

**La atención al cliente en la prestación de servicios bancarios:
Caso Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo de
Machala**

**Customer service in the provision of banking services: case
Cooperative of Savings and Credit Jardin Azuayo de Machala**

Verónica Jacqueline Fierro-Sánchez¹
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
vfierro_est@utmachala.edu.ec

Wilton Eduardo Romero-Black²
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
weromero@utmacfhala.edu.ec

Norman Vinicio Mora-Sanchez³
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
nmora@utmachala.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1760

V8-N3 (may-jun) 2023, pp. 420-427 | Recibido: 16 de febrero de 2023 - Aceptado: 03 de marzo de 2023 (2 ronda rev.)

1 Estudiante previo al título de Ingeniera Comercial mención en administración de empresas
ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-8992-3190>

2 Ingeniero Industrial, Docente investigador de la Universidad Técnica de Machala. Docente de las cátedras de Gestión de Calidad, Administración de la Producción y Gestión Ambiental
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5200-1361>

3 Doctorado PhD en Administración de Empresas. Docente de la Universidad Técnica de Machala
ORCID: <https://orcid.org/0002-2814-2751>

Cómo citar este artículo en norma APA:

Fierro-Sánchez, V., Romero-Black, W., & Mora-Sanchez, N., (2023). La atención al cliente en la prestación de servicios bancarios: Caso Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo de Machala . 593 Digital Publisher CEIT, 8(3), 420-427 <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1760>

Descargar para Mendeley y Zotero

RESUMEN

La satisfacción de cliente es el nivel de estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas; este trabajo de investigación tiene como objetivo “Analizar la atención del cliente en la prestación de servicios bancarios mediante la aplicación de herramientas estadísticas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo”, la metodología aplicada en la presente investigación es de tipo descriptiva, con un enfoque cuali-cuantitativo, transversal y correlacional con una población de estudio integrada por los socios, clientes y usuarios que tiene la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo; se apoya con el uso del modelo SERVQUAL y para el procesamiento de los datos se utiliza el programa IBM SPSS V25 cuyos resultados obtenidos de la información recolectada donde su ponderación es SATISFACTORIA con un valor de promedio ponderado de 3.6308 lo que se percibe que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo están haciendo bien las cosas; la infraestructura según el gráfico a simple vista no se visualiza problema alguno, pero en la tabla donde se encuentra el promedio de las medias se puede apreciar que su resultado es menor que el promedio ponderado 3.622 y este resultado es causa de que los sistemas financieros que funcionan en línea en todas las entidades bancarias son intermitentes, situación que cada entidad logra superar muchas veces de inmediato otros demoran en su respuesta pero en sí, es difícil lograr una satisfacción plena en los clientes.

Palabras clave: servicio al cliente; atención al cliente; satisfacción al cliente; servicios bancarios

ABSTRACT

Customer satisfaction is the level of a person's mood that results from comparing the perceived performance of a product or service with their expectations; The objective of this research work is to "Analyze customer service in the provision of banking services through the application of statistical tools in the Jardín Azuayo Savings and Credit Cooperative", the methodology applied in the present investigation is descriptive, with a qualitative-quantitative, cross-sectional and correlational approach and the study population are the partners, clients and users of the Jardín Azuayo Savings and Credit Cooperative; It is supported by the use of the SERVQUAL model and for the data processing the IBM SPSS V25 program is used, whose results obtained from the information collected, its weighting is SATISFACTORY with a weighted average value of 3.6308, which is perceived as the Savings Cooperative. and Crédito Jardín Azuayo are doing things well; The infrastructure, according to the graphic at first sight, does not show any problem, but in the table where the average of the means is found, it can be seen that its result is less than the weighted average 3,622 and this result is the cause of the financial systems that they work online in all banking entities are intermittent, a situation that each entity manages to overcome many times immediately, others delay in their response but in itself, it is difficult to achieve full customer satisfaction.

Key words: customer service; customer service; customer satisfaction; banking services

Introducción

En la actualidad las exigencias de los consumidores en relación a los requisitos y expectativas respecto a la calidad han aumentado y como sabemos el entorno externo es muy variable, situaciones que genera cambios significantes en su estructura como en su gestión y administración de sus recursos y cuya finalidad es el cumplimiento de sus expectativas así como también de su satisfacción (Berdugo et al, 2016); es por ello que es de gran importancia que todas las empresas independientemente del sector en el que se encuentren se diferencien ante la competencia, y una de las mejores formas para realizarlo es mediante el desarrollo en la excelencia de los productos, y/o prestación de servicios con calidad y se lo logra mediante el uso de herramientas de excelencia de la calidad como la Normas ISO 9001:2015 y serán tomadas como una decisión estratégica (Espinoza & Parra, 2020).

La adopción de la Norma ISO 9001:2015 Sistemas de Gestión de Calidad ayuda a la empresa a mejorar su desempeño y proporcionar una base sólida para las iniciativas de desarrollo sostenible, mediante el enfoque a procesos permite mejorar la capacidad de proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos y estándares de sus clientes, permitiendo controlar de forma continuada la calidad en todos sus procesos; la última versión de la norma, según Barragán (2016) citado por (Gorotiza & Romero, 2021) indica que la norma busca alcanzar objetivos como: “Conseguir la satisfacción del cliente respecto a los productos o servicios que ofrece la organización”; “Acrecentar el valor agregado y la calidad en los procesos y productos o servicios”; “Elevar la eficiencia de las actividades” (pág. 276)

En la sociedad moderna las instituciones financieras desempeñan un papel importante, según Cobra (2002) citado por (Morillo et al, 2011) expresa que “los servicios bancarios son complejos debido al combinar aspectos tangibles (pagos, retiros, depósitos, atención amable con el cliente) e intangibles (seguridad, capacidad de respuesta y responsabilidad de los funcionarios)”; esta dinámica moderna, las organizaciones

aplican algunas estrategias para mantenerse y posicionarse en el mercado, mejorando sus niveles de productividad y competitividad, logrando elevar su eficiencia a corto y mediano plazo a un menor costo (Peñaranda et al, 2020)

Los servicios que ofrecen las instituciones financieras a los clientes es importante ya que buscan cubrir sus necesidades y expectativas logrando mejorar su productividad y posicionándolos favorablemente respecto a otras instituciones debido a que es más competitiva Najul (2011) citado por (Malpartida et al, 2021); la satisfacción percibida por el servicio recibido es elemental al momento de evaluar la supervivencia de la empresa ya que, la calidad en cuánto a sus servicios permitirá el crecimiento empresarial beneficiando al derechohabiente y a la misma empresa (Salazar & Cabrera, 2016)

Si bien se conoce que las instituciones financieras sean estos bancos, cooperativas y entidades financieras prestan servicios como manejo de fondos, créditos, pagos de servicios básicos, pagos de obligaciones tributarias, matriculación y multas vehiculares, etc., servicios que los usuarios (socios) y no usuarios de estos servicios; estas entidades implementan estrategias con la finalidad de atraer más usuarios en vista de que al ocupar sus servicios se benefician económicamente y su productividad va en alza, por ende es más competitiva.

Ante tal situación de competitividad encontramos a la cooperativa de ahorro y crédito Jardín Azuayo, empresa creada en 1996 como respuesta a la necesidad de reconstrucción provocada por las grandes inundaciones que afectaron al Cantón Paute-Cuenca; en la actualidad cuenta con varias sucursales en todo el Ecuador, así como también en la provincia de El Oro y en sus diversos cantones como Machala, Santa Rosa, Pasaje, Zaruma entre otros; el aumento progresivo de socios y usuarios, la cooperativa busca mejorar la calidad en la atención así como, también mejorar su portafolio de servicios que ofrece con la finalidad de cumplir y satisfacer sus necesidades y expectativas; ante lo descrito anteriormente se plantea como objetivo “Analizar la atención al cliente en la

prestación de servicios bancarios mediante la aplicación de herramientas estadísticas en la cooperativa de ahorro y crédito Jardín Azuayo”

En la investigación desarrollada en México por (Torres & Luna, 2017) cuya finalidad es conocer la percepción de los clientes con relación a la calidad de atención y los servicios ofrecidos, cuyo resultado obtenido es elevado el nivel de satisfacción en la atención y los servicios recibidos por parte de los clientes logrando obtener de una escala de 0 al 10, una calificación de 9.2 lo que se percibe que las estrategias implementadas para lograr una satisfacción en la atención y la prestación del servicio son óptimas.

Otro caso de estudio desarrollado por (Bollet et al, 2019) cuyo objetivo es determinar la relación que existe entre la calidad de servicio bancario y la fidelización del cliente; los resultados obtenidos dieron como resultado que existe relación significativa entre calidad del servicio bancario y la fidelización al aplicar el coeficiente de Pearson=0.407 considerándolo débil la correlación y un nivel de significancia con valor de $s=0.01 < 0.05$ por tal motivo se obtiene un nivel de confianza en la correlación del 99.99% y 0.1 % en la probabilidad de error.

Desarrollo

Atención al cliente, para Najul 2011 citado por (Malpartida et al, 2021) expresa que la atención al cliente es considerada un servicio que realizan las entidades públicas o privadas cuyo fin es cubrir sus necesidades y cumpliendo sus expectativas generando productividad y posicionándolo mejora en el mercado respecto a su competencia.

El servicio al cliente, son todas las acciones que ligan a una organización con sus clientes Inches (1983) citado por (Gálvez & Vargas, 2018); es decir, el conjunto de actividades que originan una relación con las empresas.

La calidad en el servicio es una alternativa para que las organizaciones obtengan ventaja competitiva en un ambiente económico globalizado; las pymes deben ofrecer mayor calidad

en el servicio en relación a las grandes empresas para de esa forma lograr mayor preferencia por parte de los clientes (Silva et al, 2021).

Satisfacción al cliente, es el gusto que experimenta después de haber consumido el producto o del servicio percibido y cuya finalidad es satisfacer sus necesidades; se debe considerar que la satisfacción está relacionada con las expectativas de los consumidores, los mismos que colaboran para el mejoramiento y aplicación de nuevas estrategias de calidad de servicio que influyan a captar nuevos clientes (Moreno, 2019)

Prestación y servicios bancarios, es esencial el rol que desempeña el sistema financiero para el óptimo movimiento económico en el desarrollo de diversas actividades financieras que existen; por tal motivo, la correcta participación de los diversos entes financieros contribuyen a elevar el crecimiento económico y bienestar de la población; los mismos que lo conforman tanto organismos públicos como privados que buscan captar los ahorros de las personas y colocarlos mediante el fomento de créditos que generen rendimiento financiero que aporten tanto a instituciones de intermediación financiera como a los socios o clientes (Ordoñez et al, 2020)

Tipos de servicios bancarios, los productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones bancarias y/o instituciones financieras, están orientados al ahorro y crédito los mismos que son: cuentas de ahorro, cuenta corriente, depósito a plazo, tarjetas de crédito, tarjeta de débito, cajeros automáticos, banca electrónica, transferencia bancaria, remesas, opciones de inversión, banca en **línea** (Finanzas Prácticas, 2023)

Proceso de atención al cliente, la atención o servicio al cliente es el conjunto de actividades que están entrelazadas entre sí y que son ofrecidas por la entidad financiera, mediante un cajero de mostrador o asesor financiero que expone los servicios que posee la empresa financiera para satisfacer las necesidades de los clientes y la sociedad (González et al, 2017)

Metodología

Se pretende investigar la satisfacción del cliente en la atención a los usuarios en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo de la ciudad de Machala; en base a la información recolectada, la investigación es descriptiva, con un enfoque cuali-cuantitativo, transversal y correlacional; la población a considerar son los clientes y usuarios que posee la entidad financiera en la prestación de los servicios, para lo cual se aplican 384 encuestas y para su procesamiento se apoya con el modelo SERVQUAL ya que mediante sus cinco dimensiones (instalaciones, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) busca identificar aspectos débiles con la finalidad de proponer sus acciones correctivas o de mejora.

Resultados

Tabla 1

Ponderación a través del Modelo SERVQUAL

| Dimensiones | Promedio medias | Brechas |
|------------------------------------|-----------------|---------|
| Variable 1. Instalaciones | 3,622 | -1,378 |
| Variable 2. Confiabilidad | 3,637 | -1,363 |
| Variable 3. Capacidad de respuesta | 3,623 | -1,377 |
| Variable 4. Seguridad | 3,634 | -1,366 |
| Variable 5. Empatía | 3,638 | -1,362 |
| Rango de satisfacción del cliente | 3,6308 | |
| Rango de Ponderación | Satisfactorio | |

La tabla 1., describe las ponderaciones de las dimensiones o variables establecidas por el modelo SERVQUAL; cada una de ella detalla el promedio y las brechas de la correlación de las preguntas plateadas para cada variable o dimensión; el rango promedio ponderado de satisfacción es de 3.6308 lo que se considera satisfactorio

Los resultados obtenidos mediante el modelo SERVQUAL determinan un rango de ponderación de satisfactorio para las muestras de estudio, las brechas denotan valores negativos que identifican los rangos de mejoras de las dimensiones más altas como se aprecia en la Fig. 1.

Figura 1

Gráfico de evaluación de dimensiones



La figura 1., demuestra el comportamiento de las variables o dimensiones consideradas en la investigación; a simple vista se visualiza correlación entre las variables cuyo resultado de ponderación *satisfactorio*, lo que demuestra que la Cooperativa Jardín Azuayo se preocupa íntegramente en todos los factores con la finalidad de lograr satisfacción en los clientes y usuarios de los servicios que ofrece la cooperativa. La variable 1 o dimensión 1 que hace referencia a instalaciones (infraestructura) así como la variable 3 o dimensión 3 (capacidad de respuesta), su valor promedio de medias es de 3.622 y 3.623 que están por debajo del rango promedio de satisfacción de 3.6308, esa diferencia es ocasionado por las variaciones del sistema bancario; es decir, la infraestructura de la Cooperativa es excelente, confortable y acogedora lo que da buena presencia a la entidad pero el mal que sufre todas las entidades bancarias es su sistema bancario que cuando los socios y usuarios están en uso de sus servicios, el sistema se paraliza lo que impide y limita la prestación del servicio generando inconformidad e insatisfacción en sus clientes y usuarios.

El promedio de satisfacción es del 72.62% alcanzando un nivel de percepción de satisfactorio; en cuanto a infraestructura y capacidad de respuesta el 72.44% de los encuestados expresan molestias cuando el sistema impide el cumplimiento de sus obligaciones, los mismos expresan conformidad y satisfacción en relación a la confiabilidad, empatía y seguridad que expresa mediante sus funcionarios en el

desarrollo de sus labores y si en el caso la cooperativa solucionara de forma integral el inconveniente del sistema, se convertiría en una empresa modelo ante su competencia.

Ante lo descrito se denota que la infraestructura juega un rol importante en la satisfacción y más aún cuando el servicio que utilizan los clientes y/o usuarios depende en el cumplimiento de sus obligaciones financieras, domésticas y/o comerciales generando inconformidad y en ocasiones multas por el retraso en los respectivos pagos de sus obligaciones.

Discusión

Los resultados obtenidos con la aplicación del modelo SERVQUAL permiten identificar que las dimensiones confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía son variables determinantes que la Cooperativa Jardín Azuayo se preocupa para que los clientes tengan una excelente percepción de la empresa logrando un promedio de satisfacción de 3.6308; si bien es cierto en la figura 1 en la dimensión instalaciones (infraestructura) 3.622, a simple vista no presenta irregularidades pero en la tabla 1 denota valores menores que la media y esto se debe a que los clientes han pasado por molestias en relación al sistema financiero por su intermitencia, claro no sucede siempre y su capacidad de respuesta es inmediata pero queda esa molestia de insatisfacción por el servicio recibido por parte de la empresa. En la investigación desarrollada por (Ochoa-Reyes et al., 2022) relacionada a la satisfacción del cliente en la venta de vehículos en la dimensión instalaciones (infraestructura) también obtuvo un valor menor 3.793 que al promedio 3.806 que debido a la dificultad en el acceso, ubicación, la atención y ubicación de los vehículos es al aire libre y el patio inestable por la piedra grava generando insatisfacción, pero que fue opacada por la buena predisposición, excelente atención y amabilidad por parte de los agentes de ventas de la empresa; otro caso desarrollado por (Janahi & Al Mubarak, 2017) donde su investigación se orienta a determinar el impacto que tienen los diferentes factores de la calidad del servicio al cliente en la satisfacción del cliente en el sector

bancario islámico, utilizando 6 variables o dimensiones para analizar la calidad del servicio (cumplimiento, seguridad, confiabilidad, tangibilidad, empatía y capacidad de respuesta) tiene un impacto positivo en la satisfacción del cliente y su resultado demuestra relación significativa y positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la banca islámica.

Conclusión

La investigación permitió identificar que las empresas realizan todos los esfuerzos por lograr la plena satisfacción de sus clientes y/o usuarios, por más esfuerzos que realicen siempre existirá insatisfacción por más sencilla que sea el error, incumplimiento y/o retraso del proceso de atención; lo importante es que las empresas ponen mucha atención en lograr la satisfacción de sus clientes y/o usuarios; un aspecto relevante a tomar en cuenta es su infraestructura, la percepción de la imagen de la empresa de forma integral desempeña un papel relevante en la satisfacción, sea el tipo de empresa y de servicio que brinde.

La percepción de satisfacción alcanzada por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo por parte de sus clientes y/o usuarios es *SATISFACTORIA* lo que expresa que todo esfuerzo que la entidad implemente como alternativa de mejora es bienvenida por parte de sus clientes logrando de esa forma mejorar su percepción y mantenerse en el mercado de forma sostenible y sustentable.

Referencia bibliográfica

Agus Purwanto, Johannes Parlindungan Lumbantobing, Nanang S. Hadisaputra, Donny Setiawan. (2020). *Does ISO 9001 reinforce company performance? Evidence from Indonesian Industries*. Obtenido de https://www.growing-science.com/msl/Vol110/msl_2020_217.pdf

Alliance. (2021). Obtenido de Alliance: <https://qalliance.org/2021/09/23/how-iso-9001-standard-applies-in-trade-and-what-are-its-benefits/>

- Alliance. (2021). Obtenido de Alliance: <https://qalliance.org/2021/09/23/how-iso-9001-standard-applies-in-trade-and-what-are-its-benefits/>
- Berdugo et al. (2016). Variables relevantes para la medición de la calidad percibida del servicio bancario. *DYNA*, 83(197), 213-222. doi:<http://dx.doi.org/10.15446/dyna.v83n197.55426>
- Bollet et al. (29 de Enero de 2019). Calidad de servicio bancario y fidelización del cliente en MIBANCO, Pucallpa, 2017. *Cultura viva Amazonía*, 3(1), 31-35. doi:<https://doi.org/10.37292/riccva.v3i01.93>
- Editorial Etecé. (23 de Septiembre de 2020). *Concepto*. Obtenido de Norma: <https://concepto.de/que-es-norma/#:~:text=Las%20normas%20son%20reglas%20que,de%20una%20sociedad%20u%20organiza%20ci%C3%B3n.>
- Espinoza, J. D., & Parra, C. (04 de Agosto de 2020). Gestión de la calidad en los servicios de atención al cliente. Caso Cooperativa Chone Ltda. *Polo del Conocimiento*, 5(8), 42-65. doi:[10.23857/pc.v5i8.1569](https://doi.org/10.23857/pc.v5i8.1569)
- Finanzas Prácticas. (2023). *Finanzas Prácticas*. Obtenido de Finanzas Prácticas: <https://www.finanzaspracticas.com.co/planificar/servicios-bancarios/productos-y-servicios-bancarios>
- Gálvez, E., & Vargas, J. (30 de 10 de 2018). El impacto del servicio al cliente de las empresas Mexicanas en función de la atención al cliente. *Economía y Administración*, 9(2), 1-22. doi:<https://doi.org/10.5377/eya.v9i2.6657>
- Global Suite. (2 de Marzo de 2020). Obtenido de Global Suite: <https://www.globalsuitesolutions.com/es/que-certifica-norma-iso-9001/#:~:text=La%20norma%20ISO%209001%3A2015,cumplir%20los%20requisitos%20que%20propone.>
- Gómez, I. (s.f.). *Consultora de gestión de la calidad y gestión ambiental*. Obtenido de Consultoradegestióndelacalidadygestión ambiental.: <https://hederaconsultores.blogspot.com/2015/05/plan-de-calidad-segun-normas-iso-9000.html>
- Gómez, I. (s.f.). *Soluciones para su negocio*. Obtenido de Soluciones para su negocio: <https://hederaconsultores.blogspot.com/2010/04/procesos-relacionados-con-el-cliente.html>
- González et al. (Diciembre de 2017). Servicio al cliente en el Ecuador. *Mundo de las investigación y el conocimiento*, 1(5), 559-577. doi:DOI: 10.26820/recimundo/1.5.2017.559-577
- Gorotiza, G. L., & Romero, E. M. (8 de Abril de 2021). El sistema de gestión de calidad ISO9001:2015 como estrategia para el mejoramiento de los procesos de la Comercializadora ITM. *Polo del Conocimiento*, 6(4), 270-294. doi:[10.23857/pc.v6i4.2561](https://doi.org/10.23857/pc.v6i4.2561)
- Ibañez, M. A. (217). ISO 9001:2015 base para la sostenibilidad de las organizaciones en países emergentes. En M. A. Ibañez, *ISO 9001:2015 base para la sostenibilidad de las organizaciones en países emergentes* (págs. 576 - 592). Zulia: Universidad de Zulia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29055967003/html/>
- Janahi, M., & Al Mubarak, M. (13 de Noviembre de 2017). El impacto de la calidad del servicio al cliente en la satisfacción del cliente en la banca islámica. *Marketing Islámico*, 8(4), 595-604. doi:<https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2015-0049>
- Malpartida et al. (Marzo de 2021). Estudio sobre la calidad del servicio de atención al cliente a los pacientes del EsSalud. *Alpha Centauri*, 2(1), 43-51. doi:<https://doi.org/10.47422/ac.v2i1.28>
- Mander, B. (2015). Implementation and Impact of ISO 9001. En B. Mander, &

