	5,8	56	21,5	70	26,9	105	40,4
	3.4. Los empleados de la cooperativa nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los socios.	17	6,5	14	5,4	53	20,4	58	22,3	118	45,4
EMPATÍA	4.1. La cooperativa da a sus socios una atención individualizada.	35	13,5	17	6,5	44	16,9	60	23,1	104	40,0
	4.2. La cooperativa tiene horarios de atención convenientes para todos sus socios.	19	7,3	20	7,7	36	13,8	63	24,2	122	46,9
	4.3. La cooperativa tiene como empleados a quienes ofrecen atención personalizada a sus socios.	16	6,2	13	5,0	50	19,2	72	27,7	109	41,9
	4.4. La cooperativa se preocupa por los intereses de sus socios.	15	5,8	13	5,0	49	18,8	62	23,8	121	46,5
	4.5. La cooperativa comprende las necesidades específicas de los socios.	19	7,3	13	5,0	47	18,1	57	21,9	124	47,7
ELEMENTOS TANGIBLES	5.1. La cooperativa tiene equipos de apariencia moderna.	33	12,7	13	5,0	39	15,0	46	17,7	129	49,6
	5.2. Las instalaciones físicas de la cooperativa son visualmente atractivas.	12	4,6	16	6,2	43	16,5	54	20,8	135	51,9
	5.3. Los empleados tienen apariencia pulcra.	17	6,5	13	5,0	48	18,5	55	21,2	127	48,8
	5.4. Los materiales asociados con el servicio son visualmente atractivos.	20	7,7	13	5,0	46	17,7	51	19,6	130	50,0

n=frecuencias; %=porcentajes; 1=Totalmente en desacuerdo; 2=en desacuerdo; 3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=de acuerdo; 5=totalmente de acuerdo
Fuente: Encuesta. **Elaboración:** Autores

En la tabla 2 se puede apreciar la evaluación de calidad del servicio de la cooperativa nos muestra una percepción positiva. Los aspectos más destacados incluyen la satisfacción con la puntualidad (47,3%) y la resolución de problemas (48,5%), la confianza y seguridad que transmiten los empleados (46,9%), y la atención individualizada (41,9%). Además, la apariencia moderna de los equipos y las instalaciones atractivas recibieron altas calificaciones (51,9%). Las respuestas sugieren que la mayoría de los encuestados están contentos con el servicio, con una tendencia a calificar la experiencia con notas altas. Las calificaciones bajas son poco frecuentes, lo que refleja un alto nivel de satisfacción general.

Tabla 3. Percepción de la calidad de acuerdo a datos demográficos.

		FIABILIDAD			SENSIBILIDAD			SEGURIDAD			EMPATÍA			ELEMENTOS TAGIBLES		
Variables		**BAJA**	**MEDIA**	**ALTA**	**BAJA**	**MEDIA**	**ALTA**	**BAJA**	**MEDIA**	**ALTA**	**BAJA**	**MEDIA**	**ALTA**	**BAJA**	**MEDIA**	**ALTA**
Edad	18 - 25 años	3	15	45	5	10	48	6	11	46	3	5	55	4	16	43
	26 - 35 años	3	24	51	7	27	44	8	20	50	4	11	63	5	25	48
	36 - 45 años	8	18	33	8	16	35	10	19	30	5	14	40	9	15	35
	46 - 55 años	4	15	23	6	25	11	4	28	10	4	21	17	5	19	18
	56 - 64 años	5	4	9	7	5	6	9	6	3	3	2	13	6	7	5
Sexo	Femenino	30	27	94	36	28	87	41	28	82	32	25	94	31	32	88
	Masculino	18	24	67	30	25	54	39	20	50	28	20	61	22	34	53
Nivel educativo	Primaria	8	5	53	13	15	38	15	18	33	11	13	42	9	8	49
	Secundaria	2	8	114	9	13	102	11	15	98	7	11	106	3	11	110
	Superior	5	8	57	10	19	41	13	22	35	6	15	49	7	13	50

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Autores.

La tabla 3 muestra una valoración favorable del servicio en términos de confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. El grupo etario que comprende las edades de entre 26 – 35 años fueron las que mejor percepción de la calidad tuvieron llegando a alcanzar 78/260 individuos. Respecto al género el femenino fue el que mejor percepción tuvo con 151/260. Adicionalmente, el nivel de instrucción secundaria fue el que mejor percepción positiva tuvo acerca del servicio 124/260.

Tabla 4. Promedio de la percepción por dimensión.

DIMENSIÓN	ÍTEM	Promedio		Porcentaje
		Respuesta	Dimensión	
FIABILIDAD	1.1. Cuando el servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	3,87	4,04	80,8
	1.2. Cuando tengo un problema, el servicio muestra interés en resolverlo.	4,01		
	1.3. La cooperativa desempeña bien el servicio al cliente por primera vez.	4,09		
	1.4. La cooperativa concluye el servicio en el tiempo prometido.	4,08		
	1.5. La cooperativa insiste en mantener registros exentos de errores.	4,16		
SENSIBILIDAD	2.1. El comportamiento de los empleados de la cooperativa transmite confianza.	3,63	3,82	76,4
	2.2. Me siento seguro/a con el servicio de la cooperativa.	3,87		
	2.3. Los empleados de la cooperativa son amables.	3,81		
	2.4. Los empleados de la cooperativa tienen conocimientos suficientes para responder a mis preguntas.	3,98		
SEGURIDAD	3.1. La cooperativa mantiene informados a los socios con respecto a cuándo se concluirá la realización de los servicios.	3,71	3,88	77,6
	3.2. Los empleados de la cooperativa ofrecen un servicio rápido a sus socios	3,96		
	3.3. Los empleados de la cooperativa están dispuestos a ayudarle.	3,91		
	3.4. Los empleados de la cooperativa nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los socios.	3,95		
EMPATÍA	4.1. La cooperativa da a sus socios una atención individualizada.	3,70	3,92	78,4
	4.2. La cooperativa tiene horarios de atención convenientes para todos sus socios.	3,96		
	4.3. La cooperativa tiene como empleados a quienes ofrecen atención personalizada a sus socios.	3,94		
	4.4. La cooperativa se preocupa por los intereses de sus socios.	4,00		
	4.5. La cooperativa comprende las necesidades específicas de los socios.	3,98		
ELEMENTOS TANGIBLES	5.1. La cooperativa tiene equipos de apariencia moderna.	3,87	3,99	79,8
	5.2. Las instalaciones físicas de la cooperativa son visualmente atractivas.	4,09		
	5.3. Los empleados tienen apariencia pulcra.	4,01		
	5.4. Los materiales asociados con el servicio son visualmente atractivos.	3,99		
PERCEPCIÓN GENERAL SOBRE LA CALIDAD DE ATENCIÓN DEL SERVICIO				3,93

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Autores.

La tabla 4 detalla que la cooperativa es altamente valorada, con una percepción general positiva de la calidad del servicio alcanzando una puntuación general de 3,93/5. Los promedios de calificación están cerca de 4 en una escala de 1-5, lo que refleja un alto grado de satisfacción entre los socios. La fiabilidad (4,04) y los elementos tangibles (3,99/5) son particularmente destacados, indicando que los clientes confían en la cooperativa para cumplir con sus promesas y aprecian la modernidad y el atractivo visual de sus instalaciones y equipos.

Tabla 5. Valoración de la percepción de la calidad de acuerdo a su puntaje.

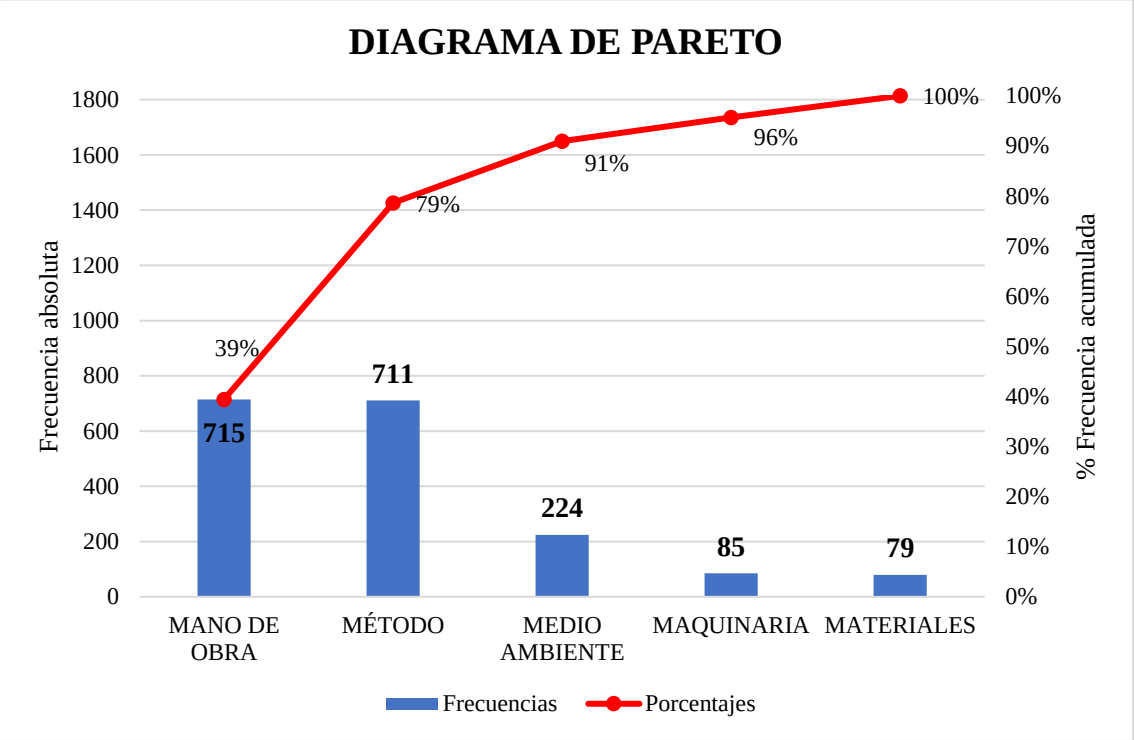
DIMENSIÓN	ÍTEM	BAJA (1 - 2)		MEDIA (3)		ALTA (4 - 5)	
		f	%	f	%	f	%
FIABILIDAD	1.1. Cuando el servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	44	16,9	37	14,2	179	68,8
	1.2. Cuando tengo un problema, el servicio muestra interés en resolverlo.	38	14,6	34	13,1	188	72,3
	1.3. La cooperativa desempeña bien el servicio al cliente por primera vez.	27	10,4	42	16,2	191	73,5
	1.4. La cooperativa concluye el servicio en el tiempo prometido.	24	9,2	46	17,7	190	73,1
	1.5. La cooperativa insiste en mantener registros exentos de errores.	24	9,2	40	15,4	196	75,4
SENSIBILIDAD	2.1. El comportamiento de los empleados de la cooperativa transmite confianza.	58	22,3	42	16,2	160	61,5
	2.2. Me siento seguro/a con el servicio de la cooperativa.	41	15,8	44	16,9	175	67,3
	2.3. Los empleados de la cooperativa son amables.	39	15,0	52	20,0	169	65,0
	2.4. Los empleados de la cooperativa tienen conocimientos suficientes para responder a mis preguntas.	30	11,5	44	16,9	186	71,5
SEGURIDAD	3.1. La cooperativa mantiene informados a los socios con respecto a cuándo se concluirá la realización de los servicios.	49	18,8	48	18,5	163	62,7
	3.2. Los empleados de la cooperativa ofrecen un servicio rápido a sus socios	33	12,7	48	18,5	179	68,8
	3.3. Los empleados de la cooperativa están dispuestos a ayudarle.	29	11,2	56	21,5	175	67,3
	3.4. Los empleados de la cooperativa nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los socios.	31	11,9	53	20,4	176	67,7
EMPATÍA	4.1. La cooperativa da a sus socios una atención individualizada.	52	20,0	44	16,9	164	63,1
	4.2. La cooperativa tiene horarios de atención convenientes para todos sus socios.	39	15,0	36	13,8	185	71,2
	4.3. La cooperativa tiene como empleados a quienes ofrecen atención personalizada a sus socios.	29	11,2	50	19,2	181	69,6
	4.4. La cooperativa se preocupa por los intereses de sus socios.	28	10,8	49	18,8	183	70,4
	4.5. La cooperativa comprende las necesidades específicas de los socios.	32	12,3	47	18,1	181	69,6
ELEMENTOS TANGIBLES	5.1. La cooperativa tiene equipos de apariencia moderna.	46	17,7	39	15,0	175	67,3
	5.2. Las instalaciones físicas de la cooperativa son visualmente atractivas.	28	10,8	43	16,5	189	72,7
	5.3. Los empleados tienen apariencia pulcra.	30	11,5	48	18,5	182	70,0
	5.4. Los materiales asociados con el servicio son visualmente atractivos.	33	12,7	46	17,7	181	69,6

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Autores.

La tabla 5 señala que la calidad del servicio de atención al socio de la cooperativa recibe una valoración generalmente alta en todas las dimensiones de servicio evaluadas, lo que refleja un servicio confiable y sensible a las necesidades de los clientes. La atención al detalle y la capacidad de respuesta son aspectos particularmente apreciados, junto con la modernidad y el atractivo de las instalaciones. Los clientes expresan un alto grado de satisfacción con la cooperativa, destacando su compromiso con la calidad y la atención personalizada.

Ilustración 1. Diagrama de Pareto categorizado por la metodología de las 5 M.



Fuente: Encuestas.

Elaboración: Autores.

El Diagrama de Pareto destaca que las áreas de Mano de Obra y Método son prioritarias para la mejora, ya que representan la mayoría de los problemas. Abordar estos aspectos podría elevar sustancialmente la calidad y eficacia del servicio ofrecido. De acuerdo con la interpretación proporcionada, los aspectos de mano de obra y métodos resultaron ser los más problemáticos, representando aproximadamente el 80% de las prevalencias. Por ello, se identificaron como puntos clave para profundizar mediante el análisis de los cinco porqués y determinar la causa fundamental de los problemas.

Tabla 6. Análisis de los 5 por qué.

Ítem	Por qué 1	Por qué 2	Por qué 3	Por qué 4	Por qué 5	Resultado
2.1. El comportamiento de los empleados de la cooperativa transmite confianza.	¿Por qué se percibe este ítem con baja puntuación? Porque existe tiempos de espera prolongados.	¿Por qué existe tiempos de espera prolongados? Porque el servicio aumenta drásticamente en horas pico.	¿Por qué el servicio aumenta drásticamente en horas pico? Porque los socios no consideran los horarios de atención en relación al flujo de trabajo.	¿Por qué los socios no consideran los horarios de atención en relación al flujo de trabajo? Porque no existe información sobre el flujo de trabajo en estos horarios.	¿Por qué no existe información sobre el flujo de trabajo en estos horarios? Porque no se informa al público mediante los medios informativos.	No existe la disponibilidad de información al público sobre los horarios de mayor frecuencia de socios en horas pico lo que genera aumentos en la frecuencia en ciertos horarios.
2.3. Los empleados de la cooperativa son amables.	¿Por qué se percibe este ítem con baja puntuación? Porque se dan no conformidades en el servicio al socio.	¿Por qué se dan no conformidades en el servicio al socio? Porque existe problemas en la atención al socio.	¿Por qué existen problemas en la atención al socio? Porque no se cumple con las expectativas del socio respecto a la duración de los procesos.	¿Por qué no se cumple con las expectativas del socio respecto a la duración de los procesos? Por qué el socio tiene la idea de que el proceso es demasiado simplificado.	¿Por qué el socio tiene la idea de que el proceso es demasiado simplificado? Por qué existe poca información disponible sobre el proceso adecuado y su duración dentro de la atención al público.	Existe escasa información sobre el tiempo de duración de los servicios ofertados por la cooperativa al público.

3.1. La cooperativa mantiene informados a los socios con respecto a cuándo se concluirá la realización de los servicios.	¿Por qué se percibe este ítem con baja puntuación? Porque no existe conformidad en la atención recibida.	¿Por qué no existe conformidad en la atención recibida? Porque el público desconoce el tiempo requerido para los trámites correspondientes.	¿Por qué el público desconoce el tiempo requerido para los trámites correspondientes? Porque los socios no conocen los diferentes medios de difusión de la información y atención de la cooperativa.	¿Por qué los socios no conocen los diferentes medios de difusión de la información y atención de la cooperativa? Por qué existe poca promoción de los autoservicios y servicios virtuales.	-	Existe poca difusión y promoción de los autoservicios y servicios virtuales en la cooperativa lo que aumenta el tráfico en la atención individualizada y el tiempo de espera.

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Autores.

La tabla 6 analiza problemas de servicio utilizando la técnica de los “5 por qués” para identificar causas raíces revelando que la falta de información y promoción adecuadas son las principales razones detrás de los tiempos de espera prolongados y la insatisfacción del cliente. Mejorar la comunicación y la difusión de los servicios virtuales y de autoservicio podría optimizar el flujo de trabajo y aumentar la satisfacción del cliente.

4. IDENTIFICACIÓN

En base a los resultados obtenidos de la encuesta ServQual se puede determinar que si bien existe una buena percepción de la calidad de la atención en el servicio al cliente (3,99/5) existen aspectos puntuales que pueden tomarse como oportunidades de mejora.

Por ejemplo, la dimensión con la menor puntuación fue sensibilidad alcanzando una puntuación de 3,82/5 lo que demuestra que existen aspectos a consideración que permitan solventar estos problemas y por lo tanto aumentar la calidad percibida por el socio. Otra dimensión con una puntuación relativamente baja fue seguridad 3,88/5 seguida de empatía 3,92/5. Estas dimensiones abordan aspectos como el tiempo de respuesta de los trabajadores, así como su compromiso por brindar un servicio de calidad e individualizado.

Si bien se tiende a considerar que la percepción de la calidad en el servicio al cliente es buena, al analizarlo profundamente es cuando se identifican aspectos pequeños que si se van sumando generan un gran impacto negativo en el proceso. En este caso, existen ciertos ítems de la encuesta que fueron calificados con una puntuación baja lo que sugiere que deben aplicarse acciones correctivas a fin de reducir al mínimo dichos problemas. De esta manera se garantiza el brindar un servicio que cumpla con las expectativas del cliente.

Además, gracias a la metodología de Pareto se pudo categorizar por frecuencia de ocurrencia los ítems con la puntuación más baja para posteriormente realizar el estudio de los cinco por qués lo que permitió llegar a conocer las causas raíz que ocasionan dichas puntuaciones bajas. Frente a esto se pudo llegar a identificar tres problemas raíz que son los siguientes:

1) No existe la disponibilidad de información al público sobre los horarios de mayor frecuencia de socios en horas pico lo que genera aumentos en la frecuencia en ciertos horarios.
2) Existe escasa información sobre el tiempo de duración de los servicios ofertados por la cooperativa al público.
3) Existe poca difusión y promoción de los autoservicios y servicios virtuales en la cooperativa lo que aumenta el tráfico en la atención individualizada y el tiempo de espera.

5. PROPUESTA

Considerando los problemas identificados se recomienda las siguientes acciones preventivas y correctivas:

Tabla 7. Propuesta problema-acción

Problema identificado	**Acción preventiva/correctiva**
No existe la disponibilidad de información al público sobre los horarios de mayor frecuencia de socios en horas pico lo que genera aumentos en la frecuencia en ciertos horarios.	Implementar mediante el departamento de Tics la difusión masiva a través de los medios virtuales de información sobre horarios detallando las horas pico y las de menor recurrencia de socios de manera que se pueda distribuir la carga y flujo de trabajo a lo largo de la atención del día.
Existe escasa información sobre el tiempo de duración de los servicios ofertados por la cooperativa al público.	Capacitar virtualmente acerca de los servicios que oferta la cooperativa incluyendo detalles como tiempo de espera por trámite, requisitos documentales, entre otros aspectos relevantes.
Existe poca difusión y promoción de los autoservicios y servicios virtuales en la cooperativa lo que aumenta el tráfico en la atención individualizada y el tiempo de espera.	Promover mediante campañas el uso de los medios de autoservicio y servicios virtuales con la finalidad de acortar el tiempo en la atención y que se optimice la estancia de los socios en la cooperativa en base a la disponibilidad de tiempo que estos tengan.

Fuente: Análisis propio.

Elaboración: Autores.

Se recomienda realizar un plan de mejora con el equipo de calidad institucional de la cooperativa de manera que al analizar los datos de esta investigación en conjunto con otros datos indispensables de la cooperativa permitan trazar un prospecto de intervención para aumentar estos indicadores de la calidad en la atención al socio.

6. CONCLUSIONES

- Se determinó que existe una prevalencia mayor de mujeres socios en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo agencia de El Valle, Cuenca. Esto demuestra que la calidad del servicio no es proporcional a aspectos como sexo, nivel educativo o algún otro dato demográfico lo que respeta el fundamento de un servicio equitativo.
- Se pudo dar a conocer que la percepción de la calidad en la cooperativa Jardín Azuayo, sector El Valle fue de 3.93/5. Este resultado es un indicador positivo, pero no excepcional. Esto sugiere que los usuarios de la cooperativa están generalmente satisfechos con la calidad del servicio proporcionado, pero es subjetivo de mejora continua.
- Mediante el uso de la metodología de Pareto y el análisis de los cinco por qués se pudo determinar las principales causas de las puntuaciones bajas en la encuesta lo que permitió evidenciar que existen problemas leves que pueden solventarse y llegar a aumentar significativamente la calidad del servicio.

Bibliografía

Aboubakr, R. M., & Bayoumy, H. M. M. (2022). Evaluating educational service quality among dentistry and nursing students with the SERVQUAL model: A cross-sectional study. *Journal of Taibah University Medical Sciences*, *17*(4), 648–657. https://doi.org/10.1016/J.JTUMED.2022.01.009

Alejandro, G., Muñoz, D., Dolores, M., Lombeida, Q., Gonzalo, D., & Mosquera, F. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, *6*(1), 145–161. https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465

Almeida, K., Álava, J., & Cañarte, L. (2022). El servicio al cliente como fortalecimiento organizacional para la compañía de transporte "24 de Mayo." *Polo Del Conocimiento*, *7*(9), 2346–2357. https://doi.org/10.23857/pc.v7i9

Bórquez Tepezano, B., González Espinoza, M., & Muñoz del Real, G. (2020). Análisis sobre la percepción de la calidad y la relación con el desempeño del capital humano. *Ad-Gnosis*, *9*(9), 11–19. https://doi.org/10.21803/adgnosis.9.9.433

Bustamante, M. A., Zerda-Barreno, E. R., Obando, F., & Tello-Sánchez, M. G. (2020). Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual. *Empresarial*, *13*(2), 1–15. https://doi.org/10.23878/empr.v13i2.159

CAC Jardín Azuayo. (2022). *Historia Jardín Azuayo*. https://issuu.com/jardinazuayo/docs/somos_nuestra_memoria_2019

Calahorrano Arias, G. A., Chacón Guerrero, F. A., & Tulcanaza Prieto, A. B. (2021). Indicadores financieros y rentabilidad en bancos grandes y medianos ecuatorianos, periodo: 2016-2019. *INNOVA Research Journal*, *6*(2), 225–239. https://doi.org/10.33890/innova.v6.n2.2021.1700

Chacón-Cantos, J., & Rugel-Kamarova, S. (2018). Artículo de Revisión. Teorías, Modelos y Sistemas de Gestión de Calidad and Systems of Quality Management. *Espacios*, *39*(50), 50. https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p14.pdf

El-Adly, M. I. (2019). Modelling the relationship between hotel perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *50*, 322–332. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.07.007

Guatzozón Maldonado, M., Canto Esquivel, A. M., & Pereyra Chan, A. (2020). Calidad en el servicio en micronegocios del sector artesanal de madera en una comisaría de

Mérida, México. *Ingeniare. Revista Chilena de Ingeniería*, *28*(1), 120–132. https://doi.org/10.4067/S0718-33052020000100120

Informe IDIS. (2022). *Análisis de situación*. https://www.fundacionidis.com/uploads/informes/informe_analisis_situacion_ok_impresion_redu5-08-2011.pdf

Jardín Azuayo. (2021). *Informe de gestión Jardín Azuayo 2018-2021*. https://www.jardinazuayo.fin.ec/resources/files/7fc04e68c6e54edd9f8a6aeadd12a492-2.-INFORME-CONSEJO-DE-ADMINISTRACION-2021.pdf

Kumar, V., & Hundal, B. S. (2019). Evaluating the service quality of solar product companies using SERVQUAL model. *International Journal of Energy Sector Management*, *13*(3), 670–693. https://doi.org/10.1108/IJESM-07-2017-0007

Lezcano, L., & Cardona, J. (2018). Colombia Evaluation of the Quality of Medical Services According to the Dimensions of SERVQUAL in a Colombia Hospital. *Archivos de Medicina*, *14*(4). https://doi.org/10.3823/1402

Lezcano, L., & Cardona-Arias, J. (2019). Meta-análisis de la calidad de los servicios médicos según las dimensiones del Servqual. *Revista Investigaciones Andina*, *21*(39), 133–151. https://doi.org/10.33132/01248146.1560

Loor-Ponce, M., & Muyulema-Allaica, J. (2021). La gestión de calidad y su incidencia en la rentabilidad. Caso empresa “Aseos Delfín S.A.”, Portoviejo-Ecuador. *593 Digital Publisher CEIT*, *6*(6), 582–598. https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.823

Luna, K., Zamora, G., Calle, O., & Lituma, M. (2021). Modelo de competitividad a través de la calidad e innovación como factores de rentabilidad empresarial. *Dominio de Las Ciencias*, *7*(3). https://doi.org/https://doi.org/10.23857/dc.v7i3.2035

Malpartida-Meza, D., Granada-López, A., & Salas-Canales, H. J. (2022). Service quality and customer satisfaction in a domestic and industrial air conditioning systems trading company, Surquillo district (Lima - Peru), 2021. *Revista Científica de La UCSA*, *9*(3), 23–35. https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.03.023

Muñiz-Jaime, L. P., Loor-Carvajal, V. M., & Cedeño-Mendoza, J. A. (2021a). El aporte de los corresponsales no bancarios (CNB) a la inclusión financiera. *Revista Publicando*, *8*(31), 303–319. https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2252

Muñiz-Jaime, L. P., Loor-Carvajal, V. M., & Cedeño-Mendoza, J. A. (2021b). El aporte de los corresponsales no bancarios (CNB) a la inclusión financiera. *Revista Publicando*, *8*(31), 303–319. https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2252

Numpaque-Pacabaque, A., & Rocha-Buelvas, A. (2016). Modelos SERVQUAL y SERVQHOS para la evaluación de calidad de los servicios de salud. *Revista de La Facultad de Medicina*, *64*(4), 715. https://doi.org/10.15446/revfacmed.v64n4.54839

Ochoa, M. D. R. R., Álvarez, J. C. E., Zurita, C. I. N., & Romo, M. M. M. (2019). Gestión del capital intelectual en las cooperativas de ahorro y crédito de la ciudad de Loja aplicando el modelo Servqual. *Visionario Digital*, *3*(2.2), 284–308. https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.2.644

Olalla, G. P. R., Mármol, E. E. R., Vaca, C. A. M., & Díaz, Á. S. T. (2020). Análisis factorial comprobatorio de la herramienta SERVQUAL en alojamiento. Amazonia Ecuador. *Explorador Digital*, *4*(4), 90–106. https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v4i4.1428

Oviedo-Jaramillo, G. I. V., & Loor-Colamarco, I. I. I. W. (2021). Calidad del Servicio en las entidades financieras ecuatorianas. Una perspectiva desde los grupos de interés. *Polo Del Conocimiento: Revista Científico - Profesional, ISSN-e 2550-682X, Vol. 6, Nº. 3, 2021, Págs. 860-873*, *6*(3), 860–873. https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2410

Parasuraman, P., 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://www.researchgate.net/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-_Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality

Peñafiel-Álvarez, D. L., & Bermeo-Pazmiño, K. V. (2022). Calidad proactiva del Cliente con enfoque Servqual y competitividad de la banca pública, Azogues, Ecuador. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, *7*(1), 807. https://doi.org/10.35381/r.k.v7i1.1889

Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., Pacheco-Ruíz, C., & Hernández-Palma, H. G. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información Tecnológica*, *31*(4), 221–232. https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221

Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 85–101. https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369

Teshnizi, S. H., Aghamolaei, T., Kahnouji, K., Teshnizi, S. M. H., & Ghani, J. (2018). Assessing quality of health services with the SERVQUAL model in Iran. A

systematic review and meta-analysis. *International Journal for Quality in Health Care : Journal of the International Society for Quality in Health Care*, *30*(2), 82–89. https://doi.org/10.1093/INTQHC/MZX200

Vanessa Oviedo-Jaramillo, G. I., & Wilhem Loor-Colamarco, I. I. (2021). Calidad del Servicio en las entidades financieras ecuatorianas. Una perspectiva desde los grupos de interés. *Polo Del Conocimiento: Revista Científico - Profesional, ISSN-e 2550-682X, Vol. 6, Nº. 3, 2021, Págs. 860-873*, *6*(3), 860–873. https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2410

Velásquez, R. (2023). Calidad del servicio financiero de corresponsales no bancarios en la banca privada desde la Norma ISO 9001:2015. *Revista Científica Retos de La Ciencia*, *7*(14), 62–73. https://doi.org/https://doi.org/10.53877/rc.2017.01.01

Yovera, C., & Rodríguez, L. (2018). EL MODELO SERVQUAL EN LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS CENTRALES AZUCAREROS. *Revista Científica Teorías, Enfoques y Aplicaciones En Las Ciencias Sociales*, *10*(22), 26–38. https://revistas.uclave.org/index.php/teacs/article/view/1894

ANEXOS

CUESTIONARIO PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD – SERVQUAL

Usted tendrá que llenar este cuestionario contestando a los 22 ítems de acuerdo a una escala llamada Escala de Likert, misma que va desde el 1 al 5 en la cual 1 será totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

1. Fiabilidad

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1.1. Cuando el servicio promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	◯	◯	◯	◯	◯
1.2. Cuando tengo un problema, el servicio muestra interés en resolverlo.	◯	◯	◯	◯	◯
1.3. La cooperativa desempeña bien el servicio por primera vez.	◯	◯	◯	◯	◯
1.4. La cooperativa concluye el servicio en el tiempo prometido.	◯	◯	◯	◯	◯
1.5. La cooperativa insiste en mantener registros exentos de errores.	◯	◯	◯	◯	◯

2. Seguridad

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
2.1. El comportamiento de los empleados de la cooperativa transmite confianza.	◯	◯	◯	◯	◯
2.2. Me siento seguro/a con el servicio de la cooperativa	◯	◯	◯	◯	◯
2.3. Los empleados son amables.	◯	◯	◯	◯	◯
2.4. Los empleados de la cooperativa tienen conocimientos suficientes para responder a mis preguntas.	◯	◯	◯	◯	◯

3. Sensibilidad

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
3.1. La cooperativa mantiene informados a los socios con respecto a cuándo se concluirá la realización de los servicios.	◯	◯	◯	◯	◯
3.2. Los empleados de la cooperativa ofrecen un servicio rápido a sus socios.	◯	◯	◯	◯	◯

3.3. Los empleados están dispuestos a ayudarle.	◯	◯	◯	◯	◯
3.4. Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los socios.	◯	◯	◯	◯	◯

4. Empatía

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
4.1. La cooperativa da a sus socios una atención individualizada.	◯	◯	◯	◯	◯
4.2. La empresa tiene horarios de atención convenientes para todos sus socios.	◯	◯	◯	◯	◯
4.3. La cooperativa tiene como empleados a quienes ofrecen atención personalizada a sus socios.	◯	◯	◯	◯	◯
4.4. La cooperativa se preocupa por los intereses de sus socios.	◯	◯	◯	◯	◯
4.5. La cooperativa comprende las necesidades específicas de los socios.	◯	◯	◯	◯	◯

5. Elementos tangibles

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
5.1. La cooperativa tiene equipos de apariencia moderna.	◯	◯	◯	◯	◯
5.2. Las instalaciones físicas de la cooperativa son visualmente atractivas.	◯	◯	◯	◯	◯
5.3. Los empleados tienen apariencia pulcra.	◯	◯	◯	◯	◯
5.4. Los materiales asociados con el servicio son visualmente atractivos.	◯	◯	◯	◯	◯

CUESTIONARIO PARA LA RECOPILACIÓN DE DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS DEL SOCIO

Este cuestionario sirve para recoger su información sociodemográfica. Tendrá que completarlo indicando los datos indicados en cada uno de sus apartados.

6. Edad
   Por favor colocar su edad en años cumplidos

7. Sexo
- Femenino
- Masculino

8. Estado civil
- Soltero
- Casado/a
- Divorciado/a
- Viudo/a
- Unión libre

9. Identificación étnica
- Mestizo
- Montubio
- Indígena
- Afroecuatoriano
- Blanco

10. Nivel educativo
- Primaria
- Secundaria
- Superior