



ARTÍCULO CIENTÍFICO
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Calidad y servicio al cliente en una cooperativa de ahorro y crédito del cantón Riobamba

Quality and continuous improvement in a savings and credit cooperative of the Riobamba canton

Lema Gómez, Alex Javier ^I; Cuenca Choca, Deanna Banesa ^{II}; Córdova Ponce, Byron Marcelo ^{III}

^I. alex.lema@controlsanitario.gob.ec. Analista Zonal de Talento Humano 3, Coordinación zonal 3 ARCSA; Riobamba. Ecuador.

^{II}. dbcuenca@sri.gob.ec, Asistencia al Contribuyente, Servicio de Rentas Internas, Riobamba, Ecuador.

^{III}. cordova_marcelo@hotmail.com. Departamento contable, Estación de Servicios Gasolinera Politécnica EP, Riobamba, Ecuador.

Recibido: 02/09/2020

Aprobado: 01/10/2020

Como citar en normas APA el artículo:

Lema Gómez, A. J., Cuenca Choca, D. B., & Córdova Ponce, B. M. (2020). Calidad y servicio al cliente en una cooperativa de ahorro y crédito del cantón Riobamba. *Uniandes Episteme*, 6(4), 476-487.

RESUMEN

Uno de los desafíos más importante en las entidades financieras es garantizar la calidad en los servicios que brinda, como parte de sus ventajas distintivas. Las entidades financieras que garanticen la definición, medición y el alcance de la calidad que permita cumplir con las expectativas de sus clientes tendrán una fuerte ventaja competitiva en el sector. Se propone como objetivo: Determinar el estado actual del servicio al cliente con enfoque de mejora de la calidad en los servicios financieros de la cooperativa objeto de estudio. Se aplicó la técnica de estudio de la encuesta y se propuso un cuestionario de cinco dimensiones y 15 preguntas cerradas, relacionadas con el nivel de satisfacción de los clientes que evalué la calidad de los servicios que se ofrecen; fundamentado en el modelo SERVPERF. Se define un muestreo aleatorio simple a aplicar a 366 clientes que vayan a realizar transacciones financieras en la cooperativa y un segmento de edad entre los 25 y 60 años de edad. Los resultados muestran una calificación de 3,96, lo que significa que los clientes están de acuerdo con el servicio

prestado y su percepción es buena. El atributo que menor valoración fue la confiabilidad, con un puntaje de 3,76 y el mejor evaluado el de seguridad con 4,06. Para mejorar el proceso de calidad en los servicios en la cooperativa, es necesario el desarrollo de un sistema de evaluación que permita el proceso de mejora continua y evalúe constantemente el nivel de satisfacción de los clientes.

PALABRAS CLAVE: Calidad; Servicio al Cliente; Servicios Financiero; Modelo SerPerf.

ABSTRACT

One of the most important challenges in financial institutions is to guarantee the quality of the services it provides, as part of its distinctive advantages. Financial entities that guarantee the definition, measurement and scope of quality that allows meeting the expectations of their clients will have a strong competitive advantage in the sector. The objective is to: Determine the current state of customer service with a focus on quality improvement in the financial services of the cooperative under study. The survey study technique was applied and a five-dimensional questionnaire and 15 closed questions were proposed, related to the level of customer satisfaction that evaluated the quality of the services offered; based on the SERVPERF model. A simple random sample is defined to apply to 366 clients who are going to carry out financial transactions in the cooperative and an age segment between 25 and 60 years of age. The results show a rating of 3.96, which means that customers agree with the service provided and their perception is good. The attribute that least valued was reliability, with a score of 3.76 and the best evaluated was safety with 4.06. To improve the quality process in the services in the cooperative, it is necessary to develop an evaluation system that allows the continuous improvement process and constantly evaluates the level of customer satisfaction.

KEYWORDS: Quality; Customer service; Financial Services; SerPerf Model

INTRODUCCIÓN

La calidad permite un proceso de mejora continua donde las diferentes áreas de la empresa trabajan en la satisfacción de las necesidades de los clientes, con la participación activa en el desarrollo de los productos o servicios, con el uso de proceso de innovación (Palma Hernández, Cardona Arbeláez, & Pineda Carreño, 2017; Carrión Ramos, 2018)

Los procesos de mejora continua son una estrategia eficaz en la búsqueda de cambios positivos que contribuya al ahorro económico para las instituciones y sus partes interesadas. Los productos con fallas en la calidad incrementan los costos y surge la necesidad de cambiar la mentalidad y actitud en la gestión del talento humano para las actividades diarias o los

servicios que se prestan (Gómez Ortiz, Ávila Gómez, & Nateras Pallares, 2018; Alvarado Ramírez & Pumisacho Álvaro, 2017).

En este sentido, la calidad busca el enfoque en la satisfacción de los clientes internos y externos, buscando el cumplimiento de sus expectativas, una búsqueda de la mejora continua en sus procesos (Toledo Andrade, Vielma Maryorie, & Cabeza García, 2020; Pavón Sicilia, Baquero Guilarte, & Góngora Díaz, 2018). El aseguramiento de la calidad, además, es un esfuerzo en general que se usa para la planificación, organización, dirección y control de la calidad de un proceso determinado, que busca brindar un producto o servicio al cliente que satisfaga sus necesidades (Peraza Rangel & Betti, 2018; Lizarzaburu Bolaños, 2016)

En el caso de las entidades financieras, uno de sus desafíos más importante, es garantizar la calidad en los servicios que brinda, como parte de las ventajas distintivas para entrar en un mercado tan competitivo. Es decir, la calidad no es vista solo como un factor que permite diferenciación frente a la competencia, sino también como una herramienta que le permita sobrevivir en el entorno actual.

Por tanto, las entidades financieras que garanticen la definición, medición y el alcance de la calidad que permita cumplir con las expectativas de sus clientes, tanto internos como externos, tendrán una fuerte ventaja competitiva en el sector que les permitirá mejores resultados.

Para conceptualizar la calidad en los servicios financieros se evalúa a partir del modelo de las deficiencias. Esta valoración se realiza desde la definición de la calidad teniendo en cuenta la perspectiva de los clientes, un análisis de la situación actual y establecer las prioridades a establecer en la mejora de la calidad de los servicios. Un servicio de calidad se logra cuando se cumple con las expectativas de los clientes por lo que es necesario tener en cuenta:

- Necesidades de los clientes
- Como el servicio brindado cumple con las necesidades del cliente
- A partir de un diseño planificado, lograr un servicio de excelencia.

En Ecuador, el sistema financiero es el encargado de intermediar entre las entidades que tienen recursos disponibles y las personas u organizaciones que necesitan estos recursos (Mera, Escobar, Cañarte, & García, 2018).

La red financiera ecuatoriana está conformada por Bancos, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Mutualistas y Cajas Comunes principalmente. Según la Superintendencia de Bancos, en el Ecuador existen 24 bancos autorizados, 23 nacionales y uno extranjero, y cinco entidades del Estado para realizar operaciones financieras (Superintendencia de Bancos, 2020), así como 887 Cooperativas de Ahorro y Crédito que cuentan con 4,7 millones de socios y activos por 8.300 millones de dólares (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2020). Ecuador es el segundo país con mayor número de cooperativas en Latinoamérica, seguido por Brasil.

Existe un grupo de elementos a tener en cuenta en las organizaciones para tener éxito en los servicios al cliente, sin importar la actividad que realicen entre los que se encuentran: la eficiencia de las actividades, el liderazgo, el clima organizacional, entre otras (Daza Rodríguez, Daza Porto, & Pérez Orozco, 2017; Silvestre, 2017; Solano Torrenegra, 2017). En el caso de las instituciones financieras, la atención al cliente es empleado por la empresa para contactar con su clientela, garantizar un adecuado servicio y que será realizado de la manera correcta (Parra, 2017).

La cooperativa de ahorro y crédito objeto de estudio, cumple con sus lineamientos de trabajo que se fundamentan en un grupo de técnicas como son: explicación, empatía, comunicación verbal, problema-solución-beneficio, interrogación e involucramiento. Respecto a las necesidades financieras del cliente, se necesita una atención integral especializada, brindando la información necesaria.

Todas las técnicas aplicadas son con el fin de una evaluación adecuada sobre los estándares que calidad en la atención al cliente que permita un diagnóstico del estado actual de la institución. Para este fin, es necesario un sistema de indicadores que evalúen la calidad con un sistema de medición adecuado.

A partir del análisis realizado se establece como problema de investigación: ¿Cuál es el estado actual del servicio al cliente con enfoque de mejora de la calidad en los servicios financieros de la cooperativa?

A partir del problema, se establece como objetivo de la investigación: Determinar el estado actual del servicio al cliente con enfoque de mejora de la calidad en los servicios financieros de la cooperativa objeto de estudio.

MÉTODOS

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2014), se desarrolla el enfoque cuantitativo, con una investigación no experimental, descriptiva y de campo. Los métodos aplicados son: histórico-lógico, inductivo-deductivo, análisis y síntesis, el enfoque sistémico, la medición y el análisis documental. En el análisis realizado en la investigación se estudian las necesidades y preocupaciones de los clientes a partir de sus costumbres, actitudes, opiniones y su nivel de satisfacción.

La técnica a aplicar en el estudio fue la encuesta y se propone un cuestionario de cinco dimensiones y 15 preguntas cerradas, relacionadas con el nivel de satisfacción de los clientes que evalué la calidad de los servicios que se ofrecen. El cuestionario propuesto se fundamenta en el modelo SERVPERF, propuesto por Cronin y Taylor (1994) que permite la medición y evaluación de la calidad del servicio. Las cinco dimensiones a evaluar son: elementos tangibles, confiabilidad, responsabilidad y capacidad de respuesta, seguridad y empatía El

modelo propuesto ha sido aplicado en un sinnúmero de investigaciones y validada su pertinencia de esta forma (Ibarra Morales & Casas Medina, 2015; Espinosa Espinel & Parra Ferrié, 2020; Cuenca Choca & Lema Gómez, 2012). Para la medición de la encuesta se propone una escala Likert con los siguientes valores:

- Totalmente de acuerdo (5),
- De acuerdo (4),
- Ni de acuerdo ni desacuerdo (3),
- En desacuerdo (2), y
- Totalmente en desacuerdo (1).

A partir de los resultados se identifican las debilidades que existen en la gestión del servicio al cliente en la cooperativa.

Al instrumento propuesto se le aplicaron pruebas estadísticas para medir su validez y confiabilidad. Los resultados obtenidos correspondientes al coeficiente alfa de Cronbach para las cinco dimensiones evaluados arrojan valores por encima de 0,8 (tabla 1). Adicionalmente, la prueba alfa de Cronbach de fiabilidad del dominio total arrojó un 0.908, para las cinco dimensiones, lo cual significa que existe una alta correlación entre la escala general de los servicios evaluados y las dimensiones propuestas.

Tabla 1. Resultados del alfa de Cronbach por dimensiones.

Dimensión	Alfa de Cronbach
Elementos Tangibles	0,883
Confiabilidad	0,856
Responsabilidad y capacidad de respuesta	0,865
Seguridad	0,898
Empatía	0,860

Para la evaluación de la confiabilidad se aplicó el estadístico KMO y la prueba de Bartlett. Todos los valores obtenidos en el KMO, para cada una de las dimensiones, es cercano a uno, por tanto, cada una de las variables se encuentran bien explicadas. Por otro lado, la prueba de Bartlett da un valor menor a 0,05, por tanto, se considera válido el instrumento.

Para el estudio el universo está comprendido por todos los socios de cooperativas de ahorro y crédito de la ciudad de Riobamba. La población es de 7659 socios de la cooperativa de ahorro y crédito objeto de estudio. Se realiza el cálculo de la muestra de población finita y se establece la cantidad de 366 personas a encuestar. Se define un muestreo aleatorio simple a aplicar a clientes que vayan, en el tiempo a desarrollar el estudio, a realizar transacciones financieras en la cooperativa; se establece un segmento de clientes entre los 25 y 60 años de edad.

RESULTADOS

De forma general, un análisis demográfico de los 366 encuestado arrojó los siguientes resultados:

- Un 43,7 % de las personas encuestadas tienen más de 46 años, siendo el rango de edad de mayor afluencia a la cooperativa; un segundo rango entre 30 y 45 años representa el 27,6 % de los encuestados.
- En cuanto formación académica, el 21,9 % de los encuestados tienen educación básica, un 51,9 % educación media superior, el 21,3 % nivel superior y solo un 4,9 % tienen algún posgrado (Figura 1). El análisis permite demostrar que el nivel de escolaridad de la mayoría de los clientes es un segmento con estudios de nivel medio superior y educación básica.

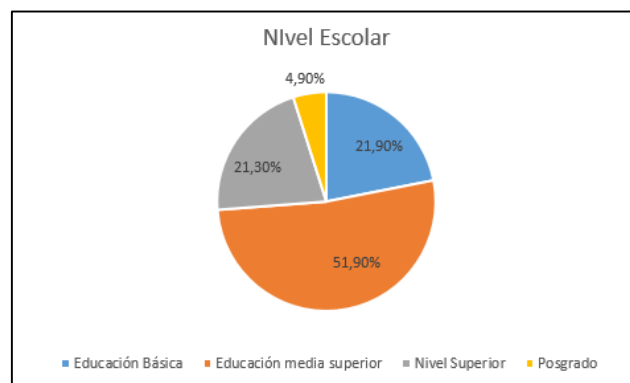


Figura 1. Nivel escolar de los clientes.

- En cuanto al estado actual de los empleados, un 51,1 % de los encuestados son empleados, un 17,21 % desempleados, un 17,6 % empleadores, el 6,3 % pensionados y un 7,79 % estudiantes (Figura 2).

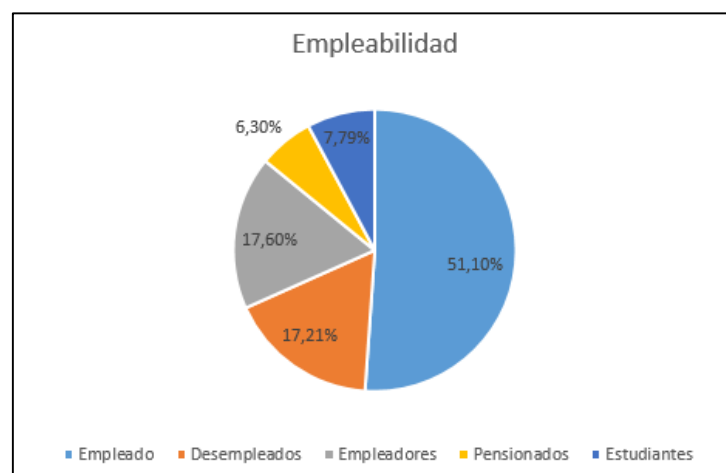


Figura 2. Estado actual de empleo.

Luego de la aplicación del cuestionario, se calculan los promedios de cada una de las dimensiones de calidad que se evalúan con la metodología Servperf y la evaluación general sobre la percepción de los servicios que se brindan en la cooperativa (Figura 3).

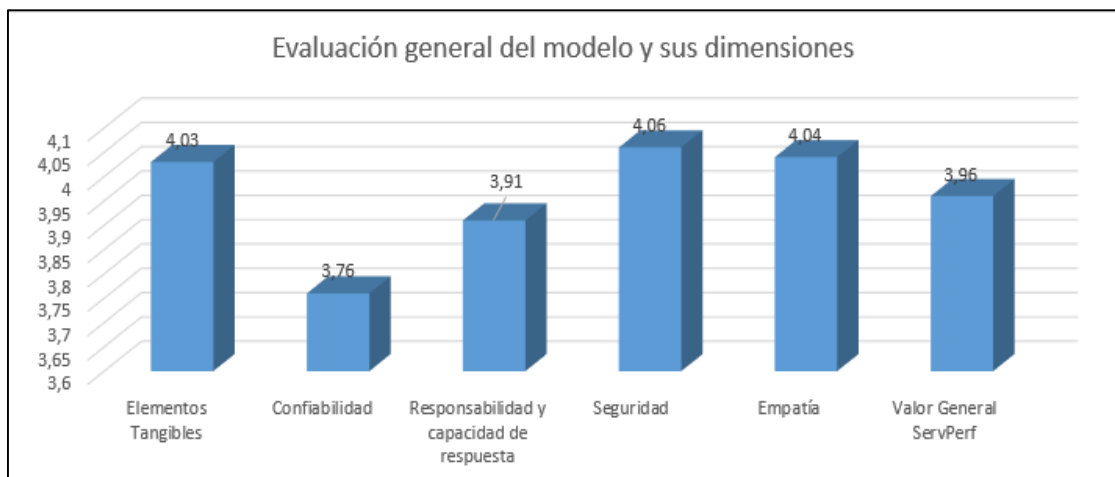


Figura 3. Evaluación general del modelo ServPerf y sus dimensiones.

De forma general existe la percepción por parte de los usuarios que están de acuerdo con el servicio que ofrece la cooperativa. Los resultados demuestran que queda todavía se pueden ejecutar acciones de mejora en cuestiones de calidad del servicio que ofrecen. En sentido general, el atributo que menor valoración fue la confiabilidad, con un puntaje de 3,76 y el mejor evaluado el de seguridad con 4,06. Adicionalmente, se evidencia que los clientes tienen mayor percepción en atributos sobre los elementos tangibles y la seguridad, por tanto, tienen mayor valoración en aquellos que van directo a la solución de sus problemas de forma rápida y sentirse cómodo en la visita en la cooperativa. El promedio general obtenido al aplicar la encuesta a los clientes fue de 3,96, un 78,6 %, que representa que están de acuerdo con el servicio prestado.

Por otra parte, a la hora de evaluar los servicios prestados por los empleados de la cooperativa se encontró que un 74,3 % de los encuestados evalúan el servicio entre bueno y muy bueno, mientras que solo un 9,6 % lo consideran malo o muy malo (Figura 4). Por tanto, de forma general existe satisfacción en el trabajo realizado por los empleados de la cooperativa.

A partir del análisis realizado en las actividades de servicio es importante el conocimiento de las principales características del servicio que ofrecen para actuar de forma proactiva y predecir los posibles niveles de satisfacción del cliente.

Evaluación del servicio de los empleados

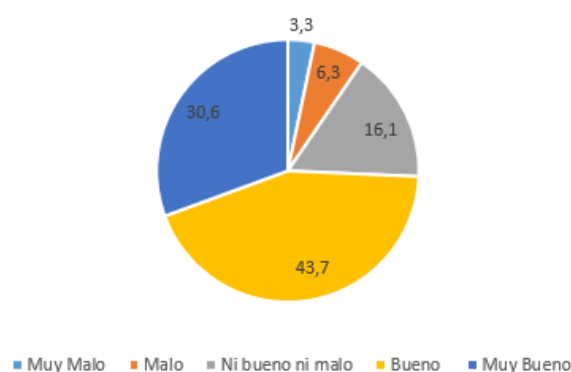


Figura 4. Evaluación de los servicios de los empleados de la cooperativa.

En el análisis de los resultados de la encuesta, se muestra que los indicadores con mayor aporte a la satisfacción del cliente se encuentran: cumplimiento de los plazos del servicio, folletos y materiales para la difusión y publicidad, confort y comodidad durante la visita del cliente, atención de los empleados y aclaración de las dudas, tiempo de espera para la realización del servicio, confiabilidad y seguridad en el servicio, y la atención personalizada.

Por otra parte, las principales insatisfacciones generadas por los clientes son:

- Falta de solución y celeridad ante los problemas de los clientes.
- Demora en el cumplimiento de los plazos y el otorgamiento de créditos.
- Tiempo de espera para la atención en la cooperativa.
- Debilidades en la calidad del servicio al cliente.
- Falta de preparación de los funcionarios para la atención al cliente.

A partir del análisis anterior se propone un grupo de acciones estratégicas, con sus acciones operativas que se desglosan en la tabla 1.

Tabla 1. Acciones para mejorar la calidad del servicio en la cooperativa.

Acción Estratégica	Actividades Operativas	Indicadores	Responsable
Promoción de una cultura de calidad en los funcionarios de la cooperativa	Incremento de la percepción del cliente de la calidad de los servicios	Encuesta de satisfacción de cliente	Gerencia
	Desarrollo de actividades motivacionales y de entrenamiento en calidad	Porcentaje de capacitados	Talento humano
	Definición de un sistema de capacitación sobre gestión de la calidad en los servicios de la cooperativa	Actividades de capacitación desarrolladas	Talento humano

Automatización de los procesos de trámites y gestión de clientes	Monitoreo de la cantidad de trámite y control de los plazos de ejecución de los servicios	Tiempo promedio de trámites en proceso	Operaciones
	Implementación de un sistema de gestión de turnos	Tiempo promedio de atención al cliente	Operaciones
	Desarrollo de un Call Center para la tramitación de quejas, dudas en procesos	Porcentaje de quejas solucionadas	Operaciones
	Implementación de un buzón físico y otro digital para la atención de quejas	Porcentaje de quejas tramitadas	Operaciones

DISCUSIÓN

El modelo ServPerf aplicado en la presente investigación demuestra utilidad en sus resultados al permitir una evaluación cualitativa desde cinco dimensiones que contribuye a planes de mejora continua en las organizaciones. Estudios anteriores ha demostrado su valía en procesos de mejora como son: instituciones financieras (Fragoso & Espinoza, 2017; Espinosa Espinel & Parra Ferrié, 2020); instituciones de salud (Vizcaino, Vizcaíno Marín, & Vargas Barraza, 2018); servicios educacionales (Luna Pérez, 2017); entre otros.

De forma general, la investigación realizada demuestra que a mayoría de los clientes están de acuerdo con los servicios prestados por la cooperativa, no obstante, todavía se encuentran un grupo de falencias en los procesos que deben revisarse. Este análisis coincide con otros estudios del tema sobre la necesidad de los planes de mejora y esfuerzos que se necesitan realizar para un incremento en la calidad del servicio en la atención a los clientes (Espinosa Espinel & Parra Ferrié, 2020; Fragoso & Espinoza, 2017)

En cuanto a la evaluación de la calidad del servicio en la atención por los empleados de la cooperativa, aproximadamente un 10 % de los clientes tienen un alto nivel de insatisfacción. A pesar que el porcentaje obtenido es menor que en otros estudios, se coincide con la necesidad de una revisión permanente del desarrollo de la atención directa que desarrollan los empleados en los trámites que se desarrollan, en busca de identificar las áreas de mejora e invertir en acciones de entrenamiento y capacitación (Ibarra Morales & Casas Medina, 2015)

CONCLUSIONES

Para el desarrollo de la evaluación de la calidad del servicio existen un grupo de modelos e instrumentos que permiten la medición y comparación de los niveles obtenidos, para mejorar las expectativas de los clientes del servicio recibido y sus atributos. Para la evaluación de la calidad en el servicio al cliente se trabajó con el Servperf que permite evaluar la percepción de los usuarios sobre los servicios que se ofrecen.

El análisis en la cooperativa acerca de la calidad de los servicios que presta muestra una calificación de 3,96, lo que significa que los clientes están de acuerdo con el servicio prestado y su percepción es buena. El atributo que menor valoración fue la confiabilidad, con un puntaje de 3,76 y el mejor evaluado el de seguridad con 4,06. Se evidencia que los clientes tienen mayor percepción en atributos sobre los elementos tangibles y la seguridad, por tanto, tienen mayor valoración en aquellos que van directo a la solución de sus problemas de forma rápida y sentirse cómodo en la visita en la cooperativa.

Para mejorar el proceso de calidad en los servicios en la cooperativa, es necesario el desarrollo de un sistema de evaluación que permita el proceso de mejora continua y evalúe constantemente el nivel de satisfacción de los clientes. Es necesario por parte de los directivos de la cooperativa una mejor comprensión de las percepciones de los clientes, a través de un sistema de quejas y sugerencias, y permita una mejora en la calidad de los servicios, haciendo partícipe a los socios en las decisiones de la empresa.

La investigación realizada permite demostrar la importancia que tiene la calidad de los servicios en los procesos de atención al cliente en el sistema financiero, donde la calidad es considerada una ventaja competitiva que es necesario mejorarla, por lo que se necesitan estudios más profundos del tema.

REFERENCIAS

- Alvarado Ramírez, K., & Pumisacho Álvaro, V. (2017). Prácticas de mejora continua, con enfoque Kaizen, en empresas del Distrito Metropolitano de Quito: Un estudio exploratorio. *Intangible Capital*, 13(2), 479-497.
- Carrión Ramos, J. C. (2018). Influencia del sistema de calidad e innovación tecnológica en los resultados enfocados en la mejora continua en la manufactura de transformadores de distribución y potencia. *Industrial data*, 21(1), 63-72.
- Cronin, J., & Taylor, S. (1994). Servperf vs. Servqual: reconciling performance based and perceptions minus expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58(1), 125-131.
- Cuenca Choca, D. B., & Lema Gómez, A. J. (2012). *Diseño del sistema de gestión de calidad y proceso de mejora continua para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Acción y*

- Desarrollo LTDA. del cantón Riobamba para el período 2012.* Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Escuela de Ingeniería de Empresas, Riobamba, Ecuador.
- Daza Rodríguez, M. E., Daza Porto, M. I., & Pérez Orozco, A. B. (2017). Servicio al cliente: una estrategia gerencial para incrementar la competitividad organizacional en empresas de Valledupar (Colombia). *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, 5(1), 20-26.
- Espinosa Espinel, J. D., & Parra Ferrié, C. (2020). Gestión de la calidad en los servicios de atención al cliente. Caso Cooperativa Chone Ltda. *Polo del Conocimiento*, 5(48), 42-65.
- Fragoso, J. T., & Espinoza, I. L. (2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. *Contaduría y administración*, 62(4), 1270-1293.
- Gómez Ortiz, R. A., Ávila Gómez, P. R., & Nateras Pallares, D. J. (2018). Gestión para el ahorro de energía eléctrica en la ciudad de Monterrey. En J. Sánchez Guitérrez, A. d. Vizcaíno, & J. GAYtán Cortés, *Estrategias financieras y económicas promotoras de la competitividad de las organizaciones* (págs. 152-179). Jalisco, México: Universidad de Guadalajara.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). México D.F., México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA.
- Ibarra Morales, L. E., & Casas Medina, E. V. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y Administración*, 60(1), 229-260.
- Lizarzaburu Bolaños, E. (2016). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *Revista Universidad y Empresa*, 18(30), 33-54.
- Luna Pérez, F. (2017). Aplicación del modelo SERVPERF para la medición de la percepción sobre la calidad del servicio de la educación superior. *ECOMATEMATICO*, 8(s1), 43-50.
- Mera, P., Escobar, L., Cañarte, J., & García, M. (2018). La moneda electrónica en el sistema financiero ecuatoriano. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*, 4(1), 41-54.
- Palma Hernández, H., Cardona Arbeláez, D. A., & Pineda Carreño, M. (2017). Proyección estratégica de la calidad como facilitadora para la innovación en el sector salud de la ciudad de Barranquilla. *Revista Lasallista de Investigación*, 14(1), 170-178.
- Parra, J. O. (2017). Evaluación de Control Interno bajo el Método Risicar: Caso servicios bancarios. *Killkana sociales: Revista de Investigación Científica*, 1(2), 19-26.

- Pavón Sicilia, Y., Baquero Guilarte, R., & Góngora Díaz, Á. (2018). Procedimiento para la evaluación de la calidad de los servicios internos. *Ciencias Holguín*, 24(4), 79-90.
- Peraza Rangel, M. C., & Betti, M. G. (2018). Sistema de gestión del proceso de la calidad de servicio en la atención y nivel de satisfacción del productor en el fondo para el desarrollo agrario socialista (fondas) Estado Lara. *Revista Científica Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales*, 10(22), 11-25.
- Silvestre, E. (2017). Construcción y validación empírica de una escala de clima organizacional universitario. *Interamerican Journal of Psychology*, 51(1), 44-59.
- Solano Torrenegra, E. (2017). *¿Cuánta razón tiene el cliente? Manual Práctico del Servicio al Cliente*. EJ Black.
- Superintendencia de Bancos. (28 de Agosto de 2020). *Superintendencia de Banco*. Obtenido de Enlaces: <https://www.superbancos.gob.ec/bancos/enlaces/>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (28 de 08 de 2020). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de Ecuador tiene un total de 887 cooperativas de ahorro y crédito: <https://www.seps.gob.ec/noticia?ecuador-tiene-un-total-de-887-cooperativas-de-ahorro-y-credito>
- Toledo Andrade, A. S., Vielma Maryorie, N. V., & Cabeza García, P. M. (2020). Revisión de pautas en la implementación de estrategias inclusivas de servicio basadas en el cliente interno y externo. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 3(2), 90-97.
- Vizcaino, A. D., Vizcaíno Marín, V. D., & Vargas Barraza, J. A. (2018). Evaluación del servicio de urgencias en un hospital público a través del modelo Servperf. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 10(1).