



La calidad del servicio financiero y la satisfacción de los clientes en una cooperativa de ahorro y crédito

Financial service quality and customer satisfaction in a savings and credit cooperative

A qualidade do serviço financeiro e a satisfação dos clientes numa cooperativa de poupança e crédito

 Erik Alexander Casamen Gualotuña

Resumen

La calidad del servicio financiero es un factor clave para la satisfacción de los clientes. La presente investigación tuvo como objetivo analizar la relación la calidad del servicio financiero y la satisfacción de los clientes en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Luz del Valle en su agencia Amaguaña. Para esta investigación se utilizó un enfoque de tipo cualitativo-cuantitativo de tipo descriptivo-correlacional. Se tomó una muestra finita de 294 socios o clientes, donde se aplicó la técnica de encuesta para la obtención de información a través de un cuestionario mediante el modelo SERVQUAL a los clientes y se utilizó una entrevista estructurada. Como resultados se pudo identificar que, la cooperativa Luz del Valle en su calidad del servicio la entidad trabaja en la modernización de sus instalaciones y atención al cliente, en cuanto a su satisfacción de los clientes, no existe un control interno ni un modelo SERVQUAL

Palabras clave: Calidad; Servicio; Finanzas; Satisfacción; Clientes

Abstract

The quality of financial service is a key factor for customer satisfaction. The present research aimed to analyze the relationship between the quality of financial service and customer satisfaction at the Luz del Valle Savings and Credit Cooperative in its Amaguaña agency. For this research, a qualitative-quantitative descriptive-correlational approach was used. A finite sample of 294 partners or clients was taken, where the survey technique was applied to obtain information through a questionnaire using the SERVQUAL model for clients and a structured interview was used. As a result, it was possible to identify that, in the Luz del Valle cooperative, in its quality of service, the entity is working on modernizing its facilities and customer service; in terms of customer satisfaction, there is no internal control or SERVQUAL model.

Key words: Quality; Service; Finance; Satisfaction; Customers

Resumo

A qualidade do serviço financeiro é um fator chave para a satisfação do cliente. O objetivo desta pesquisa foi analisar a relação entre a qualidade do serviço financeiro e a satisfação dos clientes na Cooperativa de Poupança e Crédito Luz del Valle na sua agência de Amaguaña. Para esta pesquisa foi utilizada uma abordagem quali-quantitativa descritiva-correlacional. Foi retirada uma amostra finita de 294 parceiros ou clientes, onde foi aplicada a técnica de inquérito para a obtenção de informação através de um questionário no modelo SERVQUAL aos clientes e utilizada uma entrevista estruturada. Como resultados foi possível identificar que a cooperativa Luz del Valle, na sua qualidade de serviço, a entidade trabalha na modernização das suas instalações e no atendimento ao cliente, em termos de satisfação do cliente, não existe um controlo interno ou um modelo SERVQUAL.

Palavras-chave: Qualidade; Serviço; Financiar; Satisfação; Clientes

ARTÍCULO ORIGINAL



Escanea en tu dispositivo móvil
o revisa este artículo en:

<http://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v8i32.193>

Recibido: 15 de agosto 2024

Aceptado: 18 de septiembre 2024

Publicado: 21 de octubre 2024

Erik Alexander Casamen Gualotuña

erickasamen1@gmail.com

Universidad Técnica de Cotopaxi. Latacunga,
Ecuadorlivia

Licenciado en Administración de Empresas,
Universidad Técnica de Cotopaxi. Latacunga,
Ecuador.

INTRODUCCIÓN

El sistema financiero ecuatoriano se ha visto fortalecido y desarrollado por un marco regulatorio que fomenta el desarrollo de una serie de modelos de negocios innovadores. Hoy, la tecnología es un factor clave que ha hecho que se modifique la manera en que se suministran y consumen los productos y servicios financieros. Adicional, la tecnología brinda seguridad, rapidez, transparencia y reduce los costos operativos (SEPS, 2021). Dentro de los estándares financieros indicadores mencionan que, en el país cerca del 50% de la población utiliza servicios bancarios, y apenas un 20% realizaba depósitos digitales antes de la pandemia.

Según el Banco Mundial (2020), los servicios financieros son importantes porque sirven como vehículo para producir un crecimiento económico y contribuir a que se reduzca la pobreza, en especial para los grupos vulnerables y las MIPYMES. La inclusión financiera es clave para acceder y utilizar los servicios financieros esenciales con la finalidad de aumentar los ingresos y de que se mejore la calidad de la vida, así como protegerse contra las crisis.

En referencia de investigaciones relacionadas al presente estudio se menciona, Remache (2019), realizó un estudio que tuvo como objetivo indicar la calidad del servicio relacionada con la satisfacción del cliente en una empresa en Guayaquil, en un estudio cuantitativo, confirmó que existe una relación directa la satisfacción del cliente y la calidad del servicio, debido a que los resultados muestran que a medida que se eleva la calidad en los diferentes servicio, la satisfacción del cliente aumentará significativamente. Siendo estos resultados importantes para el presente estudio.

En cuanto a lo anterior, (Cubillos y Rodríguez, 2009), aportan que la de calidad es desarrollar, diseñar, fabricar y mantener la calidad de productos de consumo económicos, útiles y consistentemente satisfactorios. Explica que, para mantener un producto o un servicio de calidad, se debe acudir a las apreciaciones y necesidades del cliente, como base a la mejora continua del sistema de gestión de calidad o mantenimiento del producto en sus procesos relacionados con su creación Figura 1.

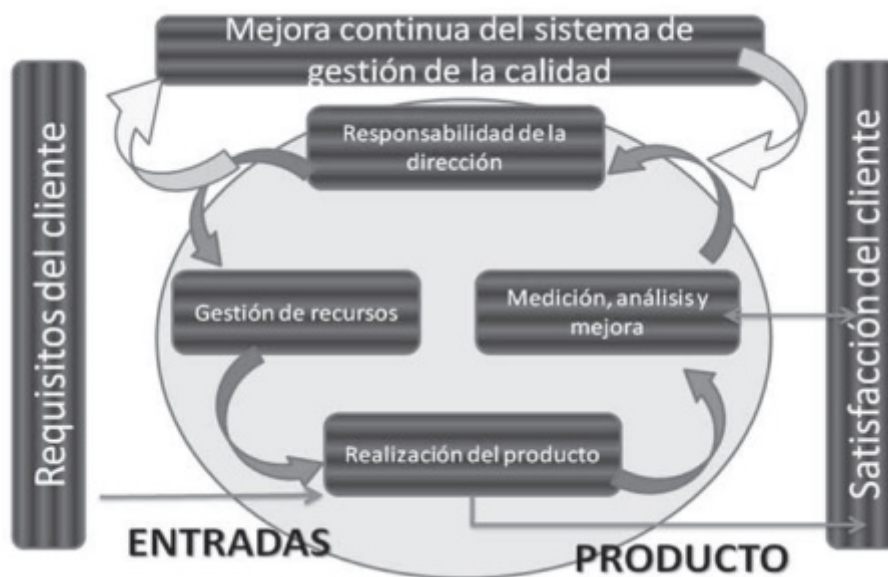


Figura 1. Modelo del sistema de gestión de calidad por procesos.
 Nota: Se obtuvo de NTC ISO 9001, 2008; de los autores Cubillos y Rodríguez (2009).

En línea con el estudio, otro aporte relevante es el realizado por Hidalgo (2019), en su proyecto de investigación sobre la calidad del servicio, dentro del Sector Financiero y su relación con la satisfacción de los clientes del Cantón Ambato” tomó como objetivo proponer un plan de mejora como un servicio al cliente y la satisfacción en el sistema financiero de Ambato con el método de investigación cuantitativa, los resultados dentro de UNINOVA con respecto a los clientes mostraron una: confiabilidad con 99.62 % y 90.65 %, que demuestra que los clientes activos de la compañía están más satisfechos con los aspectos relacionados con la atención y la supervisión del cliente. Estudios como estos, han demostrado la importancia de la confiabilidad en la percepción de calidad del servicio por parte de los clientes de instituciones financieras, compartiendo esta

investigación ideas generadoras con el presente estudio.

En cuanto al servicio, según Duque (2005), menciona al servicio como, cualquier beneficio o actividad que ofrece una parte a la otra; son básicamente intangibles y no producen ningún activo, su producción puede involucrar o no un producto físico. Servicio entonces es la actividad o actividades realizados para garantizar la satisfacción del cliente. Por su parte, Molina (2014), habla de la calidad del servicio afirmando que consiste en cumplir con las expectativas de los clientes, en como un servicio satisface sus necesidades, y para Albrecht (1988), es importante señalar que cuando una organización examina su visión sobre la calidad de los servicios que brinda, debe entenderse que un servicio es considerado de calidad cuando logra sus objetivos y satisface las necesidades de sus

clientes, es decir, presentes y futuras (Miranda, et, al., 2021).

Sobre este tema, Guerrero (2018), menciona que la calidad se basa en el punto de vista del cliente, por lo que es subjetiva; ya que requiere un mayor grado de claridad que otros atributos de productos o servicios especificados, esta calidad se estima en un margen como alta o baja, dentro de una comparación, respecto de la excelencia de los bienes o servicios y la satisfacción que el consumidor observe.

En cuanto a lo anterior, Osejos y Merino (2020), define la satisfacción como un juicio o evaluación en que un producto/servicio o característica es interesante en el momento del consumo, incluidas las fases de infrautilización o exceso de equipamiento, se puede conocer que las expectativas son predicciones hechas por el cliente en donde se encuentran una probabilidad de suceso y que la percepción, se refiere a las características observadas por el consumidor después de adquirir un producto o servicio.

Esto quiere decir que, cuando todas las actividades están enfocadas en los clientes, es más fácil que estos vean la experiencia que aportan, por lo que para que sea positiva y satisfactoria, la calidad debe ser una de las prioridades. esperar una mayor calidad de los procesos, servicios, seguimiento y comunicaciones (Hammond, 2022) el mismo autor resalta en su informe un cliente feliz puede traer grandes beneficios a la empresa.

Es de resaltar entonces, las cooperativas, ya que estas tienen un nivel más alto de satisfacción del cliente que los bancos en Ecuador. Uno de los antecedentes de estas cooperativas, fue la encuesta realizada mediante el método ACSI (American Customer Satisfaction Index) a 2.241 clientes del sistema financiero del país, quienes expresaron sus opiniones sobre expectativas, calidad y satisfacción de bancos (1.334) y cooperativas (907) con base en la encuesta. Los bancos obtuvieron un 78,69% frente a las expectativas generales, un 82,18% en calidad y un 79,08% en satisfacción del cliente, mientras que las cooperativas obtuvieron un 79,73% por encima de las expectativas, un 84,57% en calidad y un 81,03% en satisfacción (Consultora y MarketWatch, 2022).

Por su parte, la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, a junio de 2021 indica que en el área de economía popular y solidaria existen actualmente 12.918 asociaciones, 2.657 cooperativas y 64 organismos públicos registrados, y en sector financiero, unidad popular y 1 banco central (Sánchez, 2021). En el Sector Financiero Popular y Solidario, a septiembre de 2021, existen un total de 512 cooperativas y mutualidades de ahorro y crédito activas en todo el país, de las cuales la Provincia de Pichincha ocupa el primer lugar con 109 instituciones financieras, representando el 21,29% del total de cooperativas y sociedades recíprocas.

De igual forma, la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, a junio de 2021 indica que en el área de economía popular y solidaria existen actualmente 12.918 asociaciones, 2.657 cooperativas y 64 organismos públicos registrados, y en sector financiero, unidad popular y 1 banco central (Sánchez, 2021). En el Sector Financiero Popular y Solidario, a septiembre de 2021, existen un total de 512 cooperativas y mutualidades de ahorro y crédito activas en todo el país, de las cuales la Provincia de Pichincha ocupa el primer lugar con 109 instituciones financieras, representando el 21,29% del total de cooperativas y sociedades recíprocas.

Ahora bien, dentro de la Dirección Nacional de Cooperativas, se encuentran reguladas las cooperativas de Ahorro y Crédito en los segmentos uno, dos y tres, ubicadas por sus activos y socios que manejan, en el segmento uno activos de 0 a 1'100.000,00 hasta 700 socios, segmento dos 1'100.000,01 a 9'600.000,00 hasta 7.100 socios y el segmento tres de 9'600.000,01 a más hasta 7.100 socios.

En este contexto, la Cooperativa de Ahorro y Crédito Luz del Valle de la provincia de Pichincha, del Cantón Quito dentro de la Parroquia de Amaguaña, se establece una relación directa entre dos variables, siendo la calidad de servicio financiero y la satisfacción, para medir la satisfacción del cliente o socios al momento de adquirir sus servicios, de esa manera poder ser recomendada por nuevos y posibles socios.

Cabe destacar que, en la cooperativa de Ahorro y Crédito Luz del Valle en su agencia Amaguaña, existen quejas constantes por parte de los socios, por la falta de tiempo disponible de los trabajadores para solucionar algún problema o necesidad del cliente, ya que no siempre logran solucionar dichos problemas, de igual manera los tramites se retrasan por falta de información y no son concluidas en el tiempo establecido, por lo que los clientes no son comunicados una vez finalizado sus trámites.

De igual manera, existe una gran pérdida de periodos de tiempo en la espera de los clientes dentro de la entidad financiera, ya que la cooperativa no cuenta con personal capacitado y suficiente que atiendan y cubran las necesidades o actividades financieras de los clientes, de esa manera no presentan satisfacción en la calidad del servicio financiero. El objetivo de este artículo radica en determinar la relación entre la calidad de los servicios financieros con la satisfacción de los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Luz del Valle.

En ese sentido, la calidad del servicio es un factor clave para la satisfacción de los clientes en una institución financiera como una cooperativa de ahorro y crédito. Los clientes esperan un servicio rápido, amable y eficiente. Una buena calidad del servicio puede llevar a una mayor retención de clientes, más nuevos clientes y una mejor reputación. Partiendo del problema clave de investigación, la empresa interpretará la situación

actual que mantienen las dos variables, así también contará con un mejor control y evaluación del nivel de satisfacción del cliente con el servicio adquirido. Este artículo es importante, porque ayudará a entender la calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente, para de esa manera poder recomendar posibles mejoras que lleven al beneficio de la institución financiera.

Por lo tanto, y para atender la problemática antes descrita, el objetivo del artículo radica analizar la relación la calidad del servicio financiero y la satisfacción de los clientes en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Luz del Valle en su agencia Amaguaña, así también, se podrán generar estrategias para una mejor relación con los clientes e incrementando la satisfacción de los mismos.

MÉTODO

El tema calidad del servicio financiero y su relación con la satisfacción de los clientes en la Cooperativa de Ahorros y Crédito Luz del Valle agencia Amaguaña”, corresponde a una investigación con un enfoque cualitativo y cuantitativo.

El estudio posee, un enfoque cualitativo porque se utilizó una entrevista estructurada como herramienta de recolección de información, para poder conocer la realidad que la cooperativa tiene con respecto a la calidad del servicio financiero. A su vez, es de enfoque cuantitativo, ya que se conoció el estado actual que esta la entidad financiera en cuanto a los costos de producción numérica

de ganancias, con respecto a la satisfacción de sus clientes de sus servicios financieros, se aplicó para ello, una herramienta como es el modelo SERVQUAL, de esa manera identificar la relación que existe entre ambas variables.

La investigación consistió en una investigación descriptiva, basándose en determinar la realidad de los conceptos principales como; la calidad de servicio y satisfacción de los clientes, logrando analizar un objetivo de estudio concreto e interpretar las variables de acuerdo a la satisfacción que muestran los clientes y socios de la cooperativa Luz del Valle al momento de ser otorgado un servicio financiero, Es correlacional, porque permite medir cual es la relación entre la calidad del servicio y a satisfacción que posee el cliente de la cooperativa Luz del Valle y hacer una relación estadística entre cada una de ellas.

Los instrumentos que se hacen uso en el proyecto fueron una entrevista estructurada personal realizada directamente al líder de desarrollo organizacional de la cooperativa de Ahorro y Crédito Luz del Valle agencia Amaguaña, y un cuestionario de 22 preguntas, basado y aplicado mediante el modelo SERVQUAL hacia los clientes.

Es importante determinar la población del proyecto de investigación, ya que, a partir de la muestra de dicha población, será posible explotar los resultados obtenidos., y para el desarrollo de la investigación se han determinado como resultado una población de 1258 clientes activos.

Para la población de la investigación, se considera que la cooperativa de Ahorro y Crédito Luz del Valle agencia Amaguaña, actualmente mantiene un número de 24 miembros que colaboran con la institución financiera en sus actividades cotidianas, de esa manera para poder recolectar información para determinar el estado actual de la calidad del servicio, se lo realizó mediante la aplicación de una entrevista como instrumento, aplicado al líder inmediato de la agencia.

De acuerdo al cálculo realizado se obtuvo una muestra de 294 personas que son clientes de la cooperativa Luz del Valle agencia Amaguaña, que fueron encuestadas con la finalidad de que se obtenga la información correspondiente para el análisis sobre la satisfacción que tienes de la calidad del servicio financiero.

Los instrumentos aplicados fueron una encuesta con 4 alternativas de respuesta (para los clientes) y una entrevista abierta (para el líder de desarrollo organizacional de la cooperativa), estos permitieron realizar una medición en la calidad del servicio, dando a estudiar sus cinco indicadores o dimensiones, que ayudan a medir el cálculo de la calidad los cuales son; aspectos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, siendo estos quienes nos ayuden a identificar si los clientes son satisfechos por el servicio financiero que ofrece la entidad.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, los resultados del estudio cuyo objetivo consistió en analizar la relación entre la calidad del servicio financiero y la satisfacción de los clientes en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Luz del Valle, agencia Amaguaña.

De acuerdo a la entrevista abierta, realizada al Líder de Desarrollo Organizacional de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Luz del Valle, para la interrogante ¿cuál es el porcentaje de modernización de las instalaciones físicas de la agencia Amaguaña, con respecto a otras agencias de la cooperativa? La agencia de Amaguaña actualmente se encuentra actualizada en un 85% de modernización en calidad a sus instalaciones físicas, y áreas limpias y ordenadas dentro de sus oficinas.

De igual forma, en la interrogante ¿Qué aspectos específicos de las instalaciones físicas se han modernizado? Respondió: De la misma manera se trabaja en su actualización de sus canales digitales electrónicos y brindar un servicio de calidad rápido y a la vez efectivo para que el cliente pueda satisfacer sus necesidades fuera de las instalaciones de la institución financiera.

Por último, se le preguntó ¿Cómo se asegura la cooperativa de brindar una atención respetuosa y amable a todos sus clientes? se puede apreciar que la cooperativa mantiene un horario amplio hacia sus socios clientes, manteniendo a su personal

en capacitaciones continuas para la mejora en su servicio de calidad, y siempre brindando una atención respeto y amabilidad hacia los clientes.

A continuación, los resultados de la encuesta aplicada a los clientes de la cooperativa de Ahorro y Crédito Luz del Valle agencia Amaguaña, la

cual se hizo con la finalidad de conocer el punto de vista y conocimientos sobre la satisfacción que presentan por el servicio que ofrece la institución financiera. A continuación, la Figura 2, da a conocer si la cooperativa cuenta con los materiales necesarios:

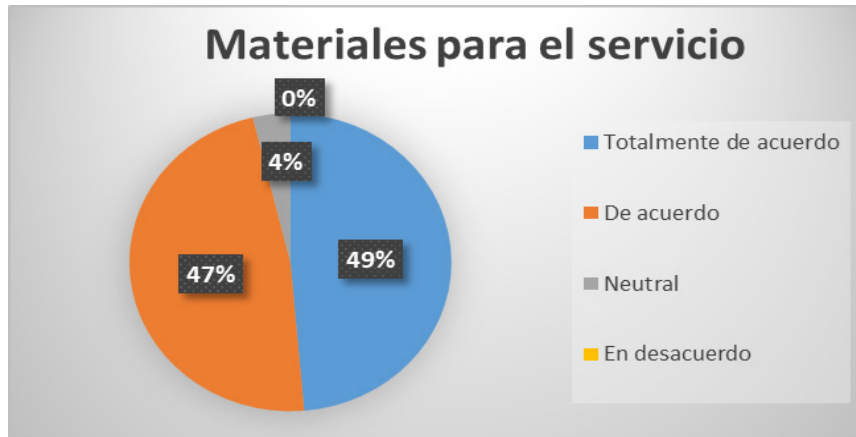


Figura 2. Materiales para el servicio.

Al evaluar la percepción de los clientes para saber si la cooperativa Luz del Valle cuenta con materiales necesario para ofrecer un buen servicio, se obtuvo que 143 personas, dicen estar totalmente

de acuerdo un 49%, 140 personas mencionaron estar de acuerdo con un 47% y 11 personas dicen que no están de acuerdo ni en desacuerdo, neutral con un 4%, Figura 3.

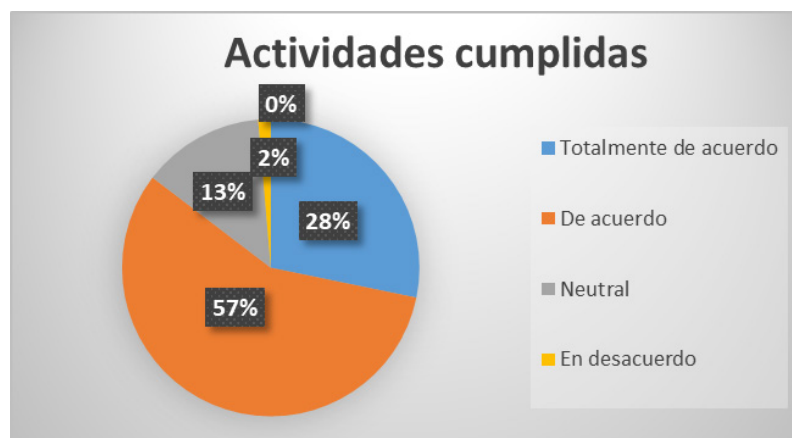


Figura 3. Actividades cumplidas.

Al consultar a 294 clientes sobre la puntualidad de la Cooperativa Luz del Valle, Agencia Amaguaña al cumplir con los plazos establecidos, el 83% (28%) afirmó que siempre cumple, el 57% (168) indicó

que cumple generalmente, el 13% (39) manifestó una opinión neutral, y solo un 2% (4) señaló que no cumple."2%, Figura 4.

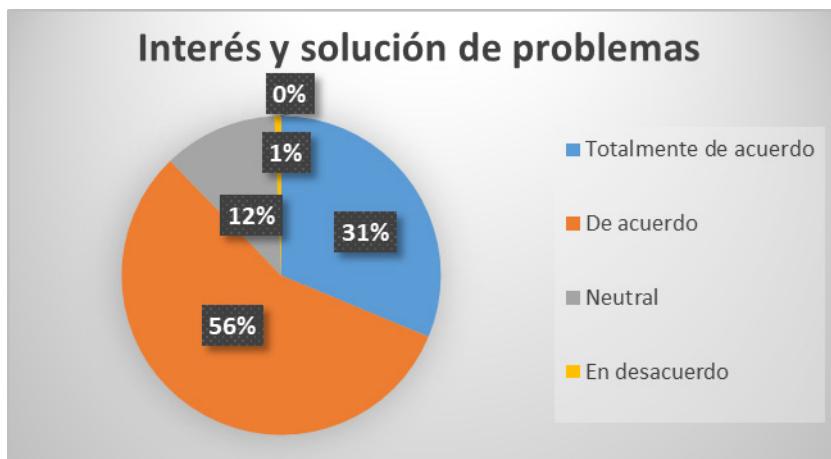


Figura 4. Interés y solución de problemas.

En la figura 4, se muestra que, de las 294 personas encuestadas como parte de los clientes al identificar que la cooperativa Luz del Valle muestra interés en solucionar problemas de sus clientes, 92 personas dicen estar totalmente de acuerdo

con un 31%, 166 personas mencionaron estar de acuerdo con un 56%, 34 personas dicen que no están de acuerdo ni en desacuerdo, neutral con un 12% y 2 personas mencionan estar en desacuerdo con un 1%, Figura 5.

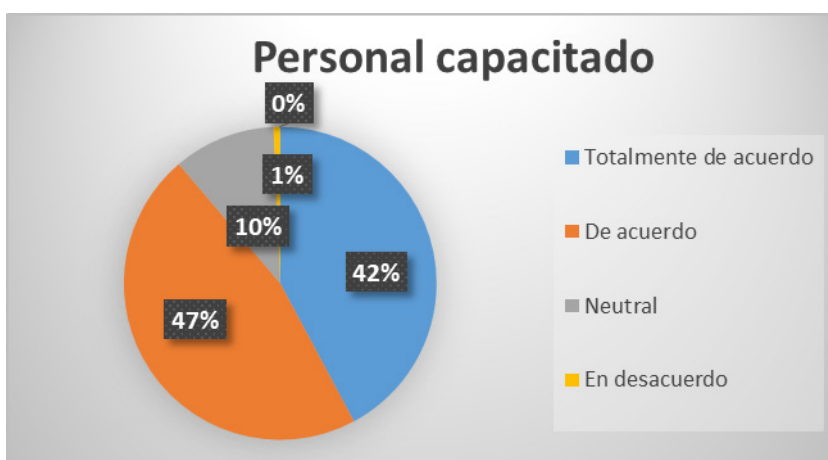


Figura 5. Personal capacitado.

Según muestra, la Figura 5, un total de 124 personas encuestadas mencionan estar totalmente de acuerdo que los miembros de la cooperativa poseen conocimientos necesarios y están capacitados para responder y ayudar en las inquietudes de los clientes con un 42%, mientras que 137 personas encuestadas mencionan estar de acuerdo con que los miembros poseen conocimientos necesarios para ayudar a sus clientes con un 47%, 31 personas encuestadas dicen que no están de acuerdo ni en desacuerdo neutral con un 10% y 2 personas encuestadas mencionan estar en desacuerdo con el 1%.

Discusión

En la sección anterior, se presentaron los resultados obtenidos a partir del análisis de los datos. A continuación, se procede a discutir en profundidad estos hallazgos, explorando su significado y las implicaciones que tienen para la comprensión de la relación entre la calidad del servicio financiero y la satisfacción del cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Luz del Valle, agencia Amaguaña.

En cuanto a los hallazgos sobre las mejores específicas realizadas a las instalaciones y el funcionamiento de la cooperativa, el entrevistado se enfocó hacia la actualización de los canales digitales, esta desviación a la respuesta podría indicar una percepción de que la modernización se limita únicamente a la implementación de nuevas tecnologías, sin tomar en consideración los elementos tangibles o físicos de la agencia.

Aunque lo anterior es interesante, se debe destacar que, si bien la actualización de canales digitales es fundamental para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa, la modernización de las instalaciones físicas también juega un papel relevante en la percepción de la calidad del servicio del cliente, ya que un ambiente físico atractivo, funcional y mantenido contribuye a generar una impresión positiva de los clientes y a su vez fortalece la imagen de la institución.

En línea con estos resultados, está Molina (2014) quien afirma que la calidad del servicio radica en satisfacer las expectativas de los clientes. Por lo tanto, la modernización de las instalaciones físicas y la actualización de los canales digitales son elementos que contribuyen a cumplir con estas expectativas. Se subraya la necesidad de lograr un equilibrio entre ambas dimensiones, lo que puede garantizar una experiencia completa y satisfactoria entre los clientes.

Otro hallazgo tiene que ver con el nivel de satisfacción respecto a la dotación de materiales, donde la mayoría expresó estar de acuerdo o en total acuerdo. Estos hallazgos concuerdan con la propuesta que realiza Ishikawa (1986) quien resalta lo importante de satisfacer las necesidades del cliente como base de una mejora continua. Sin embargo, aunque los clientes tengan la percepción de que la cooperativa cuentan con los recursos necesarios, Ishikawa incluye otros aspectos relevantes como el diseño y el mantenimiento de los servicios y productos.

Finalmente, los resultados muestran que hay un alto nivel de satisfacción por parte de los clientes con respecto a la capacitación de la Cooperativa Luz del Valle, estos hallazgos coinciden con los resultados de Hidalgo (2019) quien encontró una alta confiabilidad en la atención al cliente en el sector financiero de Ambato, Ambos estudios evidencia la importancia que los clientes otorgan a la competencia y amabilidad del personal que los atiende como factores clave para la satisfacción del servicio, se resalta además que, ambos estudios coinciden al señalar la relevancia de la capacitación del personal como un factor determinante en la percepción de la calidad del servicio y la satisfacción por parte de los clientes.

CONCLUSIONES

El presente estudio tuvo como objetivo analizar la relación entre la calidad del servicio financiero y la satisfacción de los clientes en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Luz del Valle, agencia Amaguaña. Los resultados obtenidos en la encuesta muestran que, en general, los clientes se encuentran satisfechos con la rapidez del servicio que reciben. Sin embargo, es importante resaltar que aún existe un porcentaje considerable de clientes que no perciben la rapidez del servicio como un aspecto destacado. En este sentido, es importante tener en cuenta que el porcentaje de los encuestados que está en desacuerdo con esta afirmación. Por lo tanto, la cooperativa debería realizar un análisis más profundo de las experiencias de estos clientes,

a fin de identificar las causas de su insatisfacción y tomar las medidas correctivas necesarias.

Lo anterior, se puede traducir en que algunos clientes han tenido experiencias negativas con la cooperativa al intentar solucionar sus problemas. Es importante que la cooperativa investigue estas experiencias para identificar áreas de mejora. En general, los resultados de la encuesta son positivos. La cooperativa Luz del Valle está haciendo un buen trabajo al solucionar los problemas de sus clientes. Sin embargo, es importante que la cooperativa continúe trabajando para mejorar su servicio al cliente para satisfacer las necesidades de todos sus clientes.

Cabe resaltar, que la mayoría de los clientes de la cooperativa Luz del Valle se sienten seguros al realizar sus transacciones dentro de la institución financiera. Es importante resaltar que la gran mayoría de los encuestados está totalmente de acuerdo o de acuerdo con que se sienten seguros. Esto es un indicador positivo de que la cooperativa está cumpliendo con sus objetivos de seguridad. Sin embargo, es importante tener en cuenta que existe un porcentaje de los encuestados que está neutral o en desacuerdo con la afirmación. Esto podría indicar que algunos clientes no están completamente seguros de la seguridad de la cooperativa. Se resalta la importancia de que la cooperativa continúe trabajando para mejorar la seguridad de sus sistemas y procesos para satisfacer las necesidades de todos sus clientes.

La mayoría de los clientes de la cooperativa Luz del Valle están satisfechos con los conocimientos y capacitación de los miembros de la cooperativa, la mayoría de los encuestados está totalmente de acuerdo o de acuerdo con que los miembros poseen los conocimientos necesarios para ayudar a sus clientes. Esto es un indicador positivo de que la cooperativa está cumpliendo con sus objetivos de capacitación de empleados. Sin embargo, es importante tener en cuenta que existe un bajo número de los encuestados que están neutral o en desacuerdo con la afirmación. Esto podría indicar que algunos clientes no están completamente satisfechos con los conocimientos o capacitación de los miembros de la cooperativa. Es importante que la cooperativa continúe trabajando para mejorar la capacitación de sus empleados para satisfacer las necesidades de todos sus clientes.

En conclusión, la mayoría de los clientes de la cooperativa Luz del Valle están satisfechos con el compromiso de la entidad por ofrecer los mejores intereses a sus clientes. Casi en la totalidad de los encuestados está totalmente de acuerdo o de acuerdo con que la cooperativa se preocupa por ofrecer los mejores intereses a sus clientes. Esto es un indicador positivo de que la cooperativa está cumpliendo con sus objetivos de satisfacción del cliente.

Se manifiesta que la cooperativa Luz del Valle está haciendo un buen trabajo al capacitar a sus empleados. Sin embargo, la cooperativa podría mejorar la satisfacción de sus clientes al ofrecer más

oportunidades de capacitación para los empleados. Al implementar estas mejoras, la cooperativa Luz del Valle puede continuar brindando a sus clientes una experiencia financiera positiva y confiable. En resumen, los resultados de la encuesta indican que la cooperativa Luz del Valle está haciendo un buen trabajo al cumplir con sus objetivos de servicio al cliente. Sin embargo, hay algunas áreas en las que la cooperativa podría mejorar, como ofrecer capacitación más continua para los empleados y escuchar más los comentarios de los clientes. Al implementar estas mejoras, la cooperativa Luz del Valle puede continuar mejorando la experiencia de sus clientes.

CONFLICTO DE INTERESES. Los autores declaran que no existe conflicto de intereses para la publicación del presente artículo científico.

REFERENCIAS

- Albrecht, K. (1988). *At America's Service: How corporations can revolutionize the way they treat their customers*. Dow Jones: Irwin. <https://acortar.link/0bmy3N>
- Banco Mundial.(2020) *Indicadores de Desarrollo Mundial*, World Bank Group. <https://acortar.link/ct3AaB>
- Consultora, A y MarketWatch. (2022). *Las cooperativas tienen un mejor índice de satisfacción del cliente en Ecuador*. <https://bit.ly/4dXRRoY>
- Cubillos, M y Rodríguez, D (2009). *El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad*. *Revista de la Universidad de la Salle*, 80-99. <https://acortar.link/KZb2zG>
- Duque, E. (2005) *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. <https://acortar.link/duwyaQ>

- Guerrero, J. (2018). La calidad de servicio: una perspectiva desde el cliente. Bogotá: Ediciones Uniandes. Colombia. <https://acortar.link/7uyjpY>
- Hammond, M. (2022). Satisfacción del cliente: qué es, sus elementos y cómo medirla. <https://acortar.link/3Mvcb1>
- Hidalgo, M. (2019). Calidad del Servicio y Satisfacción al cliente en el Sector Financiero del Cantón Ambato. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato: <https://acortar.link/uGT6m5>
- Miranda, M. Chiriboga, P., Romero, M y Tapia, L (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí. Ciencias Técnicas y Aplicadas. <https://acortar.link/PmAjsl>
- Molina, J. (2014). Aprendizaje significativo: fundamentos y aplicaciones. Madrid: Popular. <https://acortar.link/pi9YtJ>
- Osejos, A y Merino, J.(2020). Modelo servqual como instrumento de evaluación de la calidad del servicio al cliente, Cantón Jipijapa. Revista Científica Multidisciplinaria, 79-92. <https://acortar.link/UbRYre>
- Remache, S. (2019). Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Sipecom SA. de la ciudad de Guayaquil - Ecuador, período 2018. <https://acortar.link/6WYWEL>
- Sánchez, P. (2021). El efecto del tiempo sobre la balanza comercial de Colombia. Revista de Economía. <https://acortar.link/moJE2z>
- SEPS, S. (2021). Evaluación de la Inclusión Financiera y los Servicios Financieros Digitales en el Ecuador. <https://acortar.link/g1uCcZ>



Revista de Investigación
en Ciencias de la Administración

VOLUMEN 8 NÚMERO 32
OCTUBRE - DICIEMBRE 2024

ISSN: 2616-8219
ISSN L: 2616-8219



CET-BOLIVIA