

**“ANÁLISIS DE LA CALIDAD PERCIBIDA DEL SERVICIO PRESTADO POR
LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO: UNA APLICACIÓN A
ORIENTCOOP LIMITADA BASADA EN MODELOS DE ECUACIONES
ESTRUCTURALES.”**

**ISABEL ANDREA DÍAZ BRAVO
INGENIERO CIVIL INDUSTRIAL**

RESUMEN

Cada día existen más alternativas financieras, por lo tanto, todas las instituciones de este rubro, deben mantener y atraer al público, asegurando su sustentabilidad y rentabilidad, es decir, estableciendo una cartera consolidada de clientes. Una cartera envejecida puede causar la quiebra de la institución, de aquí se desprende la importancia de enfocar parte de los esfuerzos hacia el público joven. En esta memoria se utiliza la metodología de ecuaciones estructurales, identificando los factores que determinan la calidad percibida por los adultos jóvenes de una cooperativa de ahorro y crédito, de qué manera estos factores producen satisfacción en los clientes y la consecuente lealtad hacia una determinada institución financiera. Los datos se obtienen de un cuestionario aplicado a una muestra aleatoria de clientes, por medio de éste, se identifican los factores relevantes para el mercado de interés y consecuentemente es una línea de acción para tomar decisiones referentes a la mantención de la cartera. Los resultados obtenidos muestran las variables que afectan la calidad percibida en los servicios financieros, los factores de causalidad de la satisfacción y la lealtad de los clientes, entregando una guía de acción para las futuras decisiones de la cooperativa de ahorro y crédito. Palabras Claves: Calidad Percibida, Cooperativa, Lealtad, Satisfacción del Cliente.

ABSTRACT

Each day there are more financial alternatives, therefore, all the institutions of this item, should keep and attract to the public, ensuring its sustainability and profitability, that means establishing a portfolio consolidated of customers. A portfolio aging can cause the collapse of the institution, it follows the importance of approaching part of efforts toward young audiences. In this memory is used the methodology of structural equations, identifying factors affecting the perceived quality for young adults of saving and credit cooperative, how these factors produce satisfaction on the clients and the consequent loyalty to a particular financial institution. The data is acquired by a questionnaire applied to a random sample of customers, through this the relevant factors for the market of interest are identified and thus it's the line of action to make decisions on the maintenance of the portfolio. The results show the variables affecting the perceived quality in financial services, the causation factors of satisfaction and customer loyalty, delivering a guide for action for the future of the cooperative.

Key words: perceived quality, cooperative, loyalty, customer satisfaction.