



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**TÍTULO**

**“Análisis de la Calidad del Servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de abril de la parroquia Manta”**

**AUTORA:**

Macías Bowen Génesis Dayanara

**TUTOR:**

Ing. David Moran González

**Facultad de Ciencias Administrativas  
Carrera de Administración de Empresas**

**MANTA-MANABÍ-ECUADOR**

**Septiembre, 2018**

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**, cuyo tema del proyecto es "**ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO 15 DE ABRIL DE LA PARROQUIA MANTA**", el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde al señor/señora/señorita **MACIAS BOWEN GÉNESIS DAYANARA**, estudiante de la carrera de **INGENIERIA COMERCIAL**, período académico 2018-2019, quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 23 de Agosto de 2018.

Lo certifico,

Ing. David Moran  
**Docente Tutor(a)**  
**Área:**

## **Autoría**

El presente trabajo titulado: “**ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO 15 DE ABRIL DE LA PARROQUIA MANTA**”, es totalmente original, auténtico y personal, porque es producto de la investigación y vivencia propia de la autora, por ende el contenido del mismo es de su responsabilidad.

---

**Macías Bowen Génesis Dayanara**

**AUTORA**

## **Aprobación del trabajo**

Los registrados por los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación, el mismo que cumple con lo estipulados por los reglamentos y disposiciones que fueron determinadas por la facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

---

**Presidente del Tribunal**

---

**Miembro Tribunal**

---

**Miembro Tribunal**

## **Dedicatoria**

A Dios, por brindarme salud y permitirme llegar hasta este punto de mi vida, dándome la oportunidad de cumplir uno de mis sueños más anhelados y convertirme en una Ingeniera Comercial.

A mis padres Yujer Macías y Lucila Bowen, quienes me han apoyado en todo momento, inculcándome valores de responsabilidad y amor, quienes me han motivado constantemente para alcanzar todo lo que me proponga y son ellos las personas más importantes en mi vida y por quienes he luchado todos los días para llegar a esta meta.

A mis hermanos Gabriel y Xavier, por ser ejemplo de humildad y responsabilidad y quienes siempre me están apoyando en mis decisiones más difíciles y prestos a todo lo que necesito.

A mi novio Tito Bravo, quien ha estado pendiente de todo lo que he necesitado y apoyado en todo momento.

A mis amigos y compañeros, con quienes nos apoyamos mutuamente en la transcurso de la formación profesional y que hasta ahora seguimos siendo amigos.

A mis maestros y a la facultad, quienes nos han brindado sus conocimientos profesionales para enriquecernos de sabiduría y ser excelentes profesionales.

## **Reconocimiento**

La realización de esta investigación es gracias a Dios, quien ha iluminado y bendecido mis pasos día a día y me ha brindado la sabiduría necesaria para culminar con éxito mi trabajo de investigación.

A Mis padres Yujer y Lucila, pilares fundamentales en mi vida, a quienes le doy gracias por todo lo que me han hecho y siguen haciendo por mí, por todas sus buenas costumbres y por esa figura de padres honrados y humildes que me permitieron crecer en un hogar lleno de valores y mucho amor y lo más importante por darme la mejor herencia que un padre le puede dejar a sus hijos “la educación”.

A mi tutor Ing. David Morán González, quien me guió en cada proceso de la investigación con una actitud de maestro y amigo, dándome ánimos para no decaer, dedicarme su tiempo y confianza para culminar el proyecto de investigación.

## Índice

|   |   |
|---|---|
| Resumen .....                               | 1 |
| 1    Introducción .....                     | 2 |
| 1.1    Diseño Teórico .....                 | 4 |
| 1.2    Formulación del Problema.....        | 4 |
| 1.2.1    Objetivo General.....              | 4 |
| 1.2.2    Objetivos Específicos .....        | 4 |
| 1.2.3    Hipótesis General .....            | 4 |
| 1.2.4    Variable Independiente.....        | 4 |
| 1.3    Diseño Metodológico .....            | 5 |
| 1.3.1    Tipos de investigación .....       | 5 |
| 1.3.1.1    Investigación de Campo.....      | 5 |
| 1.3.1.2    Investigación Bibliográfica..... | 5 |
| 1.4    Nivel de investigación .....         | 6 |
| 1.4.1    Exploratorio .....                 | 6 |
| 1.4.2    Explicativo .....                  | 6 |
| 1.5    Métodos de investigación .....       | 7 |
| 1.5.1    Método Teórico .....               | 7 |
| 1.5.1.1    Análisis-Síntesis.....           | 7 |
| 1.5.1.2    Método Empírico .....            | 7 |
| 1.6    Población de estudio .....           | 8 |
| 1.6.1    Población.....                     | 8 |
| 1.6.2    Muestra .....                      | 8 |

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 2      | Marco teórico.....  | 10 |
| 2.1    | Definiciones.....   | 10 |
| 2.1.1  | Calidad de servicio .....   | 10 |
| 2.1.2  | Calidad de servicio en las Instituciones financieras .....        | 10 |
| 2.1.3  | Cooperativas. ....  | 11 |
| 2.1.4  | Administración.....   | 11 |
| 2.2    | Modelos de la calidad del servicio.....                           | 12 |
| 2.3    | ¿Qué son las Cooperativas de Ahorro y Crédito? .....              | 18 |
| 2.3.1  | Servicios que brindan las Cooperativas de Ahorro y Crédito .....  | 21 |
| 2.4    | Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril. ....                 | 22 |
| 2.4.1  | Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril – Agencia Manta ..... | 23 |
| 3      | Diagnostico o Estudio de Campo. ....                              | 26 |
| 3.1    | Análisis e Interpretación de la Información.....                  | 26 |
| 3.1.1  | Pregunta N° 1.....  | 26 |
| 3.1.2  | Pregunta N°2.....   | 27 |
| 3.1.3  | Pregunta N°3.....   | 28 |
| 3.1.4  | Pregunta N°4.....   | 29 |
| 3.1.5  | Pregunta N°5.....   | 30 |
| 3.1.6  | Pregunta N°6.....   | 31 |
| 3.1.7  | Pregunta N°7.....   | 32 |
| 3.1.8  | Pregunta N°8.....   | 33 |
| 3.1.9  | Pregunta N°9.....   | 34 |
| 3.1.10 | Pregunta N°10.....  | 35 |
| 3.2    | Análisis de Resultados de la Encuesta.....                        | 36 |
| 3.3    | Análisis de Resultados de la Entrevista.....                      | 38 |



|       |                                   |    |
|-------|-----------------------------------|----|
| 3.4   | Comprobación de la Hipótesis..... | 39 |
| 4     | Diseño de la Propuesta .....      | 40 |
| 4.1   | Titulo.....                       | 40 |
| 4.2   | Justificación .....               | 40 |
| 4.3   | Objetivos .....                   | 41 |
| 4.3.1 | Objetivo General.....             | 41 |
| 4.3.2 | Objetivos Específicos .....       | 41 |
| 4.4   | Descripción de la Propuesta.....  | 41 |
| 4.5   | Facilidad de la Aplicación .....  | 46 |
| 4.6   | Plan de Acción .....              | 47 |
| 4.7   | Cronograma .....                  | 48 |
| 5     | Conclusiones .....                | 49 |
| 6     | Recomendaciones.....              | 49 |
| 7     | Referencias Bibliográficas .....  | 50 |
|       | ANEXOS.....                       | 54 |

## Índice de tablas

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1: Cuál o cuáles de los servicios que brinda la Cooperativa 15 de Abril cumplió con su requerimiento.....    | 26 |
| Tabla 2: Cuál o cuáles de los servicios que brinda la Cooperativa no cumplió con su requerimiento .....            | 27 |
| Tabla 3: Cree usted que sus trámites son atendidos de manera eficiente y eficaz.....                               | 28 |
| Tabla 4: Los servicios que usted ha requerido se han ejecutado en el tiempo prometido .....                        | 29 |
| Tabla 5: La información que le transmite un funcionario del servicio que usted requiere es el adecuado .....       | 30 |
| Tabla 6: El trato que usted ha recibido por parte de la Cooperativa ha sido.....                                   | 31 |
| Tabla 7: Considera usted que el servicio que le brinda la Cooperativa es personalizado.....                        | 32 |
| Tabla 8: Considera usted que el personal de la Cooperativa brinda una imagen personal acorde a la Institución..... | 33 |
| Tabla 9: Cree usted que las instalaciones físicas de la Cooperativa le brindan la comodidad que usted espera ..... | 34 |
| Tabla 10: Considera usted que la calidad del servicio que brinda la Cooperativa es..                               | 35 |

## Índice de graficos

|  |    |
|--|----|
| <b>Gráfico 1:</b> Fiabilidad .....             | 26 |
| <b>Gráfico 2:</b> Fiabilidad .....             | 27 |
| <b>Gráfico 3:</b> Capacidad de respuesta ..... | 28 |
| <b>Gráfico 4:</b> Capacidad de respuesta ..... | 29 |
| <b>Gráfico 5:</b> Seguridad .....              | 30 |
| <b>Gráfico 6:</b> Seguridad .....              | 31 |
| <b>Gráfico 7:</b> Empatía .....                | 32 |
| <b>Gráfico 8:</b> Elementos tangibles .....    | 33 |
| <b>Gráfico 9:</b> Elementos tangibles .....    | 34 |
| <b>Gráfico 10:</b> Calidad de servicio .....   | 35 |

## Índice de cuadros

|   |    |
|---|----|
| Cuadro 1: Dimensiones y atributos del Modelo SERVQUAL.....                | 15 |
| Cuadro 2: Ranking de las Cooperativas más destacadas del Ecuador .....    | 19 |
| Cuadro 3: Cooperativas de Ahorro y Crédito de la Ciudad de Manta .....    | 20 |
| Cuadro 4: Servicios que brindan las Cooperativas de Ahorro y Crédito..... | 21 |
| Cuadro 5: Productos y Servicios de la Cooperativa 15 de Abril.....        | 24 |
| Cuadro 6: Departamentos de la Coop. 15 de Abril- Agencia Manta.....       | 25 |
| Cuadro 7: Resumen de resultados de la encuesta.....                       | 38 |

## **Resumen**

El presente trabajo de investigación consiste en analizar la calidad del servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril de la parroquia Manta, el objetivo de esta investigación es Comprobar si la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril ha brindado servicios de calidad a los usuarios de la parroquia Manta; el diseño metodológico que se utilizó es la investigación de campo y bibliográfica, así mismo el método teórico y empírico que se subdivide en la encuesta y entrevista. Mediante autores se hace referencia a varias definiciones y modelos de calidad de servicio, el modelo que se utilizó para la realización de las encuestas y la entrevista es el modelo Servqual con sus indicadores de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles; una vez realizadas las mismas y con los resultados obtenidos se planteó una propuesta de mejoramiento a la calidad del servicio de la Cooperativa y se finaliza con las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

### **PALABRAS CLAVES:**

Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

## 1 Introducción

En la actualidad el sector financiero se encuentra en un estado altamente competitivo, donde cada institución financiera se ve obligada a realizar cambios en sus estrategias creando competitividad entre ellas.

Según (Merino, 1999) señala que “El elemento que más tiende a diferenciar unas entidades de otras es la calidad de servicio prestado al cliente y el nivel de eficacia de las soluciones que se le ofrecen”. Pg. 4. Es por ello que en el presente proyecto de investigación se realiza un análisis de la calidad del servicio que brinda la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril de la parroquia Manta, con el fin de proponer mejoras en sus estrategias y lograr que se brinden servicios de calidad.

Según (Alvarez, 2015) menciona que:

*La globalización ha llevado a las instituciones financieras a ser competitivas con inversión tecnológica e innovación como estrategias de diferenciación para asegurar la fidelidad de sus clientes y es por ello que estas instituciones deben enfatizar en lo intangible del servicio, que agrega valor para desarrollar y mantener sus ventajas competitivas. Pg.114*

El presente trabajo se basa en la siguiente problemática: ¿La Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de abril en que ha contribuido con su calidad de servicio a los usuarios de la parroquia Manta?, teniendo como objetivo general, Comprobar si la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril ha brindado servicios de calidad a los usuarios de la parroquia Manta, donde nace la siguiente hipótesis: La Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril brinda calidad de servicios a los usuarios de la parroquia Manta, siendo su variable independiente “Calidad de servicio” que según (Alvarez, 2015) la define como “Una evaluación de la calidad desde la percepción de los clientes, donde estos

comparan el servicio que esperan con las percepciones del servicio que ellos reciben.”

Pg.114

El tipo de investigación que se utilizan es el de campo y el bibliográfico, con los niveles exploratorios y explicativos, mediante los métodos de la encuesta y la entrevista. Como resultado a ello se investigó que hay una población de 221.000 habitantes, teniendo como muestra un total de 384 personas a encuestarse.

Continuando con la investigación se tomaron varias definiciones de autores que permitió determinar el tema de calidad de servicio, dentro de estos autores existen modelos de calidad de servicio como: el de Desajuste, de la Imagen, Servqual y el de Servucción; donde se determinó que el modelo Servqual es el que cumple con las características que se requiere para determinar la calidad del servicio de la Cooperativa 15 de abril.

Según el análisis de la entrevista y encuestas se evidenció que existe una calidad de servicio por parte de la Cooperativa 15 de abril no adecuada para sus clientes.

Por esta razón se realiza una propuesta de mejoramiento de la calidad del servicio para la Cooperativa 15 de abril que permitirá cumplir con las expectativas de la comunidad Mantense. La propuesta está dirigida a mejorar el clima organizacional en los indicadores de Fiabilidad, Capacidad de respuesta y Elementos tangibles.

Finalizando con conclusiones y recomendaciones altamente necesarias para la culminación del trabajo de investigación.

## **1.1 Diseño Teórico**

### **1.2 Formulación del Problema**

¿La Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril en qué ha contribuido con su calidad de servicio a los usuarios de la parroquia Manta?

#### **1.2.1 Objetivo General**

Comprobar si la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril ha brindado servicios de calidad a los usuarios de la parroquia Manta.

#### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Analizar la situación actual de los servicios que brinda la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril de la parroquia Manta.
- ✓ Verificar las estrategias que son utilizadas en la calidad de servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril de la parroquia Manta.
- ✓ Diseñar una propuesta que permita mejorar la calidad del servicio que brinda la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril de la parroquia Manta.

#### **1.2.3 Hipótesis General**

La Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril brinda calidad de servicios a los usuarios de la parroquia Manta.

#### **1.2.4 Variable Independiente**

Calidad de servicio.



## **1.3 Diseño Metodológico**

### **1.3.1 Tipos de investigación**

El presente trabajo de investigación está enfocado en un problema, a través de un análisis que apunta a la presentación de una propuesta que es comprobar si la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril ha brindado servicios de calidad a los usuarios de la parroquia Manta.

Para el desarrollo del mismo, se utilizan los siguientes tipos, niveles y métodos de investigación como: Investigación de campo e Investigación bibliográfica

#### **1.3.1.1 Investigación de Campo**

(Arias, 2012) Define que la Investigación de Campo “Consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna”. Pg. 31

Es decir, que la investigación de campo se hizo directamente en el lugar de los hechos realizada a los sujetos, en este caso a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de abril.

#### **1.3.1.2 Investigación Bibliográfica**

Según (Arias, 2012) Define la investigación bibliográfica que “Es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios” es decir, obtenidos por otros investigadores en fuentes documentales”. Pg. 27

Para profundizar y ampliar las teorías del proyecto; se llevó a cabo mediante la investigación bibliográfica, que fue información recolectada de libros, páginas web, revistas y otros textos. Fue importante hacer uso de estas herramientas ya que se pudo conocer el criterio de varios autores y llegar a una conceptualización global que amplíe todos los conocimientos de investigación.

#### **1.4 Nivel de investigación**

En el proyecto de investigación se realizó con el nivel de investigación: exploratorio y explicativo.

##### **1.4.1 Exploratorio**

Según (Roberto Hernández Sampieri, 2010) Define que “Los estudios exploratorios tienen como objetivo principal familiarizarnos con un objeto desconocido o que haya sido poco estudiado o poco novedoso, ya que este tipo de investigación sirve para realizar estudios más profundos”. Pg. 87

Por medio de esta investigación se logró conocer la situación de la Cooperativa, como son las actitudes, el comportamiento tanto de los usuarios como de los empleados y las actividades que realizan cada uno de ellos y así poder establecer las relaciones de las variables antes mencionadas.

##### **1.4.2 Explicativo**

(Roberto Hernández Sampieri, 2010) Define la Investigación Explicativa como “Los estudios explicativos buscan encontrar las razones o causas del por qué se provocan ciertos fenómenos en el nivel cotidiano y personal”. Pg. 87

Este tipo de investigación permitió encontrar el por qué la Cooperativa 15 de Abril no está brindando servicios de calidad a sus usuarios. Seguido a ello se pudo dar respuesta a muchas interrogantes y lograr buscar soluciones para mejorar la situación actual.

## **1.5 Métodos de investigación**

Para este tipo de investigación se aplican el método teórico y empírico.

### **1.5.1 Método Teórico**

#### **1.5.1.1 Análisis-Síntesis.**

El método analítico es aquel que consiste en la desmembración de un todo para poder así observar las causas de cada una de sus partes; en este caso realizar un estudio de cada uno de los servicios que brinda la Cooperativa, mientras que la síntesis es el proceso de razonamiento para reconstruir un todo, a partir de las causas encontradas en el análisis de los servicios brindados por la Cooperativa y así mejorarlas y dar una conclusión clara y precisa.

Este método se utilizó para realizar el análisis de las diferentes teorías a estudiar y los resultados que dieron veracidad a la hipótesis planteada en base al problema encontrado.

#### **1.5.1.2 Método Empírico**

**La encuesta:** Método que permite la recolección de información mediante un cuestionario de preguntas cerradas, donde se determinan los resultados de la

investigación; este cuestionario de preguntas se aplicó a los usuarios de la Cooperativa 15 de Abril de la parroquia Manta.

**La entrevista:** método que permite mantener un dialogo de forma personal entre el entrevistado y el entrevistador mediante un banco de preguntas abiertas. La entrevista fue aplicada a la jefa encargada de la Agencia de la Parroquia Manta.

## **1.6 Población de estudio**

### **1.6.1 Población**

Según (Hernández Sampieri, 2014). La población es un “Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. Es decir, que la población es la totalidad de individuos con características en común. Pg. 147

(Unidad de Procesamiento-Dirección de estudios analíticos estadísticos-Galo López, 2010) Indica que la población de Manta está conformada por 221.000 habitantes; es decir, que la población o universo para el proyecto de investigación será la cifra antes mencionada.

### **1.6.2 Muestra**

Según (Hernández Sampieri, 2014) “La muestra es un subgrupo de la población, por ejemplo el subconjunto de elementos que pertenecen a un conjunto”. Pg. 175

La muestra nos facilitó el número de elementos representando la población a estudiar y el tamaño de la muestra que se determinó a los usuarios de la parroquia Manta se realizó mediante la siguiente formula.

n = Tamaño de la muestra.

Z = Nivel de confiabilidad = 1.96

p = Probabilidad de ocurrencia = 0,5.

q = Probabilidad de no ocurrencia  $1 - 0,5 = 0,5$

N = Población = 221 mil

e= Error de muestreo =5% = (0.05)

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Z^2 pq + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(221000)}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + 221000(0.05)^2}$$

n = 384 Personas

Obteniendo así que el número de encuesta a realizarse a un nivel de confianza del 1.96 será de 384 encuestas.

## **2 Marco teórico.**

### **2.1 Definiciones**

#### **2.1.1 Calidad de servicio**

(Aquino, 2009) Define la calidad del servicio como:

*La diferencia entre las percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las expectativas que sobre éste se habían formado previamente. De esta forma, un cliente valorará negativamente (positivamente) la calidad de un servicio en el que las percepciones que ha obtenido sean inferiores (superiores) a las expectativas que tenía. Por ello, las compañías de servicios en las que uno de sus objetivos es la diferenciación mediante un servicio de calidad, deben prestar especial interés al hecho de superar las expectativas de sus clientes. Pg.11*

Por otro lado (Nishizawa, 2014) Menciona que la “Calidad de servicio es producir un bien o servicio bueno. Hacer las cosas de manera correcta. Es producir lo que el consumidor desea. Servicio de calidad se asemeja a la perfección”. Pg.184

(Nishizawa, 2014) Menciona que “Si las empresas conocen lo que necesitan y desean los clientes, se logrará generar valor y se crearán productos y servicios de calidad”. Pg.184

#### **2.1.2 Calidad de servicio en las Instituciones financieras**

(González, 2001) Indica que un servicio financiero “No solo tiene que ser apto para el uso que se les sea asignado, sino que tienen que igualar e incluso superar las expectativas que los clientes depositan en las instituciones”. Pg. 96

(Liza Sorian, 2016) Define al servicio bancario como: “Aquellos servicios con los que las entidades aportan su capacidad técnica, física, moral o económica con la que a diferencias de las operaciones activas o pasivas hay transferencia de recursos a sus clientes”. Pg. 36

### **2.1.3 Cooperativas.**

(Ley de Cooperativas, 2001) En el Art. 1 define que las Cooperativas son:

*Sociedades de derecho privado, formadas por personas naturales o jurídicas que, sin perseguir finalidades de lucro, tienen por objeto planificar y realizar actividades o trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una empresa manejada en común y formada con la aportación económica, intelectual y moral de sus miembros.*

### **2.1.4 Administración**

(Ordway, 1967) Define que la Administración “Es el esfuerzo total para dirigir, guiar e integrar los esfuerzos humanos asociados hacia algunos fines específicos. Para lograr estos fines puede haber un cuerpo común de actitudes, estudios y métodos que pueden ser útiles en muchas clases de organizaciones”. Pg. 40

(Correa, 2009) Define también que Administrar “Es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos”. Pg. 6

## 2.2 Modelos de la calidad del servicio.

(Varo, 1994) En su proyecto de medición de calidad de servicio nos explica el siguiente modelo:

### A. Modelo de los desajustes

Propuesto por Parasuraman, Zeithmal y Berry donde determina 3 propiedades: **a) Las propiedades de búsqueda** que son todas aquellas características que los usuarios conocen antes de adquirir un servicio en la empresa tales como: los elementos tangibles (las instalaciones, los equipos y la apariencia del personal) y la credibilidad de la empresa (imagen, recomendaciones y las experiencias vividas); **b) Las propiedades de experiencia** que son aquellas características que los clientes descubren durante o después de la prestación del servicio como: La accesibilidad, que busca obtener los servicios que necesita, en el momento y en el lugar preciso, tal cual como el cliente lo desea; La cortesía que es el desarrollo del nivel de educación adecuado al darse el contacto entre el personal de la empresa con los usuarios; La fiabilidad, da cumplimiento de brindar el servicio en los términos prometidos y pactados con el usuario sin que haya problema alguno; es decir, con ausencia de fallos; La capacidad de respuesta, disposición y voluntad que se tenga para ayudar a los usuarios dándoles servicios rápidos y resolviendo los problemas que surjan durante la prestación del servicio; La empatía, atención personalizada y la comprensión del cliente, se debe entender sus necesidades y especificaciones; Las comunicaciones, estas además de ser emitidas a través de los medios las debe transmitir todo el personal y el soporte físico de la empresa; es decir, dar a conocer todos los servicios que brinda la empresa. Y **c) Las propiedades de credibilidad** que se evalúan



después de haber hecho uso de servicio y se miden por: La competencia profesional que es el desarrollo del nivel adecuado de la función operacional de todos y cada uno de los proveedores de servicio, es decir, que todo el personal debería actuar con profesionalismo operando con eficacia y eficiencia; La seguridad, es el resultado de la confianza que le haya transmitido el personal al brindar el servicio, es decir, que después de haber percibido el usuario el servicio deberá estar seguro y satisfecho con lo que ha recibido.

Este autor comenta que existen 3 elementos como Las propiedades de búsqueda, Las propiedades de experiencia y las propiedades de credibilidad que permitirá realizar una revisión de la calidad de servicio en una empresa privada o pública y determinando cual serían los aspectos a mejora en estas empresas. Pg. 77-78

## **B. Modelo SERVQUAL**

El modelo antes mencionado del desajuste creado por Parasuraman, Zeithmal y Berry 1988, proporciona 10 indicadores para medir la calidad del servicio; pero, según (Alvés, 2003) Indica que al pasar del tiempo se han ido dando modificación en cuanto al modelo, creándose un instrumento SERVQUAL, donde las 10 dimensiones originales contenían información que se podían reducir a 5.

(Nishizawa, 2014) Indica que el modelo Servqual se publicó por primera vez en el año 1988, y ha experimentado numerosas mejoras y revisiones desde entonces.

Este modelo es una técnica de investigación comercial, que permite realizar la medición de la calidad del servicio, conocer las expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio.

Así mismo permite analizar aspectos cuantitativos y cualitativos de los clientes, conocer factores incontrolables e impredecibles de los clientes proporcionando información detallada sobre opiniones del cliente, el servicio de las empresas, comentarios y sugerencias de los clientes y mejoras en ciertos factores. También este modelo es un instrumento de mejora y comparación con otras organizaciones.

Las 5 dimensiones que presenta este modelo para medir la calidad del servicio según (Nishizawa, 2014) son: **a) Fiabilidad**, que se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumple con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios; **b) Capacidad de respuesta**, que es la disposición para ayudar a los usuarios y para prestarles un servicio rápido y adecuado. Se refiere a la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas; **c) Seguridad**, que es el conocimiento y atención de los empleados y sus habilidad para inspirar credibilidad y confianza; **d) Empatía**, que se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a todos sus clientes. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente y **e) Elementos tangibles**, que es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal. Pg. 186

**Cuadro1:**

**Dimensiones y atributos del Modelo SERVQUAL**

| <b>DIMENSIONES</b>            | <b>ATRIBUTOS</b>   |
|-------------------------------|--|
| <b>FIABILIDAD</b>             | <ul style="list-style-type: none"><li>a) Cumplen lo prometido</li><li>b) Interés por resolver problemas</li><li>c) Realizan bien el servicio por primera vez</li><li>d) Concluyen el servicio en el tiempo prometido</li><li>e) No cometen errores</li></ul> |
| <b>SEGURIDAD</b>              | <ul style="list-style-type: none"><li>a) Comportamiento confiable de los empleados</li><li>b) Clientes se sienten seguros</li><li>c) Los empleados son amables</li><li>d) Los empleados tiene conocimientos suficientes</li></ul>                            |
| <b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>    | <ul style="list-style-type: none"><li>a) Equipos modernos</li><li>b) Instalaciones atractivas</li><li>c) Empleados con apariencia pulcra</li></ul>   |
| <b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>a) Comunican cuando concluirán el servicio</li><li>b) Servicios rápidos</li><li>c) Los empleados siempre están dispuestos a ayudar</li><li>d) Los empleados nunca están demasiado ocupados</li></ul>                   |
| <b>EMPATÍA</b>                | <ul style="list-style-type: none"><li>a) Atención individualizada</li><li>b) Horarios de trabajo convenientes para los clientes</li><li>c) Se preocupan por los clientes</li></ul>   |

Fuente: (Nishizawa, 2014) <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>. P. 204  
Elaborado por: Génesis Macías

### C. Modelo de la imagen

(Varo, 1994) Propone el modelo de la imagen para medir la calidad del servicio diseñado por Grönroos en 1984, donde relaciona la calidad con la imagen corporativa que tiene una empresa, ya que influye con las expectativas que el usuario tiene del servicio y este lo detalla en 3 componentes:

**a) Las acciones de marketing,** Las acciones del marketing mix se lleva a cabo a través del marketing mixto combinación de los diferentes medios e instrumentos que permiten alcanzar los objetivos pactados. Las empresas de servicios en red lo constituyen la oferta del servicio, la política de precios, comunicación y la distribución de servicios y localización. El marketing mix se contempla desde a ángulos: Cuantitativo, cifra de dinero empleadas a las diferentes actividades como: publicidad, promociones, relaciones públicas, entre otras; Cualitativo, Factores que intervienen en una actividad como: distribución del presupuesto asignado a la publicidad; Temporal, se acoge al tiempo en que una publicidad debe mantenerse ya que una empresa no puede ser uniforme a lo largo del tiempo; es decir, mantenerse innovando a través del tiempo; Espacial, Se acoge a las zonas geográficas en donde se va a vender el servicio ya que no en todos lados existen las mismas necesidades; **b) La calidad técnica,** esta técnica está sujeta a: la formación, el personal de contacto debe esta instruido y conocer cada parte de la empresa tales como: sus servicios y necesidades del cliente; Los conocimientos técnicos, estos facilitan conocer o traducir al lenguaje técnico y saber las necesidades de los clientes y como satisfacerlos; Las soluciones, el personal debe estar presto a solucionar tanto los problemas que el cliente plantea como los que surgen durante la prestación del servicio; Los equipos, Estos influyen directamente

sobre el servicio ya que mediante estos se sirven tanto los trabajadores como los clientes para brindar y recibir el servicio y Los sistemas de información, que son de vital importancia mantener sistemas de información actualizados ya que las nuevas tecnologías permiten comunicaciones mejores y más rápidas; **c) La calidad funcional**, esta calidad se relación con: La accesibilidad, facilidad con que se obtienen los servicios; Las actitudes, complemento de las aptitudes, es la relación que se da entre la empresa, el personal y los clientes; El comportamiento, resultado de las funciones operacionales y relacionales del personal de la empresa; es decir, la forma en que se ejecuta el servicio; Los contactos exteriores, Es la comunicación externa que tiene la empresa con sus clientes reales y potenciales, ya sea por a través de medios o de personas. Pg. 78-79

Cada uno de estos elementos mantiene una importancia relevante para la formación de la imagen corporativa.

#### **D. Modelo de la servucción.**

Por último (Varo, 1994) en su proyecto también menciona el modelo de servucción propuesto por Eiglier y Langeard que indican:

Que la calidad del servicio depende de la calidad de los elementos de la servucción como: **a) El soporte físico**, que está condicionado por La calidad intrínseca, que es la influencia directa sobre la calidad del servicio; La complejidad, nuevas tecnologías permiten conseguir mejores prestaciones de servicios; La facilidad de mantenimiento, encierra el mantenimiento preventivo y el reparador; La facilidad de uso, tanto para el personal como para si el cliente lo usa; **b) El personal**. Está ligada a la Cualificación

profesional, que es la aptitud con la que el personal desarrolla sus funciones; Disponibilidad, es la respuesta del personal siempre que el usuario la necesita; Presencia o apariencia física, elementos tangibles del servicio y el factor de imagen y seguridad y **c) Clientes**, La calidad del servicio está vinculada a la Similitud que es la homogeneidad de los clientes en base al mercado, lo cual ayuda a brindar servicios para múltiples usuarios; La eficacia de la participación, es esencial para el servicio la participación del cliente en el proceso producción y consumo. Pg. 79-80

Los autores que anteceden nos determinan que existen 4 modelos para determinar el nivel que se encuentra una empresa en cuanto a su calidad de servicio.

Por este motivo se consideró que el modelo que se ajusta para la necesidad de la Cooperativa 15 de abril, es el modelo SERVQUAL.

### **2.3 ¿Qué son las Cooperativas de Ahorro y Crédito?**

Según (Calle, 2015). Las Cooperativas de Ahorro y Crédito son aquellas organizaciones conformadas por personas naturales o jurídicas que voluntariamente se congregan para realizar actividades de intermediación financiera y de responsabilidad social con sus socios, clientes o terceros, bajo los principios de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria. Pg. 4

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito existen tanto a nivel internacional como nacional, en el Ecuador según (Jácome, 2015) la SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria) hasta el 2015 había un número de 887 Cooperativas de Ahorro y Crédito, siendo el segundo país de Latinoamérica después de Brasil con un alto número de Cooperativas.

Indicó además que en los últimos 3 años el sector financiero creció notablemente y que el 66% del microcrédito se ha dado en el país.

Según (Villacreses, Grupo Mancheno, 2017) el informe elaborado por la SEPS se presentan un ranking de las Cooperativas más destacadas a nivel del Ecuador con base a los informes de gestión que cada Cooperativa está en obligación de entregar para dar cumplimiento con la legislación vigente

**Cuadro2:**

***Ranking de las Cooperativas más destacadas del Ecuador***

| <b>Puesto</b> | <b>Nombre</b>  |
|---------------|--|
| <b>1</b>      | Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Ecuatoriana Progresista |
| <b>2</b>      | Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo                    |
| <b>3</b>      | Cooperativa de Ahorro y Crédito Policía Nacional.                |
| <b>4</b>      | Cooperativa de Ahorro y Crédito Cooprogreso                      |
| <b>5</b>      | Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de octubre.                   |
| <b>6</b>      | Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacpeco                          |
| <b>7</b>      | Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba                         |
| <b>8</b>      | Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus                            |
| <b>9</b>      | Cooperativa de Ahorro y Crédito Coopmego                         |
| <b>10</b>     | Cooperativa de Ahorro y Crédito Alianza del Valle                |
| <b>11</b>     | Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacpe Pastaza                    |

Fuente: (Villacreses, Grupo Mancheno, 2017) <http://grupomancheno.com/las-12-cooperativas-de-ahorro-y-credito-mas-prestigiosas-de-ecuador-segun-datos-seps-2017/>  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen

Dichas Cooperativas se han destacado por poseer más de medio millón de socios dedicados a actividades micro-productivas, ofreciendo al sector micro empresarial alternativas adecuadas a su realidad económica, entre otros servicios que han resaltado más que las más de 800 Cooperativas que existen en el Ecuador. Siendo esta una mínima cifra en comparación al número de Cooperativas.

La Provincia de Manabí según (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2016) hay un número aproximado de más de 60 Cooperativas de Ahorro y Crédito distribuidas en los cantones y en algunos de ellos existen más de una Cooperativa brindando sus servicios, siendo esta una provincia donde existe el comercio de venta y compra de bienes, por lo tanto es una zona comercial que necesita de la prestación de servicios financieros para solventar los gastos e invertir en sus negocios.

La ciudad de Manta cuenta con 4 Cooperativas:

**Cuadro3:**

***Cooperativas de Ahorro y Crédito de la Ciudad de Manta***

| <b>N°</b> | <b>Nombre</b>   |
|-----------|---|
| <b>1</b>  | Cooperativa de Ahorro y Crédito Construcción, Comercio y Producción (Cooprogreso) |
| <b>2</b>  | Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de Octubre                                     |
| <b>3</b>  | Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril                                       |
| <b>4</b>  | Cooperativa de Ahorro y Crédito Calceta.  |

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2016)

Elaborado por: Génesis Macías Bowen



Cabe recalcar que en los estudios que se realizaron a nivel del Ecuador por (Villacreses, Grupo Mancheno, 2017), la Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de Octubre ocupa el 5to lugar de las Cooperativas más destacadas por su buena trayectoria en el sector Financiero.

Manta es una ciudad pesquera que desde el punto de vista económico este sector es rentable, ya que ocupa uno de los principales puertos pesqueros a nivel internacional, donde personas dedicadas a la pesca requieren de financiamiento para su trabajo, unas para emprender un negocio y otras para seguir invirtiendo.

### 2.3.1 Servicios que brindan las Cooperativas de Ahorro y Crédito

Cuadro4:

*Servicios que brindan las Cooperativas de Ahorro y Crédito*

| <b>Productos y Servicios</b> | <b>Detalles</b>   |
|------------------------------|---|
| Cuentas de ahorros           | a) Clientes<br>b) Socios  |
| Créditos                     | a) Consumo<br>b) Comerciales<br>c) Microcréditos<br>d) Vivienda<br>e) Comunal |
| Inversiones                  | a) Depósito a plazo   |
| Tarjetas                     | a) Débitos<br>b) Crédito  |
| Beneficios médicos           |   |
| Seguros y asistencias        | a) Seguros de vida<br>b) Asistencia medica                                    |
| Pagos de servicios           |   |
| Transferencias               | a) Interbancarias<br>b) Internas  |

Fuente: (SEPS, s.f.) <https://www.coopjep.fin.ec/productos-y-servicios>  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen

## 2.4 Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril.

---



(Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril, 2018) En su página oficial se detalla la siguiente información:

### **Reseña Histórica**

*La idea de crear la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril surge cuando en la anterior crisis económica, en 1964, 20 jóvenes portovejenses decidieron abrir una cuenta de ahorros en el Banco Nacional de Fomento con 4.500 sucres, fue con el sueño de abrir una Cooperativa de Ahorros.*

*En honor al día en que depositaron su dinero, decidieron que la mencionada Cooperativa debía llevar ese nombre y desde ese momento trabajaron fuerte para lograr la confianza de los ciudadanos; con el pasar del tiempo, esos jóvenes veían como su proyecto empezaba a tomar cuerpo.*

*La Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril, durante sus 54 años de trayectoria ha brindado atención y servicio ágil y oportuno a todos sus socios y clientes que han visto en esta institución un referente de prestigio, solidez, y sobre todo seguridad y confianza, lo que nos ha fortalecido y encaminado hacia el éxito obtenido, convirtiéndonos en una de las cooperativas más grandes de Manabí.*

## **Gerencia General**

Actualmente se encuentra liderada por la Economista. Miriam Vera Zambrano–  
Gerente General

## **Ubicación**

La Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril tiene su matriz en la ciudad de Portoviejo - provincia de Manabí, calle 18 de octubre entre Córdova y 10 de con 2 oficinas distribuidas en la Ciudad, Plaza Victoria y Paseo Shopping.

### **2.4.1 Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril – Agencia Manta**

#### **Ubicación**

Actualmente la Cooperativa 15 de Abril cuenta con una agencia ubicada en la ciudad de Manta - Parroquia Manta, la misma que es el objeto de investigación, ubicada en la calle 12 entre av. 6 y 7 esquina.

#### **Jefe de Agencia**

Direccionada por la Ingeniera. Vicky Vélez Macías - Jefe de Agencia.

#### **Visión**

Seguridad, confianza y solidez a través del tiempo, para nuestros clientes.

#### **Misión**

Somos una institución líder en satisfacer la demanda de servicios financieros adaptándose a los cambios del entorno, que impulsan el desarrollo, respondiendo las

necesidades de nuestros socios y clientes con una administración, experimentada y abierta al cambio.

### **Número de socios**

La Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril cuenta con un número de 92942 socios.

### **Productos y servicios**

Cuadro5:

*Productos y Servicios de la Cooperativa 15 de Abril*

| <b>Productos y Servicios</b> | <b>Detalles</b>  |
|------------------------------|--|
| Ahorro                       | a) Cuenta de ahorro<br>b) Cuenta de ahorro niño  |
| Inversiones                  | a) Depósito a plazo fijo   |
| Créditos                     | a) Microcrédito<br>b) Consumo<br>c) Produ15<br>d) Vivienda<br>e) Credittransportista       |
| Tarjetas                     | a) Tarjeta de debito   |
| Servicios                    | a) Seguros y coberturas<br>b) Transferencias<br>c) Interbancarias<br>d) Dinero electrónico |
| En línea                     | a) 15 online   |
| Facturación electrónica      |  |

Fuente: (Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril, 2018)  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen

La Agencia Manta cuenta con un número de 18 empleados, distribuidos en 9 departamentos:

**Cuadro6:**

***Departamentos de la Cooperativa 15 de Abril- Agencia Manta***

| <b>Departamentos</b> | <b>Número de empleados</b> |
|----------------------|----------------------------|
| Gerencia             | 1                          |
| Servicio al cliente  | 2                          |
| Crédito              | 6                          |
| Caja                 | 3                          |
| Cobranzas            | 2                          |
| Operaciones          | 1                          |
| Inspección           | 1                          |
| Archivo              | 1                          |
| Limpieza             | 1                          |
| <b>Total</b>         | <b>18</b>                  |

Fuente: Cooperativa 15 de Abril- Ag. Manta  
Elaborado por. Génesis Macías

Considerando que las Cooperativas de Ahorro y Crédito son de servicios, se considera realizar la investigación de la calidad de servicio que brinda la Cooperativa 15 de Abril de la Parroquia Manta, para lo cual en el siguiente capítulo se realiza un diagnóstico que permitirá saber con exactitud si se aplica este servicio con eficiencia y eficacia a sus clientes.

### 3 Diagnóstico o Estudio de Campo.

#### 3.1 Análisis e Interpretación de la Información.

Encuestas realizadas a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril

##### 3.1.1 Pregunta N° 1

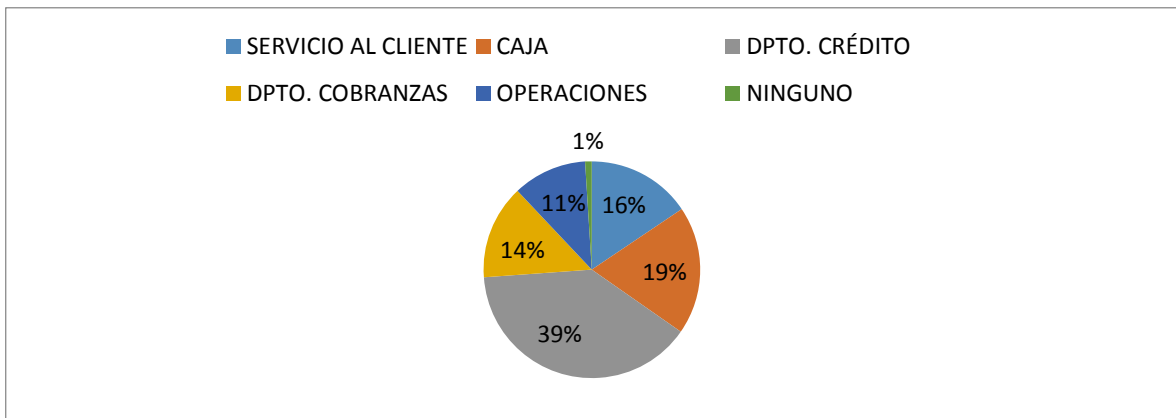
Tabla 1

*Cuál o cuáles de los servicios que brinda la Cooperativa 15 de Abril cumplió con su requerimiento*

| Variable            | Frecuencia | Porcentaje  |
|---------------------|------------|-------------|
| Servicio al Cliente | 119        | 16%         |
| Caja                | 146        | 19%         |
| Dpto. Crédito       | 299        | 39%         |
| Dpto. Cobranzas     | 107        | 14%         |
| Operaciones         | 84         | 11%         |
| Ninguno             | 8          | 1%          |
| <b>Total</b>        | <b>764</b> | <b>100%</b> |

Nota: El Dpto. De Crédito si cumple con el requerimiento de los usuarios  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen

**Gráfico 1: Fiabilidad**



Fuente: Encuestas realizadas a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril.  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen

Según resultados el 39% de los encuestados indican que el Dpto. de Crédito cumple con sus requerimientos, el 19% indicó que es Caja, el 16% Servicio al Cliente, 14% el Dpto. de Cobranzas, el 11% operaciones y solo el 1% que Ninguno.

### 3.1.2 Pregunta N°2

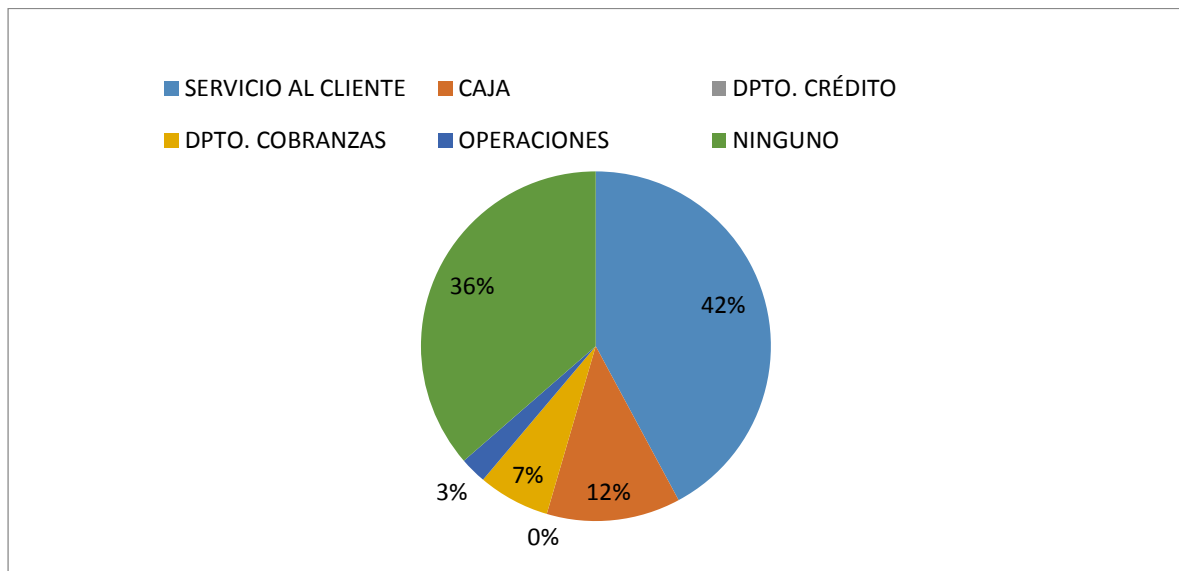
Tabla 2

*Cuál o cuáles de los servicios que brinda la Cooperativa no cumplió con su requerimiento*

| Variable            | Frecuencia | Porcentaje  |
|---------------------|------------|-------------|
| Servicio al Cliente | 196        | 42%         |
| Caja                | 58         | 12%         |
| Dpto. Crédito       | 0          | 0%          |
| Dpto. Cobranzas     | 31         | 7%          |
| Operaciones         | 12         | 3%          |
| Ninguno             | 169        | 36%         |
| <b>Total</b>        | <b>465</b> | <b>100%</b> |

Nota: Servicio al Cliente no cumple con el requerimiento que los usuarios.  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen

**Gráfico 2: Fiabilidad**



Fuente: Encuestas realizadas a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril.  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen

Servicio al cliente con un 42% según usuarios encuestados indican que no cumple con el requerimiento del usuario, con un 36% que Ninguno, 12% Caja, 7% Dpto. de Cobranzas y con un 3% Operaciones.

### 3.1.3 Pregunta N°3

Tabla 3

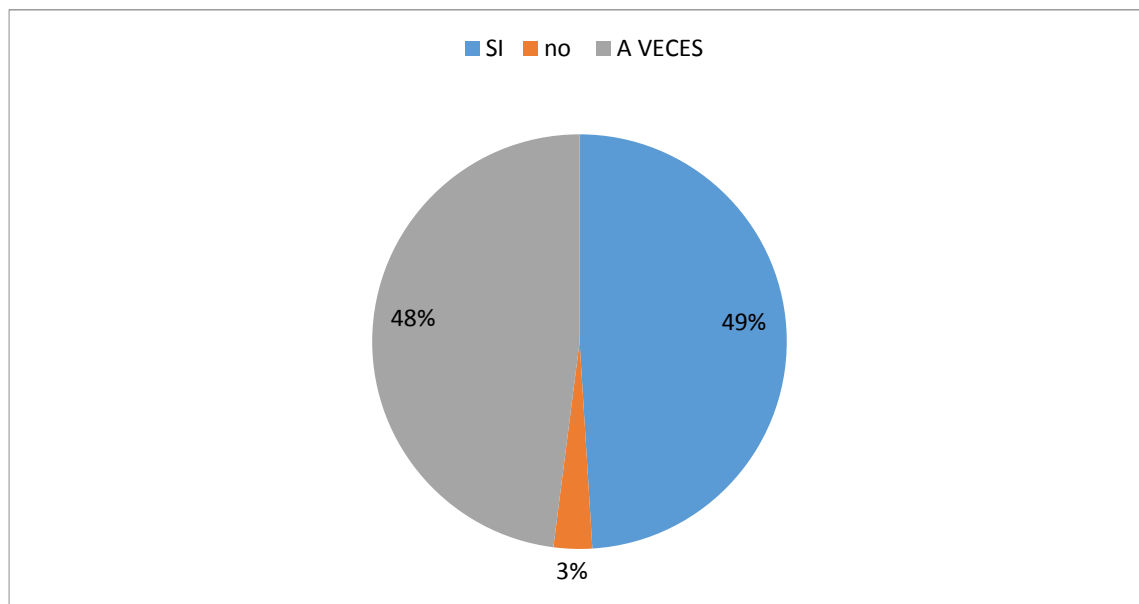
*Cree usted que sus trámites son atendidos de manera eficiente y eficaz*

| Variable     | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 188        | 49%         |
| No           | 12         | 3%          |
| A veces      | 184        | 48%         |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Nota: Los trámites que realizan los usuarios en la Cooperativa si son brindados de manera eficiente y eficaz.

Elaborado por: Génesis Macías Bowen

**Gráfico 3:** *Capacidad de respuesta*



Fuente: Encuestas realizadas a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril.  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen.

Los usuarios de la Cooperativa con el 49% indican que sus trámites se dan de manera eficiente y eficaz, aunque el 48% indicaron que es a veces y solo con un mínimo de 3% indicaron que no.



### 3.1.4 Pregunta N°4

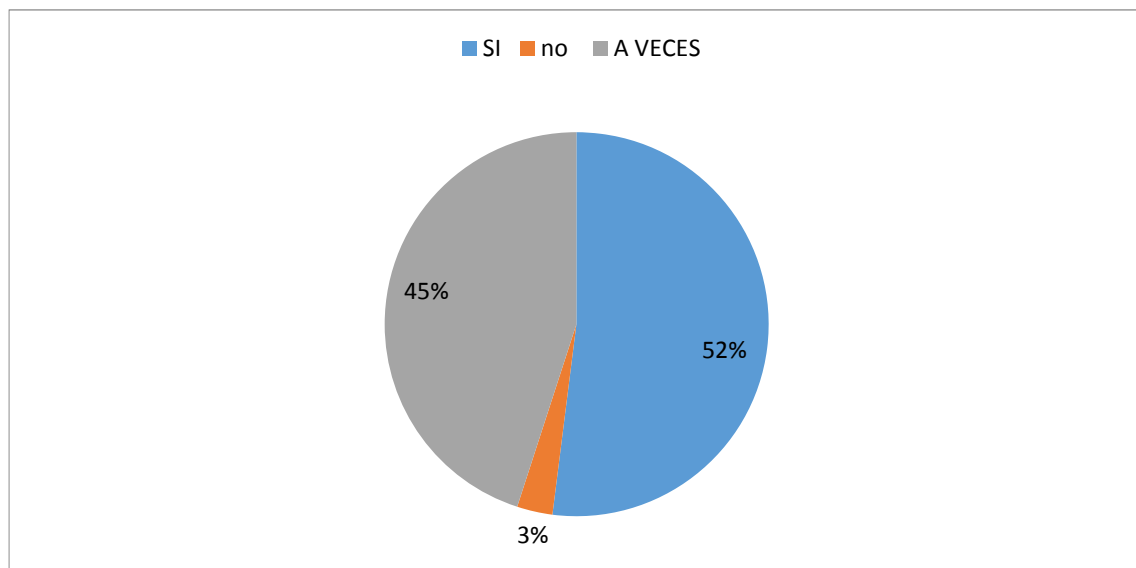
Tabla 4

*Los servicios que usted ha requerido se han ejecutado en el tiempo prometido*

| Variable     | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 200        | 52%         |
| No           | 12         | 3%          |
| A veces      | 173        | 45%         |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Nota: los servicios requeridos por los usuarios sin se han ejecutado en el tiempo prometido.  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen

**Gráfico 4:** *Capacidad de respuesta*



Fuente: Encuestas realizadas a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril.  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen.

Con un alto porcentaje del 52% los usuarios indicaron que los servicios que han requerido se han ejecutado en el tiempo prometido, pero el 45% indicó que a veces y un mínimo de 3% señalaron que no.

### 3.1.5 Pregunta N°5

Tabla 5

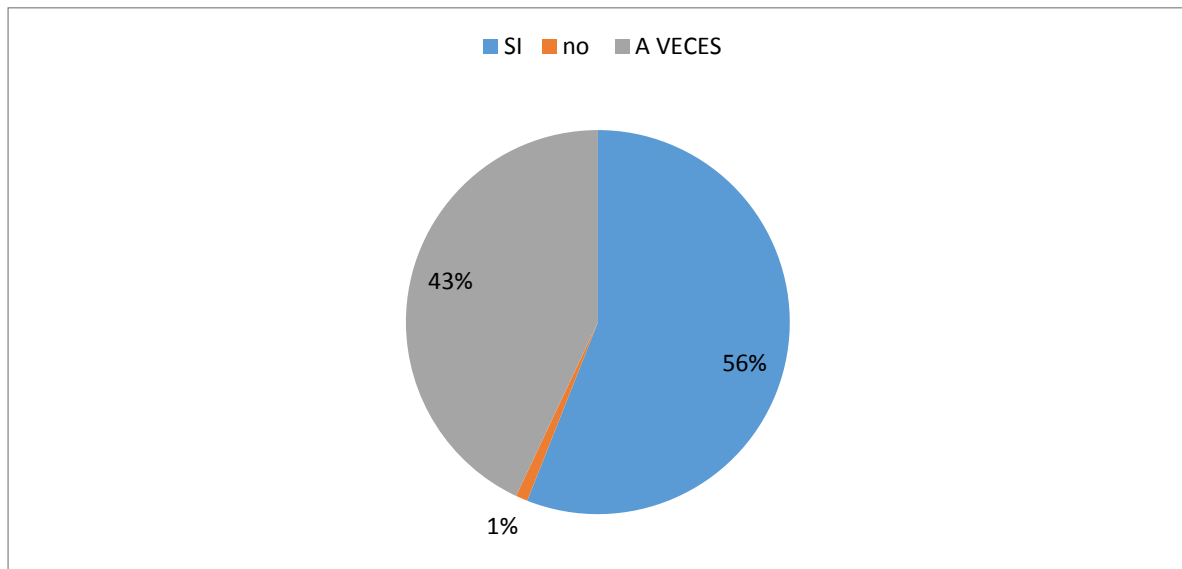
*La información que le transmite un funcionario del servicio que usted requiere es el adecuado*

| Variable     | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 215        | 56%         |
| No           | 4          | 1%          |
| A veces      | 165        | 43%         |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Nota: la información que transmiten los funcionarios de la Cooperativa acerca de los servicios que los usuarios requieren sí es el adecuado.

Elaborado por: Génesis Macías Bowen

**Gráfico 5: Seguridad**



Fuente: Encuestas realizadas a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril.  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen.

Con un 56% siendo el más alto de la encuesta realizada a los usuarios, indicaron que la información que le transmiten los usuarios son los adecuados, el 43% dijeron que a veces y el 1% indicó que no lo es.

### 3.1.6 Pregunta N°6

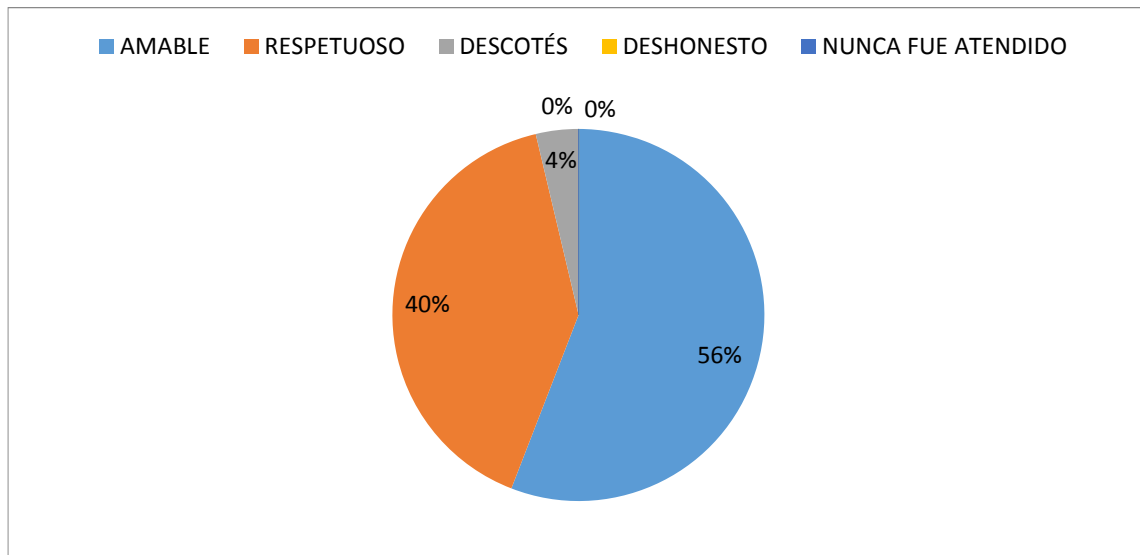
Tabla 6

*El trato que usted ha recibido por parte de la Cooperativa ha sido*

| Variable           | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------------|------------|-------------|
| Amable             | 292        | 56%         |
| Respetuoso         | 211        | 40%         |
| Descortés          | 19         | 4%          |
| Deshonesto         | 0          | 0%          |
| Nunca fue atendido | 0          | 0%          |
| <b>Total</b>       | <b>658</b> | <b>100%</b> |

Nota: La Cooperativa trata a sus socios de manera Amable y Respetuosa  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen

**Gráfico 6: Seguridad**



Fuente: Encuestas realizadas a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril.  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen.

Según resultados obtenidos de las encuestas reflejan que el trato de la Cooperativa hacia sus socios son: con el 56% Amables, 40% Respetuosos y con el 4% Descortés

### 3.1.7 Pregunta N°7

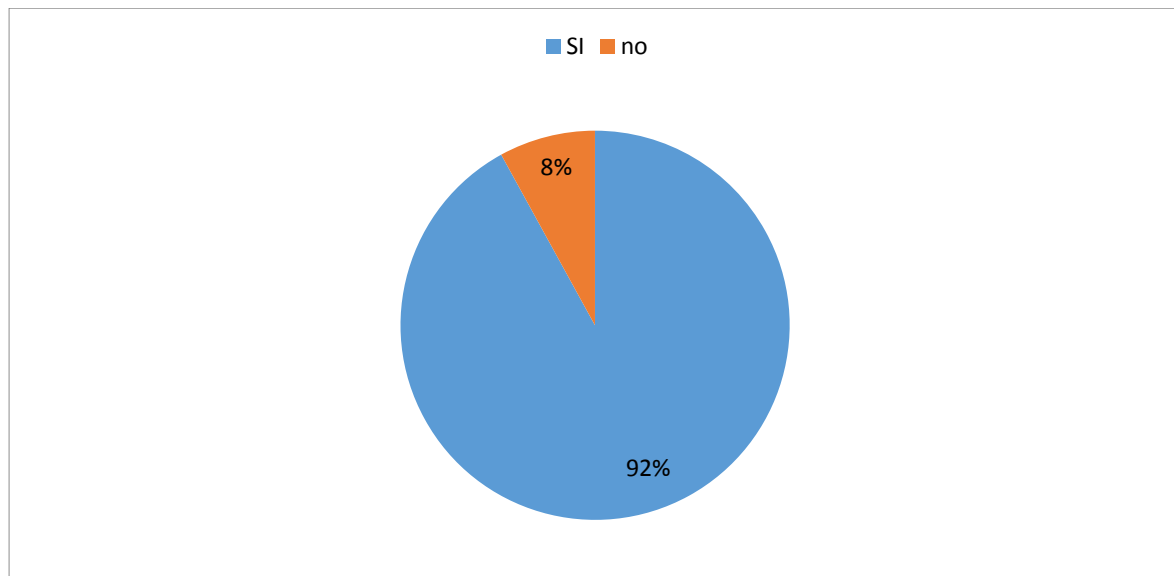
Tabla 7

*Considera usted que el servicio que le brinda la Cooperativa es personalizado*

| Variable     | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 353        | 92%         |
| No           | 31         | 8%          |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Nota: Se evidencia que los servicios que brinda la Cooperativa 15 de Abril son personalizados  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen

**Gráfico 7: Empatía**



Fuente: Encuestas realizadas a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril.  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen.

Según resultados de las encuestas el 92% de los usuarios concuerdan que los servicios que brindan la Cooperativa son personalizados y solo el 8% indicaron que no.

### 3.1.8 Pregunta N°8

Tabla 8

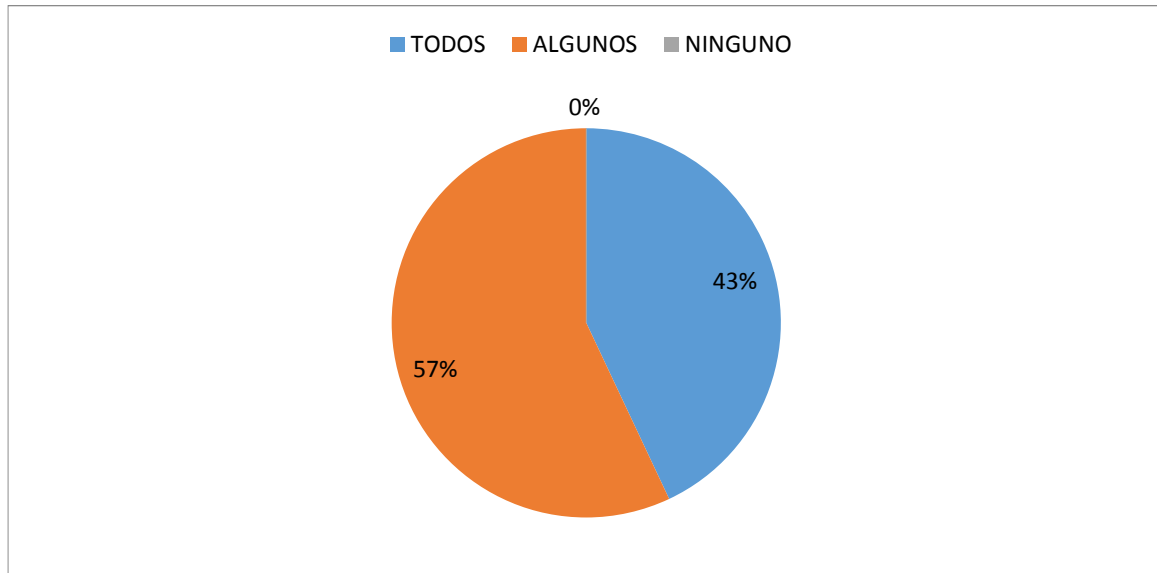
Considera usted que el personal de la Cooperativa brinda una imagen personal acorde a la Institución

| Variable     | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Todos        | 165        | 43%         |
| Algunos      | 219        | 57%         |
| Ninguno      | 0          | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Nota: Solo algunos de los funcionarios de la Cooperativa brinda una imagen personal acorde a la Cooperativa 15 de Abril.

Elaborado por: Génesis Macías Bowen

Gráfico 8: Elementos tangibles



Fuente: Encuestas realizadas a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril.  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen.

El 57 % de los usuarios de la Cooperativa dijeron que solo algunos de los empleados brindan una imagen personal acorde a la Institución y el 43% indicaron que son todos.

### 3.1.9 Pregunta N°9

Tabla 9

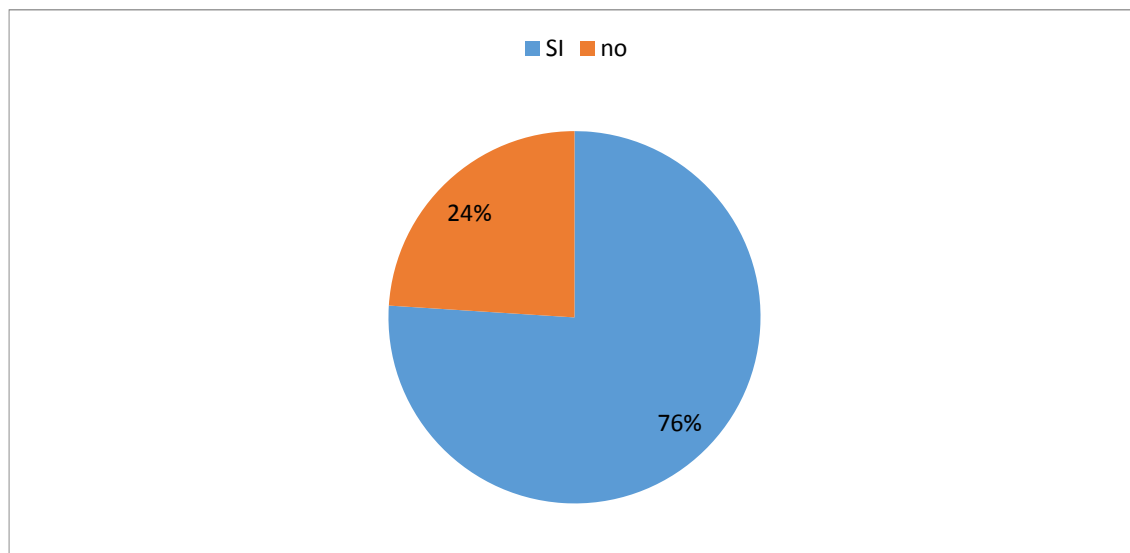
*Cree usted que las instalaciones físicas de la Cooperativa le brindan la comodidad que usted espera*

| Variable     | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 292        | 76%         |
| No           | 92         | 24%         |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Nota: Según resultados es evidente que las instalaciones de la Cooperativa brindan la comodidad que los usuarios esperan

Elaborado por: Génesis Macías Bowen

**Gráfico 9:** *Elementos tangibles.*



Fuente: Encuestas realizadas a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril.  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen.

Según resultados el 76% de los encuestados mencionan que las instalaciones de la Cooperativa brindan la comodidad que los usuarios esperan y solo el 24% indicó que no.

### 3.1.10 Pregunta N°10

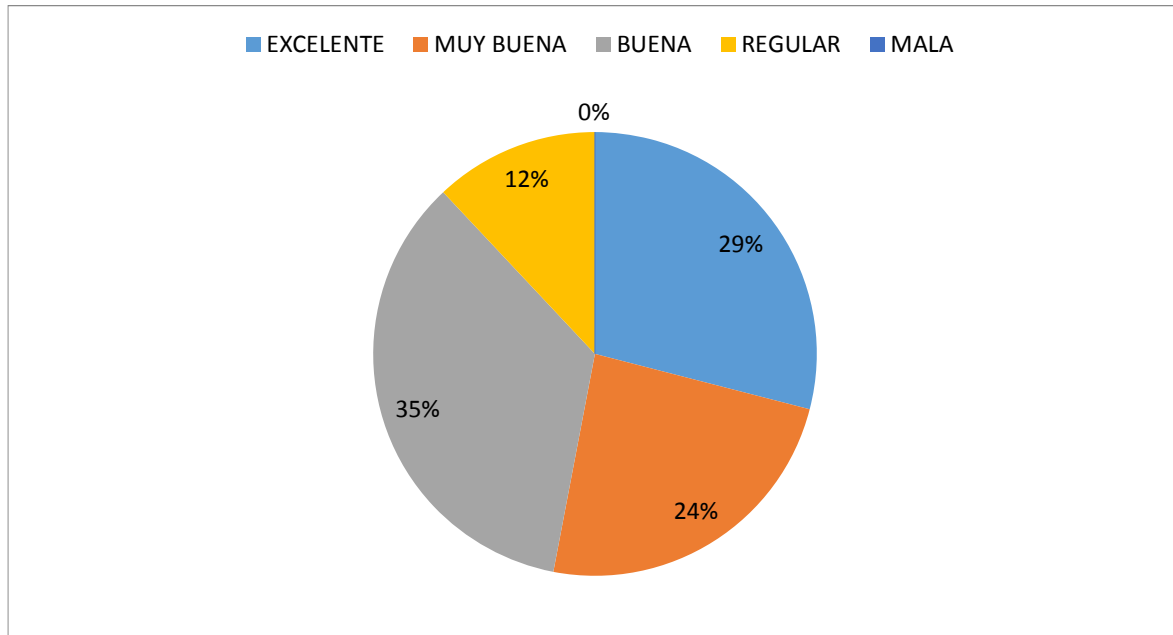
Tabla 10

Considera usted que la calidad del servicio que brinda la Cooperativa es

| Variable     | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Excelente    | 111        | 29%         |
| Muy buena    | 92         | 24%         |
| Buena        | 134        | 35%         |
| Regular      | 46         | 12%         |
| Mala         | 0          | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Nota: La Calidad del Servicio que brinda la Cooperativa es buena.  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen

**Gráfico 10:** Calidad de servicio



Fuente: Encuestas realizadas a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril.  
Elaborado por: Génesis Macías Bowen.

Con el 35% de los resultados indican que la calidad del servicio brindada es Buena, el 29% que es Excelente, el otro 24% que es Muy Buena y el 12% que es Regular.

### **3.2 Análisis de Resultados de la Encuesta.**

En referencia a la encuesta realizada a los usuarios de la Cooperativa 15 de Abril de la Parroquia Manta, se obtuvieron los siguientes resultados.

Las preguntas 1 y 2 que corresponden al indicador de fiabilidad, los encuestados indicaron que el departamento de crédito con un 39% y caja con 19% sí cumplen con el requerimiento del socio, mientras que servicio al cliente con el 42% no cumple.

Las preguntas 3 y 4 del indicador de Capacidad de Respuesta se plantearon 2 interrogantes, en la primera se determina con un 49% que los trámites son atendidos de manera eficiente y eficaz y con el 48% que a veces; en la segunda interrogante con el 52% indicaron que los servicios sí se han ejecutado en el tiempo prometido y con el 45% que a veces; es decir, que los resultados entre las opciones de “SI y A VECES” tiene una mínima diferencia, por lo tanto existe déficit en el indicador antes mencionado.

Las preguntas 5 y 6 correspondiente al indicador Seguridad, con el 56% indican que los servicios requeridos son adecuados para los usuarios y con el 96% son atendidos de manera amable y respetuosa.

La pregunta 7 del indicador de empatía con el 92% se considera que los servicios brindados son personalizados.

Las preguntas 8 y 9 que corresponden al indicador de elementos tangibles, donde se preguntó acerca de la imagen que brinda el personal y de las comodidades de la Cooperativa, los resultados indicaron con el 57% solo algunos de los empleados



brindan una imagen acorde a la institución y con el 76% que la Cooperativa sí brinda las comodidades que el usuario espera. Con relación a estas cifras el indicador se encuentra equilibrado, por lo tanto se deberá corregir errores en el indicador.

La pregunta 10 que responde la interrogante de la hipótesis planteada, según los encuestados indican que la calidad del servicio que brinda la Cooperativa 15 de Abril con un 35% es buena y solo el 29% indicó que es excelente.

Haciendo un análisis global y de acuerdo a los diferentes tipos y métodos utilizados tales como la investigación de campo, exploratoria y explicativa se pudo conocer la situación actual en la que se encuentra la Cooperativa brindando sus servicios, permitiendo aproximar a la investigadora a la problemática. Según resultados la calidad del servicio está fallando en algunas aéreas, dónde el problema no solo radica en el personal, sino en las estrategias implementadas en la Cooperativa. Sin embargo la autora considera que hay soluciones para realizar mejoras, motivando al personal y mejorando las estrategias.

A continuación se realiza mediante un cuadro el resumen de los resultados obtenidos, teniendo una visión más detallada de los indicadores que están siendo eficientes y deficientes en la institución. Se considerará eficiente aquellos porcentajes que se encuentre desde el 50% al 100% y deficientes de 0% al 49%.

**Cuadro7:**

**Resumen de resultados de la encuesta**

| <b>INDICADOR</b>       | <b>EFICIENTE</b> | <b>DEFICIENTE</b> |
|------------------------|------------------|-------------------|
| Fiabilidad             | 37%              | 63%               |
| Capacidad de respuesta | 49%              | 51%               |
| Seguridad              | 76%              | 24%               |
| Empatía                | 92%              | 8%                |
| Elementos tangibles    | 49%              | 51%               |

Nota: Se detallan los porcentajes globales según resultados de la encuesta.

Elaborado por: Génesis Macías Bowen

### **3.3 Análisis de Resultados de la Entrevista.**

Entrevista realizada a la Ing. Vicky Vélez Macías - Jefa de Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril.

#### **Pregunta N° 1: ¿En la escala del 1 al 5 cómo considera usted que se encuentra la calidad del servicio en la Cooperativa y por qué?**

La Ing. indicó que se encuentra en el nivel 3, ya que al personal le falta más atención al cliente y no solo se refiere al Dpto. como tal, sino a todo el personal que interactúa con los clientes y esto es debido a la actitud de cada uno de ellos, la poca predisposición y que por ende no hay profesionalismo laboral.

**Pregunta N° 2: ¿Considera usted que las estrategias implementadas en la Cooperativa son suficientemente eficaces para brindar servicios de calidad?**

Respondió que si las mide en porcentajes este sería un 80%, ya que hay muchas cosas que mejorar y que para que la Cooperativa pueda brindar servicios de calidad estas estrategias deben analizarse a profundidad y no tener miedo para mejorarlas ni mucho menos para implementarlas, porque en ciertos aspectos ha notado que ha faltado carácter para que se cumplan correctamente.

**Pregunta N° 3: ¿Cómo considera el ambiente laboral entre los colaboradores de la Cooperativa?**

Indicó que el ambiente como Agencia le parece muy bueno en cuestión de compañerismo y en la parte laboral habría excepciones ya que a veces hay desacuerdos por lo antes mencionado donde indicó que no hay predisposición por parte de algunos colaboradores.

### **3.4 Comprobación de la Hipótesis**

Según la información de las encuestas aplicadas a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril de la Parroquia Manta, la hipótesis planteada: “La Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril brinda calidad de servicios a los usuarios de la parroquia Manta” de acuerdo a la pregunta N° 10 de la encuesta: ¿Considera usted que la calidad del servicio que brinda la Cooperativa es?, el 35% de los usuarios respondieron que consideran que la calidad del servicio que brinda la Cooperativa es buena; es decir, que la hipótesis se encuentra en un nivel medio; pero, con el mejoramiento de las estrategias se podrá llegar a la excelencia.

## **4 Diseño de la Propuesta**

### **4.1 Título**

Diseñar estrategias para el mejoramiento del clima organizacional en los indicadores de fiabilidad, capacidad de respuesta y elementos tangibles de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril

### **4.2 Justificación**

Brindar servicios de calidad es la parte más importante que debe tener la Cooperativa 15 de Abril, ya que de ello depende mantenerse competitiva en el mercado.

Al encontrar problemas en los indicadores de fiabilidad, capacidad de respuesta y elementos tangibles es necesario que se implementen nuevas estrategias para el mejoramiento del clima organizacional, permitiendo que los colaboradores se sientan comprometidos con la institución y brinden servicios eficientes y eficaces y así satisfacer al cliente.

Mediante la implementación de las estrategias se conseguirá motivar a cada uno de los empleados y lograr que la calidad del servicio brindado sea excelente, por lo tanto la propuesta está elaborada según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los usuarios y la entrevista a la Jefa de Agencia.

## **4.3 Objetivos**

### **4.3.1 Objetivo General**

Mejorar el clima organizacional en los indicadores de fiabilidad, capacidad de respuesta y elementos tangibles de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril de la Parroquia Manta.

### **4.3.2 Objetivos Específicos**

- a) Analizar las estrategias que permitan mejorar el clima organizacional
- b) Establecer los tipos de estrategias que permitirán mejorar el clima organizacional
- c) Implementar las estrategias para el mejoramiento del clima organizacional.

## **4.4 Descripción de la Propuesta.**

La presente propuesta tiene como objetivo principal mejorar el clima organizacional de la Cooperativa en los indicadores de fiabilidad, capacidad de respuesta y elementos tangibles, para que así sus colaboradores puedan brindar servicios de calidad a sus usuarios. Las deficiencias se encontraron en los indicadores de la fiabilidad, capacidad de respuesta y elementos tangibles.

La propuesta se basa en implementar estrategias que permitan comprometer al personal a que trabaje con profesionalismo y que ayuden a la Cooperativa a crecer y mantenerse competitiva en el mercado.

Las estrategias propuestas son las siguientes:

### **A. Fiabilidad**

Según (Nishizawa, 2014) “La empresa debe concentrarse en la capacitación de todo el personal, para que ellos tengan la habilidad de ofrecer un servicio seguro, confiable, y libres de error”. Pg. 200

- a) La Capacitación debe realizarse por personas expertas, en las instalaciones de la empresa. Estos cursos son de dos días, con sesiones de tres horas. El tiempo de duración es la mínima, ya que son temas que se pueden abordar en un plazo corto. Pg. 200

(RUIZ, 2018) Propone también que se debe:

- a) Ser específico, conciso y claro en las comunicaciones.
- b) Brindar capacitación entrenamiento a todo el personal de acuerdo a las funciones que realiza.
- c) Transmitir seguridad en cada contacto con el cliente.
- d) Brindar un trato preferente, equitativo y con pertinencia cultural
- e) Definir adecuadamente los perfiles de los puestos que los empleados deben cumplir.
- f) Fomentar una cultura que enaltezca la vocación y actitud de servicio como un valor de la sociedad, al que se otorgue el mayor reconocimiento. Pg. 87-89

Las estrategias de los autores antes mencionados tienen un alto grado de importancia para el mejoramiento del indicador de Fiabilidad, es por ello que la

Cooperativa 15 de Abril deberá considerar cada una de ellas y aplicarlas a sus colaboradores ya que se evidenció déficit en el mismo.

## **B. Capacidad de respuesta**

Para mejorar el indicador de capacidad de respuesta de la Cooperativa (Nishizawa, 2014) propone:

“Instalación de tecnología que facilite y ayude al trabajo del personal. Esta propuesta tiene como objetivo principal, el mejoramiento de la rapidez en la entrega del servicio”.

p. 200

La tecnología adecuada sería:

- a) Instalación de un software, que permita registrar fácil y rápidamente los datos de los clientes y socios de la Cooperativa. p. 201
- b) Sistema computarizado, que facilite la información de los materiales y servicios disponibles; es decir, todo lo existente para poder afirmarle al cliente que su servicio va a realizarse y entregarse en el tiempo prometido. p.201

Por otra parte (RUIZ, 2018) indica que para mejorar el indicador de capacidad de respuesta se debe:

- a) Realizar eventos de capacitación dirigido a todo el personal tratando temas como: Formación y desarrollo profesional, Gestión del cambio, Relaciones interpersonales y trabajo en equipo y Mejoramiento del clima laboral.

- b) Realizar una evaluación al personal de la institución con la finalidad de obtener una retroalimentación con respecto a la misión, visión, valores institucionales y medir el impacto de las actividades realizadas.
- c) Ayudar a los usuarios a contactarse con el empleado o funcionario dentro del requerimiento solicitado con el objetivo de evitar la pérdida de tiempo.
- d) Análisis del entorno de trabajo y modificación de aspectos físicos (del ambiente de trabajo, herramientas, equipos, horarios, turnos, entre otros).
- e) Brindarles los incentivos y reconocimientos necesarios para evitar el stress laboral. Los reconocimientos pueden darse de manera verbal, por escrito, premios a la excelencia, cursos de capacitación, entre otros.
- f) Solicitar o recibir apreciaciones y sugerencias, evaluar los resultados laborales medidos según los objetivos institucionales. Pg. 89-93

Según los 2 autores antes mencionados que proponen estrategias para el mejoramiento del indicador de Capacidad de respuesta, La Cooperativa conseguirá que sus colaboradores y usuarios se sientan seguros y motivados con el servicio brindado y recibido, ya que con capacitaciones, instalaciones de nuevas tecnologías, incentivos, entre otros, la Cooperativa podrá brindar servicios de calidad.

### **C. Elementos tangibles.**

(RUIZ, 2018) Propone estrategias con el propósito de “Ofrecer mayor comodidad para las personas que acuden a diario a la institución” indica que para mejorar la imagen física se debe:



- a) Mejoramiento de publicidad.
- b) Ubicar a las personas en las salas de espera procurando dar prioridad a mujeres y personas de la tercera edad.
- c) Permitir que las personas guarden su turno sin necesidad de quedarse en la institución hasta que le toque su turno pues de esta manera se lograra disminuir la afluencia y la incomodidad que se genera dentro de la institución
- d) Verificar el estado de la señalética dispuesta en la institución
- e) Ampliar la cobertura de la señalética en el interior y exterior de la institución. p. 86-87

Así mismo propone estrategias para mejorar la imagen personal de los empleados:

- a) Control de uniformes de personal
- b) Prohibir comida en la oficina
- c) Adecuado orden y control de la oficina
- d) Capacitación sobre lenguaje corporal y etiqueta. p.87

De acuerdo al autor que antecede y sus estrategias propuestas la Cooperativa 15 de Abril tomando en consideración cada una de ellas logrará ser competitiva en el mercado, con una imagen atractiva, parte muy importante que hoy en día permite que las instituciones vendan. Se recomienda aplicarlas y hacer seguimiento a todo lo aprendido.

#### **4.5 Factilidad de la Aplicación**

Para mantener un control de la propuesta, la Cooperativa debe realizar seguimientos periódicos, monitorear y evaluar la factibilidad de la propuesta.

El resultado que se espera obtener al aplicarse cada una de las estrategias es lograr el éxito deseado, que se den servicios de calidad y que el cliente encuentre todo lo que desea en la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril.

Esta guía de estrategias se realiza atendiendo a las características y exigencias de la carrera, puede ser sometida o no a validación, esto depende de las características de la investigación.

## 4.6 Plan de Acción

### Nota Plan de Acción

| <b>OBJETIVO</b>  | <b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>   | <b>ACTIVIDADES</b>  | <b>RECURSOS</b>                        | <b>RESPONSABLES</b>              |
|--|--|---|--|----------------------------------|
| Mejorar el clima organizacional en los indicadores de fiabilidad, capacidad de respuesta y elementos tangibles | Analizar las estrategias que permitan mejorar el clima organizacional.             | Buscar estrategias de mejoramiento para el clima organizacional con el objetivo de brindar servicios de calidad | Humanos<br>Materiales<br>Tecnológicos. | Investigadora y Jefa de Agencia. |
|  | Establecer los tipos de estrategias que permitirán mejorar el clima organizacional | Dar a conocer al personal las nuevas estrategias para que puedan aplicarlas a sus actividades                   | Humanos<br>Materiales<br>Tecnológicos. | Investigadora y Jefa de Agencia. |
|  | Implementar las estrategias para el mejoramiento del clima organizacional          | Compartir y efectuar la propuesta que mejorará el clima organizacional.   | Humanos<br>Materiales<br>Tecnológicos. | Investigadora y Jefa de Agencia. |

Elaborado por: Génesis Macías Bowen

#### 4.7 Cronograma

| ACTIVIDADES  | JULIO   |   |   |   | AGOSTO  |   |   |   |
|--|---------|---|---|---|---------|---|---|---|
|  | SEMANAS |   |   |   | SEMANAS |   |   |   |
|  | 1       | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 |
| Reunión para adquirir información de la Cooperativa 15 de Abril        | ■       |   |   |   |         |   |   |   |
| Recopilación de información sobre el proyecto en Marco Teórico         |         | ■ | ■ |   |         |   |   |   |
| Reunión con la Jefa de Agencia de la Cooperativa 15 de Abril           |         |   | ■ |   |         |   |   |   |
| Formulación y aplicación de encuestas a los usuarios de la Cooperativa |         |   | ■ | ■ |         |   |   |   |
| Revisión de encuestas realizadas y tabulaciones de datos.              |         |   |   |   | ■       |   |   |   |
| Análisis e interpretación de encuestas y entrevista.                   |         |   |   |   | ■       | ■ |   |   |
| Diseño de la Propuesta y desarrollo de las estrategias                 |         |   |   |   |         | ■ | ■ |   |

## **5 Conclusiones**

- ✓ Se analizó la situación actual de los servicios que brinda la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Parroquia Manta y se evidenció que existen problemas al momento de brindar los servicios, debido a la falta de predisposición del personal y resultado a ello los usuarios se sienten inconformes.
- ✓ Se verificaron las estrategias que utiliza actualmente la Cooperativa y se pudo evidenciar que estas no son lo suficientemente eficaces ya que el personal no está trabajando con el profesionalismo requerido.
- ✓ Se diseñó una propuesta para mejorar el clima organizacional de la Cooperativa, misma que permitirá adaptar nuevas estrategias donde se busca que la Cooperativa brinde servicios de calidad, se mantenga competitiva en el mercado y fidelice a sus clientes.

## **6 Recomendaciones**

- ✓ Evaluar las funciones y actitudes de cada uno de sus empleados, para que verifique dónde se está fallando o dónde está el problema que impide el desarrollo de su trabajo, para que así no se sigan dando estos problemas.
- ✓ Analizar sus estrategias y abolir las que no estén dando resultados favorables e implementar ideas nuevas que permitan comprometer al personal para pongan todo el esfuerzo que requiere brindar servicios de calidad.
- ✓ Implementar la propuesta expuesta, misma que le permitirá corregir todos los errores encontrados durante la investigación.

## 7 Referencias Bibliográficas

- Alvarez, R. G. (2015). *EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDA EN ENTIDADES*. Cuba: Universidad de Cienfuegos. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v25n1/v25n1a08.pdf>
- Alvés, G. N. (2003). *Marketing en los servicios de educación: modelos de percepción de calidad*. Madrid. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uleamecsp/reader.action?docID=3161172&query=modelo+servqual>
- Aquino, J. A. (2009). *Medición de la calidad del servicio*. El Cid Editor. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uleamecsp/reader.action?docID=3181587&query=calidad+de+servicio>
- Arias, F. G. (2012). *EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN*. Caracas: Episteme C.A.
- Ayala Calvo y grupo de Investigacion FRED A. (s,f). *Estratégias de calidad del servicio en instituciones bancarias: Factores que influyen en la calidad del servicio percibida*. Recuperado el 1 de Agosto de 2018, de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-EstrategiasDeCalidadDelServicioEInstitucionesBanca-2232716%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-EstrategiasDeCalidadDelServicioEInstitucionesBanca-2232716%20(1).pdf)
- Calle, F. E. (Febrero de 2015). *Universidad Politecnica Salesiana*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7880/1/UPS-CT004724.pdf>
- Cooperativa de Ahorro y Credito 15 de Abril. (2018). Recuperado el 20 de Julio de 2018, de <http://coop15abril.fin.ec/index.php>

Correa, F. (2009). *Administración*. El Cid Editor. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uleamecsp/reader.action?docID=3181499&query=>

Gonzalez, A. (2001). *El reto de la calidad del servicio financiero en la comunidad autónoma de canaria*. Santa Cruz: Fyde Cajacanarias.

Hernández Sampieri, R. F.-C.-L. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill.

Instituto Nacional de Estadística y Censo. (4 de Enero de 2016). *INEC*.

Jácome, H. (Octubre de 2015). *Superintendencia de Economía Popular y solidaria* . Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/noticia?ecuador-tiene-un-total-de-887-cooperativas-de-ahorro-y-credito>

Larrea, P. (1991). *Calidad de servicio del Marketing a la estrategia*. Madrid: Diaz de santos.

Ley de Cooperativas. (29 de Agosto de 2001). *s.n.* Obtenido de [https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/LEY\\_DE\\_COOPERATIVAS.pdf](https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/LEY_DE_COOPERATIVAS.pdf)

Ley General de Cooperativas. (25 de Enero de 2005). *Asamblea Nacional de la República de Nicaragua*. Obtenido de [http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/F133348E36258F4A062570A100583C72?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/F133348E36258F4A062570A100583C72?OpenDocument)

Liza Sorian, C. M. (2016). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016*. Obtenido de

<http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10969/Liza%20Soriano%20de%20Silva%20Claudia%20Milsa%20-%20Siancas%20Ascoy%20Cecilia%20de%20Lourdes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Merino, J. S. (1999). *LA CALIDAD DE SERVICIO BANCARIO: ENTRE LA FIDELIDAD Y LA RUPTURA*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Obtenido de <https://biblioteca.ucm.es/tesis/19972000/S/2/S2034501.pdf>

Nishizawa, R. M. (Octubre de 2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332014000200005&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332014000200005&script=sci_arttext&tlng=en)

Nishizawa, R. M. (2014). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto*. Bolivia: Universidad Católica Boliviana.

Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Regalyc.org*.

Ordway, T. (1967). *La Administración como una de las bellas artes*. México: Trillas.

Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la Real e*. Recuperado el 21 de julio de 2018, de <http://dle.rae.es/?id=XhXvJqs>

Roberto Hernández Sampieri, C. F. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: The McGraw-Hill.



RUIZ, M. G. (2018). ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES DE TELEFONÍA MÓVIL DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE. *ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/8066/1/20T00967.PDF>

SEPS. (s.f.). *Servicios que brindan las Cooperativas de Ahorro y Crédito*. Recuperado el 17 de Julio de 2018, de <https://www.coopjep.fin.ec/productos-y-servicios>

Unidad de Procesamiento-Dirección de estudios analíticos estadísticos-Galo López. (2010). *Instituto Nacional de estadísticas y censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>

Varo, J. (1994). *GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS SANITARIOS UN MODELO DE GESTIÓN HOSPITALARIA*. España: Diaz de santos S. A.

VEGA, M. V. (2011). *CALIDAD Y SERVICIO-CONCEPTOS Y HERRAMIENTAS*. Bogotá: Ecoe.

Villacreses, Grupo Mancheno. (Agosto de 2017). *Grupo Mancheno Villacreses*. Obtenido de <http://grupomancheno.com/las-12-cooperativas-de-ahorro-y-credito-mas-prestigiosas-de-ecuador-segun-datos-seps-2017/>

# **ANEXOS**



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

Encuesta a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril de la Parroquia Manta.

**Objetivo:** Comprobar si la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril ha brindado servicios de calidad a los usuarios de la parroquia Manta.

**Instrucciones:** Agradezco se sirva responder la presente encuesta con honestidad, la misma que servirá como base para alcanzar el objetivo de esta investigación marcando con una "X" en el paréntesis de la alternativa de su elección.

**Fiabilidad**

**1. Cuál o cuáles de los servicios que brinda la Cooperativa 15 de Abril cumplió con su requerimiento**

Servicio al cliente ( ) Caja ( ) Dpto. Crédito ( ) Dpto. Cobranzas ( ) Operaciones ( )  
Ninguno ( )

**2. Cuál o cuáles de los servicios que brinda la Cooperativa no cumplió con su requerimiento**

Servicio al cliente ( ) Caja ( ) Dpto. Crédito ( ) Dpto. Cobranzas ( ) Operaciones ( )  
Ninguno ( )

**Capacidad de respuesta**

**3. Cree usted que sus trámites son atendidos de manera eficiente y eficaz**

Si ( ) No ( ) A Veces ( )

**4. Los servicios que usted ha requerido se han ejecutado en el tiempo prometido**

Si ( ) No ( ) A veces ( )

### **Seguridad**

**5. La información que le transmite un funcionario del servicio que usted requiere es el adecuado**

Si (  ) No (  ) A Veces (  )

**6. El trato que usted ha recibido por parte de la Cooperativa ha sido**

Amable (  ) Respetuoso (  ) Descortés (  ) Dishonesto (  ) o Nunca fue atendido (  )

### **Empatía**

**7. Considera usted que el servicio que le brinda la Cooperativa es personalizado**

Si (  ) No (  )

### **Elementos tangibles**

**8. Considera usted que el personal de la Cooperativa brinda una imagen personal acorde a la Institución**

Todos (  ) Algunos (  ) Ninguno (  )

**9. Cree usted que las instalaciones físicas de la Cooperativa le brindan la comodidad que usted espera**

Si (  ) No (  )

**10. Considera usted que la calidad del servicio que brinda la Cooperativa es**

Excelente (  ) Muy Buena (  ) Buena (  ) Regular (  ) Mala (  )



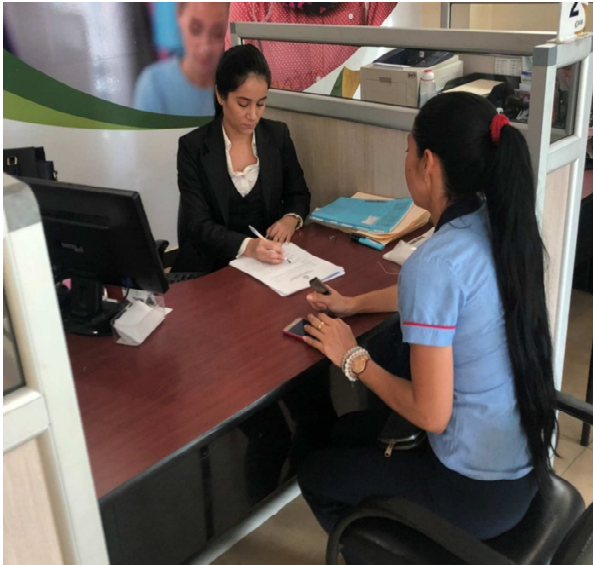
**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**ENTREVISTA ALA JEFA DE AGENCIA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y  
CRÉDITO DE LA PARROQUIA MANTA.**

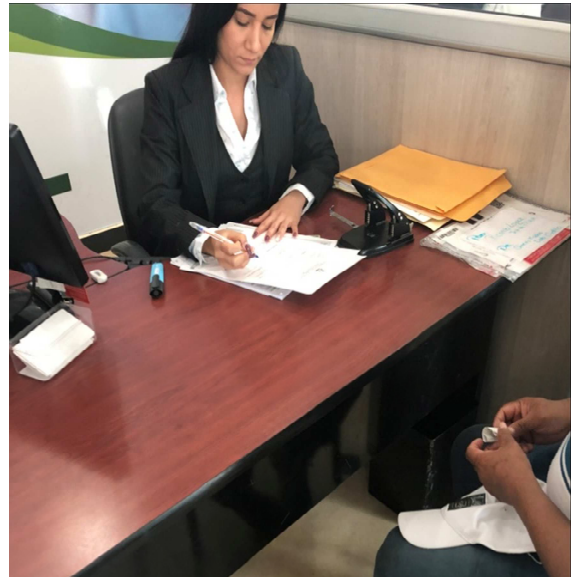
**Objetivo:** Conocer cuál es la opinión de la jefa de agencia acerca de la Calidad del servicio que brinda la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril.

**Entrevistado:**

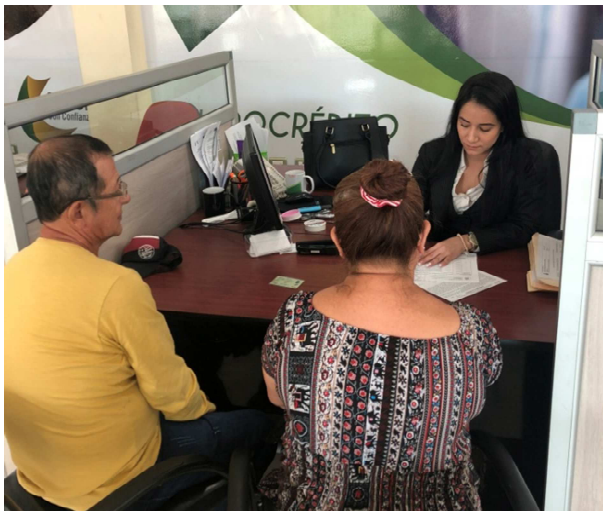
1. ¿En la escala del 1 al 5 como considera usted que se encuentra la Calidad del servicio en la Cooperativa y por qué?
2. Considera usted que las estrategias implementadas en la Cooperativa son suficientemente eficaces para brindar servicios de calidad?
3. ¿Cómo considera usted el ambiente laboral entre sus colaboradores?



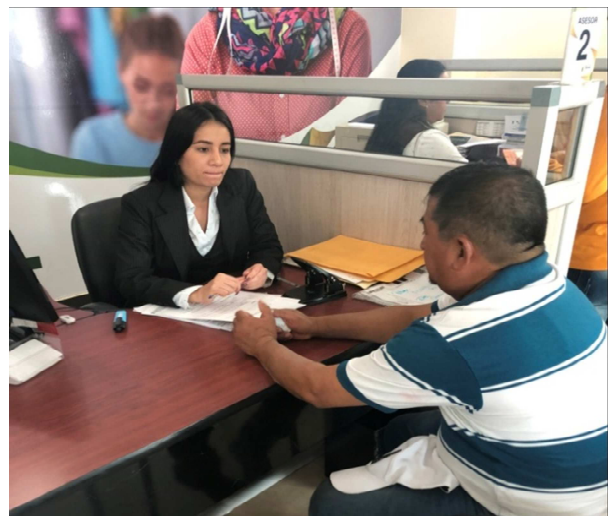
Encuestas a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril



Encuestas a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril



Encuestas a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril



Encuestas a los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito 15 de Abril



Entrevista a la Ing. Vicky Vélez Macías - Jefa de Agencia



Entrevista a la Ing. Vicky Vélez Macías - Jefa de Agencia