



*Calidad del Servicio en las entidades financieras ecuatorianas. Una perspectiva desde los grupos de interés*

*Quality of Service in Ecuadorian financial entities. A perspective from stakeholders*

*Qualidade de serviço em entidades financeiras equatorianas. Uma perspectiva das partes interessadas*

Gissela Vanessa Oviedo-Jaramillo <sup>I</sup>  
[goviedo1815@pucems.edu.ec](mailto:goviedo1815@pucems.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0001-7017-2471>

Ignacio Wilhem Loor-Colamarco <sup>II</sup>  
[iwloor@pucesm.edu.ec](mailto:iwloor@pucesm.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0003-4806-1032>

**Correspondencia:** [Goviedo1815@pucems.edu.ec](mailto:Goviedo1815@pucems.edu.ec)

Ciencias de Económicas y Empresariales  
Artículo de investigación

\***Recibido:** 10 de enero de 2021 \***Aceptado:** 15 de febrero de 2021 \* **Publicado:** 05 de marzo de 2021

- I. Ingeniera en Administración de Empresas Hoteleras, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Manabí, Ecuador.
- II. Economista, Master of International Business Administration, Doctor ef Philosophy in Human Geography, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Manabí, Ecuador.

## Resumen

Se busca determinar la calidad de los servicios que ofrecen las instituciones financieras según los grupos de interés de la ciudad de Portoviejo, entre octubre 2020 y marzo 2021. El estudio es de naturaleza mixta y de corte transversal con un paradigma constructivista. Para la recolección de datos, se encuestó a 415 participantes de diferentes grupos de interés en Portoviejo. Adicionalmente, se llevó a cabo entrevistas a profundidad con funcionarios de los grupos de interés. Los datos recabados permiten identificar que el grado de satisfacción que perciben los clientes y grupos de interés frente a los servicios brindados por las entidades financieras son buenos, muy buenos y excelentes en su mayoría. No obstante, se identificó también una minoría que percibe la calidad de estos servicios como regular o mala. Todos los servicios prestados por las entidades financieras están sujetos a perfeccionamiento a través de acciones específicas que deben considerar estas instituciones.

**Palabras clave:** Calidad; servicio; instituciones financieras; grupos de interés.

## Abstract

The quality of the services offered by financial institutions is investigated according to the interest groups in Portoviejo city, during October 2020 and March 2021. The methodology applied is mixed with a cross-sectional design. For data collection, 415 participants from different interest groups in Portoviejo were surveyed. Additionally, in-depth interviews were carried out with participants of the interest groups. The data collected makes it possible to identify that the degree of satisfaction perceived by customers and stakeholders with the services provided by financial institutions is good, very good and mostly excellent. However, a minority also identified the quality of financial services as poor. All services provided by financial entities can be improved through specific actions that these institutions must consider.

**Keywords:** Quality; service; financial institutions; interest groups.

## Resumo

Procura determinar a qualidade dos serviços prestados pelas instituições financeiras de acordo com os grupos de interesse da cidade de Portoviejo, entre outubro de 2020 e março de 2021. O estudo é de natureza mista e transversal com paradigma construtivista. Para a coleta de dados,

foram entrevistados 415 participantes de diferentes grupos de interesse em Portoviejo. Além disso, foram realizadas entrevistas em profundidade com funcionários dos grupos de interesse. Os dados recolhidos permitem-nos identificar que o grau de satisfação percebido pelos clientes e stakeholders com os serviços prestados pelas instituições financeiras é bom, muito bom e, sobretudo, excelente. No entanto, também foi identificada uma minoria que percebe a qualidade desses serviços como regular ou ruim. Todos os serviços prestados por entidades financeiras estão sujeitos a melhorias através de ações específicas que essas instituições devem considerar.

**Palavras-chave:** Qualidade; serviço; instituições financeiras; grupos de interesse.

## Introducción

Según Berry et al., (1989) la calidad en el servicio está relacionada con al menos cinco nociones. Confiabilidad, que consiste en que los productos o servicios se entreguen en las condiciones ofrecidas por la empresa al momento de vender; seguridad, que se relaciona con la confianza en las personas que trabajan en la empresa; tiempo de respuesta, que tiene que ver con la agilidad en los procesos; empatía, que está relacionada con la personalización de los productos en base a las necesidades de los clientes; y tangibilidad, que se refiere a la infraestructura que presentan las empresas. Estas dimensiones conciernen a la escala Servqual, desarrollada por Parasuraman et al., (1988), para medir la calidad percibida respecto de un producto o servicio. No obstante, medir la calidad es complejo puesto que implica una gama de especificaciones determinadas por el cliente con un componente de subjetividad, ya que cada individuo percibe su satisfacción en función de diferentes factores. Además, las personas suelen enfocarse con frecuencia en los aspectos que les producen insatisfacción, lo que hace difícil la complacencia absoluta (Editorial Vértice, 2008). Para Hoyer & Hoyer (2001), la calidad no puede ser conceptualizada fácilmente ya que es un término complejo y multidimensional que debe ser definido con relación a la satisfacción del cliente pensando en sus exigencias a largo plazo y fijando un sistema de medida por estándares o dimensiones.

La calidad tiene características y contextos diferentes para cada tipo de bien o servicio. Este estudio examina la calidad de los servicios en las entidades financieras, que son organizaciones intermediarias y reguladas por el sistema financiero de un país, cuya labor es mediar las transferencias de recursos financieros entre los diferentes actores del sistema. En Ecuador, estos

organismos pueden ser mutualistas, bancos privados y públicos o cooperativas de ahorro y crédito (Martínez et al., 2017). Estas organizaciones están normadas por la Superintendencia de Bancos (SIB) o por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), que son entidades gubernamentales encargadas de controlar, regular y supervisar el cumplimiento de las leyes, garantizando que las instituciones bancarias presten adecuados servicios financieros.

Los servicios financieros en la era tecnológica son comparables con un derecho humano, de modo que cualquier falla que pueda existir en su funcionamiento podría constituir una forma de exclusión social (Cano et al., 2013). En esta investigación se analizan la calidad de los principales servicios que ofrecen las instituciones financieras en la ciudad de Portoviejo. Estos incluyen los canales digitales para realizar operaciones bancarias, cajeros automáticos o máquinas dispensadoras de dinero, notificaciones automáticas de movimiento bancarios, infraestructura, que presupone la existencia de oficinas, agencias y sucursales que tengan las instituciones financieras para atención a sus clientes, y, productos financieros clásicos y cotidianos como préstamos, certificados bancarios, sobregiros, entre otros que se encuentran a disposición de los clientes.

El estudio examina la calidad del servicio desde la perspectiva de distintos grupos de interés en la ciudad. Según Lizarzaburu et al., (2015), los grupos de interés están representados por los actores sociales más importantes incluidos representantes de gobiernos a escalas local y nacional, resaltando que el prestigio de estos descansa en la satisfacción de las necesidades sociales y territoriales en general. Los grupos de interés modelan el funcionamiento de las organizaciones y materializan los mecanismos de relación entre los actores en torno de estas (Clarkson, 1995).

En el presente estudio, se denomina grupos de interés a la gama de actores institucionales, sociales, políticos y económicos que tienen relación directa con el funcionamiento de las entidades del sector financiero. Entre ellos, destacan los clientes, quienes son usuarios cotidianos de los servicios financieros; funcionarios del sistema, lo que básicamente constituye el personal de bancos y cooperativas de ahorros; del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), que utilizan los servicios bancarios como medio para gestionar el pago a los acreedores de los diferentes bonos del gobierno; del Servicio de Rentas Internas (SRI), que a su vez utiliza la banca como mecanismo de recaudación de impuestos y multas; de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), que regula el buen desenvolvimiento de cooperativas de ahorro, mutualistas y demás organismos financieros populares; y, de los Gobiernos Autónomos

Descentralizados (GAD), que se valen del sistema financiero para el cobro de tributos correspondientes a la ciudades y provincias.

El objetivo de esta investigación es determinar la calidad de los servicios que ofrecen las instituciones financieras según los grupos de interés. En la ciudad de Portoviejo, se desconoce hasta ahora las opiniones que tienen los grupos de interés frente a la calidad de los servicios financieros. En una política de libre competencia, en el que se encuentran inmersas estas entidades, han generado procesos estratégicos continuos de captación de clientes, que permiten a bancos, cooperativas de ahorro y crédito y mutualista implementar nuevos y mejores servicios para liderar el mercado. Para alcanzar estos resultados es esencial identificar las fortalezas y, principalmente, las debilidades que se convierten en oportunidades de mejora.

Este estudio propone un doble aporte científico. Por un lado, un aporte práctico en que se provee a las instituciones financieras y organismos de control un entendimiento de los determinantes de la satisfacción de los grupos de interés frente a la calidad de servicios financieros. Las entidades financieras, a su vez, podrán establecer procesos de mejora o reconfiguración de sus operaciones, de manera que beneficien a la banca tanto como a la colectividad en general. Y, por otro lado, un aporte empírico que permite entender cómo los determinantes de la calidad oscilan de un contexto territorial y ocupacional a otro. Puede ser útil para que las entidades financieras perfeccionen sus prácticas y, consiguientemente, capaciten a sus equipos de trabajo, de manera que profundicen su resiliencia y sostenibilidad en un mercado con una población joven de rápido crecimiento.

Existen estudios preliminares realizados a la calidad de los servicios financieros del municipio Libertador del estado de Mérida en Venezuela, en los que se ha aplicado la escala Servqual, en donde se identificó un déficit en confiabilidad, seguridad, tiempo de respuesta y empatía. Se establecieron recomendaciones relacionadas con el tiempo de espera, la empatía y tangibilidad (Morillo Moreno et al., 2011).

## Metodología

Este estudio es de naturaleza mixta. Es decir, combina elementos cualitativos y cuantitativos, de corte transversal realizado desde octubre del año 2020 hasta marzo del 2021. La modalidad de estudio fue descriptiva de campo, ya que la recolección de datos fue aplicada directamente al

sujeto de estudio. Las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron la encuesta y la entrevista, aplicando como instrumento un cuestionario en ambos casos.

Según Romo (1998), la encuesta es la técnica más usada en los análisis de tipo social y, debido a sus características, tiene gran demanda y acogida en el campo de las investigaciones de la sociedad actual. Los participantes encuestados incluyeron funcionarios de diferentes instituciones gubernamentales y financieras, así como clientes del sistema bancario de Portoviejo. Se aplicó un formulario en línea utilizando Google forms (Forms, 2021) que consistió en cinco preguntas, una por cada indicador de calidad del modelo Servqual (Parasuraman et al., 1988), en el que se medían cinco servicios financieros utilizando la escala: Excelente, Muy Bueno, Bueno, Regular y Malo.

Para determinar el tamaño de la muestra, se utilizó la herramienta web de la página Survey Monkey (Survey, 2021), estimando un nivel de confianza del 95% y 5% del margen de error. El valor muestral resultante fue de 384 individuos; no obstante, 415 personas completaron la encuesta adecuadamente. Dentro de las limitaciones se puede mencionar errores de cobertura, ya que fue imposible acceder a uno de los grupos de interés, debido a que la pandemia impide el trabajo presencial y el trámite burocrático no permitió tener una respuesta oportuna por parte de esa entidad.

Por otro lado, las entrevistas se realizaron a través de plataformas digitales con funcionarios de los diferentes grupos de interés que permitieron identificar los servicios financieros más utilizados y sus determinantes de calidad desde sus perspectivas.

Se realizaron entrevistas a funcionarios de los grupos de interés alrededor de las entidades gubernamentales y financieras en la ciudad de Portoviejo, para lograr obtener una comprensión amplia acerca de puntos de vista particulares con respecto de la calidad de los servicios financieros. Según Fernández Collado et al., (2014), la entrevista es una técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario, la entrevista, si bien puede soportarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta, aunque en ocasiones subjetiva.

## Resultados

Se procedió a medir la calidad de los servicios que prestan las entidades financieras y que son más utilizados por los grupos de interés: digitalización, cajeros automáticos, avisos de movimientos bancarios, productos financieros e infraestructura. Para el efecto, se utilizó la escala Servqual, que aborda los cinco aspectos: confiabilidad, tiempo de respuesta, seguridad, tangibilidad y empatía.

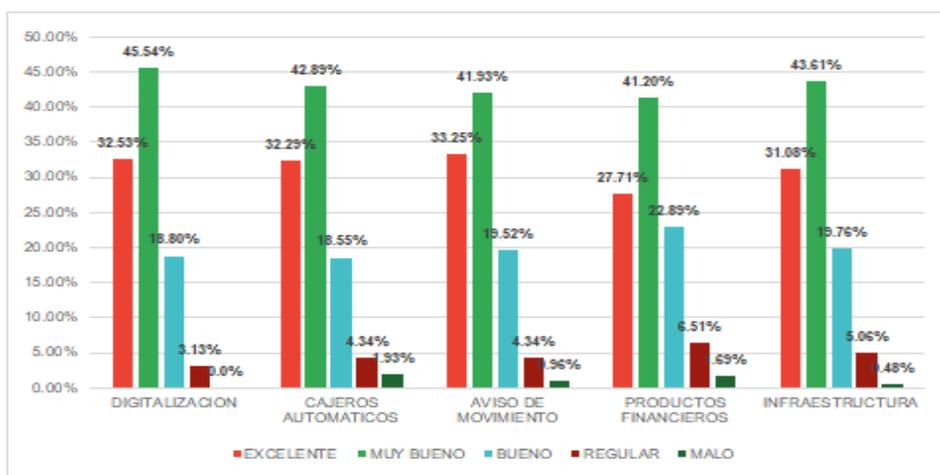
### Confiabilidad

Una amplia mayoría de los participantes encuestados calificaron de buena, muy buena o excelente la confiabilidad de los servicios que prestan las instituciones financieras en Portoviejo. No obstante, la proporción de clientes que considera la confiabilidad de los servicios como regular o mala, concierne, principalmente, a productos financieros recién introducidos que, generalmente, están en etapa de evaluación. Estos suelen ser productos lanzados como de plan piloto y se ofertan a una muestra de clientes para entender y estimar su aceptación en el mercado. En la mayoría de los casos, se brindan de forma gratuita durante el período de prueba. La tensión se origina cuando, luego de lograr una acogida favorable, se trasladan los costos operativos de implementación y aplicación del nuevo producto a los clientes, lo que genera malestar.

Las opiniones de los clientes que se refieren a su conformidad con la confiabilidad ofrecida por las instituciones bancarias se resumen de la siguiente manera.

“... me encuentro satisfecho con las facilidades que brinda la institución para acceder a la banca en línea con aplicativo móvil, cajeros para acceder a la mayoría de los servicios, evita acercarse físicamente al banco... existe facilidad para realizar transferencias bancarias, pago de servicios, consumo con las tarjetas de débito y crédito evitando el efectivo...” (Entrevista a clientes, 30 de noviembre de 2020)

La Figura 1, a continuación, presenta los resultados de la encuesta sobre confiabilidad de los servicios de las entidades financieras de Portoviejo.

**Figura 1:** Dimensión confiabilidad. Encuesta a grupos de interés en Portoviejo (2021)

En la figura 1 se puede apreciar que, si bien la mayoría de los encuestados reconoció sentirse satisfechos, quienes calificaron al servicio de malo se concentraron en los productos financieros y en el funcionamiento de los cajeros automáticos.

### Tiempo de respuesta

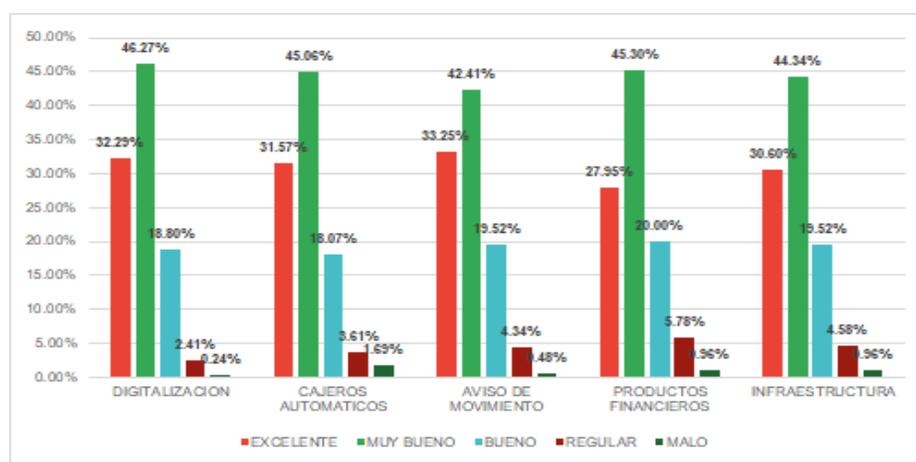
El tiempo de respuesta tiene relación con la prontitud con la que el cliente satisface sus necesidades vinculadas a un producto o servicio financiero. Esta es una de las razones que impide que la totalidad de los usuarios estén completamente conformes con la agilidad en la entrega de los diferentes servicios. En el caso de la digitalización, los problemas cuando la conectividad de los servidores institucionales es pobre, así como la de los clientes. Los cajeros automáticos, por su parte, tienen definido un tiempo de atención sistematizada por transacción; por lo tanto, se infiere que la falta de agilidad, en este caso, se puede deber al tiempo de espera que un usuario debe cumplir haciendo filas. Esto ocurre, principalmente, en fechas determinadas de pago, en las que las personas acuden masivamente a realizar retiros de efectivo. La falta de agilidad en el aviso de movimientos financieros difiere entre instituciones en función de la tecnología utilizada en sus diferentes plataformas. La rapidez en la entrega de productos financieros y la atención en oficinas, sucursales y agencias está vinculada al cumplimiento de trámites y procedimientos burocráticos propios de cada banco o cooperativa.

La opinión directa que tienen los usuarios quienes usan los servicios financieros frente al tiempo de respuesta se expresa de la siguiente manera:

“... lo que valoro es la agilidad de los servicios, contar con aplicaciones que permiten optimizar los tiempos y recursos... soy cliente de varios bancos, pero uno de ellos no es claro y oportuno en la información que brinda de los consumos que se realiza... me incomoda el tiempo de espera en las ventanillas para realizar transacciones bancarias, el no ser atendido con mayor diligencia” (Entrevista a clientes, 03 de diciembre de 2020)

La Figura 2 representa la percepción de los grupos de interés respecto del tiempo de respuesta de los servicios de las entidades financieras de Portoviejo.

**Figura 2:** Dimensión tiempo de respuesta. Encuesta a grupos de interés en Portoviejo (2021)



En la figura 2 se puede observar que el tiempo de respuesta es más importante para los productos financieros e infraestructura. Es decir, el tiempo que toma a los grupos de interés cuando asiste físicamente a las instalaciones de las entidades financieras es determinante de la calidad.

### Seguridad

La dimensión seguridad está asociada al nivel de confianza que los usuarios depositan en la idoneidad del personal a cargo de los diferentes servicios. Si bien los funcionarios que se responsabilizan de la digitalización bancaria están en permanente actualización de conocimientos, ha incrementado significativamente la frecuencia con la que se reportan delitos informáticos, lo que genera desconfianza en los clientes.

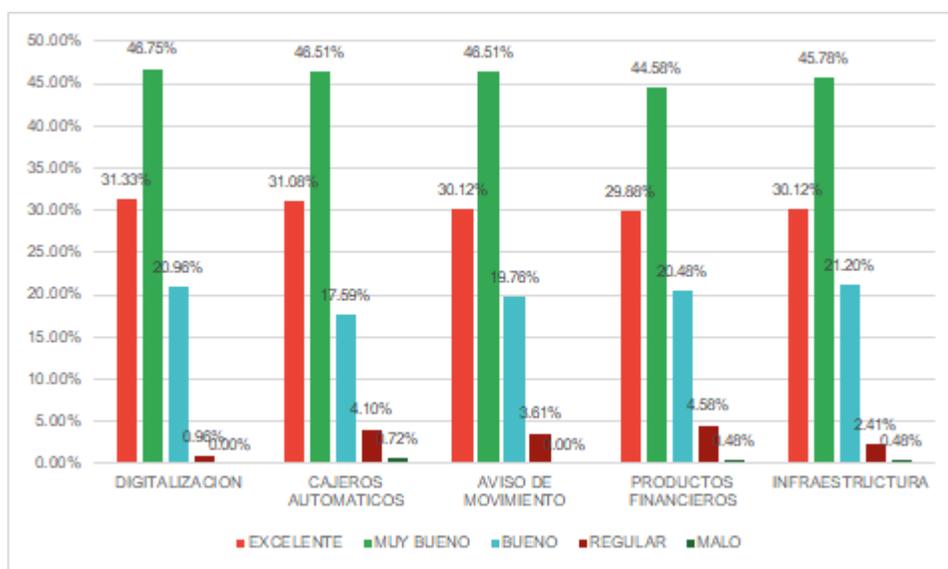
En lo que respecta a los cajeros automáticos, se han detectado casos de malfuncionamiento, en donde las transacciones no se han ejecutado adecuadamente. En la amplia variedad de productos financieros existentes, también se han suscitado casos de vulneración de las medidas de seguridad

internas de cada institución. Pese al entrenamiento constante que recibe el personal de agencias, oficinas o sucursales, se han reportado errores en el cumplimiento de los procedimientos, que han afectado la credibilidad del cliente.

“... más bien lo que marca la diferencia es el servicio brindado por parte del personal que trabaja en dicha institución, que hace que el cliente se sienta como en casa.....” (Entrevista a clientes, 08 de diciembre de 2020)

La Figura 3 ilustra lo que perciben los grupos de interés respecto de la seguridad de los servicios de las entidades financieras de Portoviejo.

**Figura 3:** Dimensión seguridad. Encuesta a grupos de interés en Portoviejo (2021)



En la figura 3 se observa que los desafíos de percepción de seguridad se concentran en los servicios financieros y en los cajeros automáticos. Un hallazgo interesante es que los participantes de esta encuesta parecen percibir que las transacciones en línea son más seguras que los cajeros automáticos.

### Empatía

La empatía es la personalización que responde a las necesidades individuales de cada cliente. En este aspecto, la mayor parte de los encuestados se encuentran satisfechos. Sin embargo, todos los

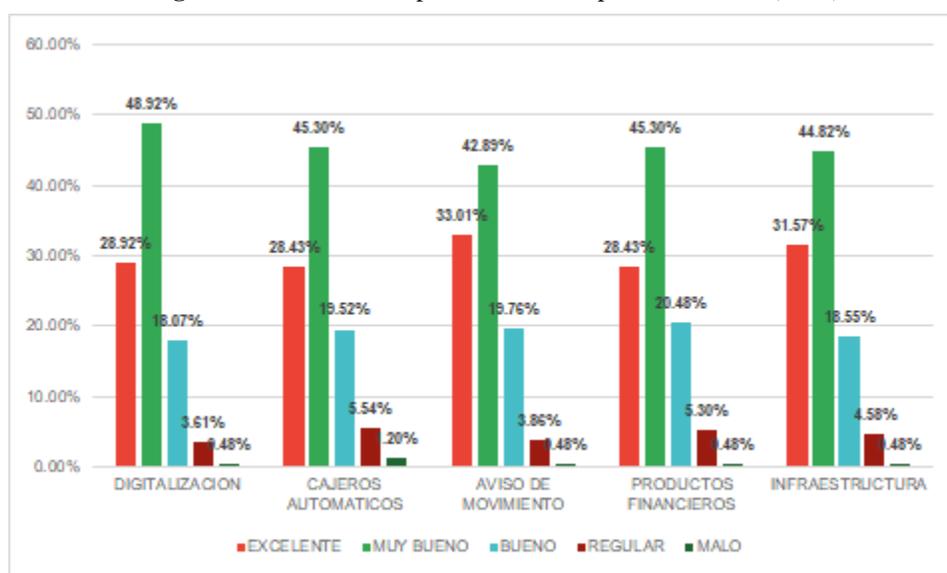
servicios evaluados deben responder a las demandas de los diferentes grupos de clientes en función de sus necesidades tales como: jubilados, jóvenes estudiantes, inversionistas, entre otros. De la figura 4 se puede entender que, los desafíos de empatía se concentran en los cajeros automáticos y los productos financieros. El hallazgo de los cajeros automáticos es interesante, pues parece sugerir que los cajeros automáticos no son universalmente convenientes, sino que, en alguna medida, podrían ser discriminatorios. Nuevos estudios podrían dilucidar la universalidad del uso de los cajeros automáticos.

Con respecto a la empatía los usuarios manifestaron:

“...yo quisiera un banco que se enfoque en las necesidades del cliente, con servicio 24/7, que cuente con banca electrónica, app que permita obtener los servicios bancarios desde estos aplicativos... no estoy de acuerdo con el trato que se recibe muchas veces de parte del personal que labora en la institución, la falta de empatía con el cliente y la falta de seriedad al momento de acceder a un trámite” (Entrevista a cliente, 30 de noviembre de 2020)

La Figura 4 muestra lo pertinente a la empatía con que las entidades financieras de Portoviejo son percibidas por los grupos de interés.

Figura 4: Dimensión empatía. Elaborado por: Oviedo, G. (2021)



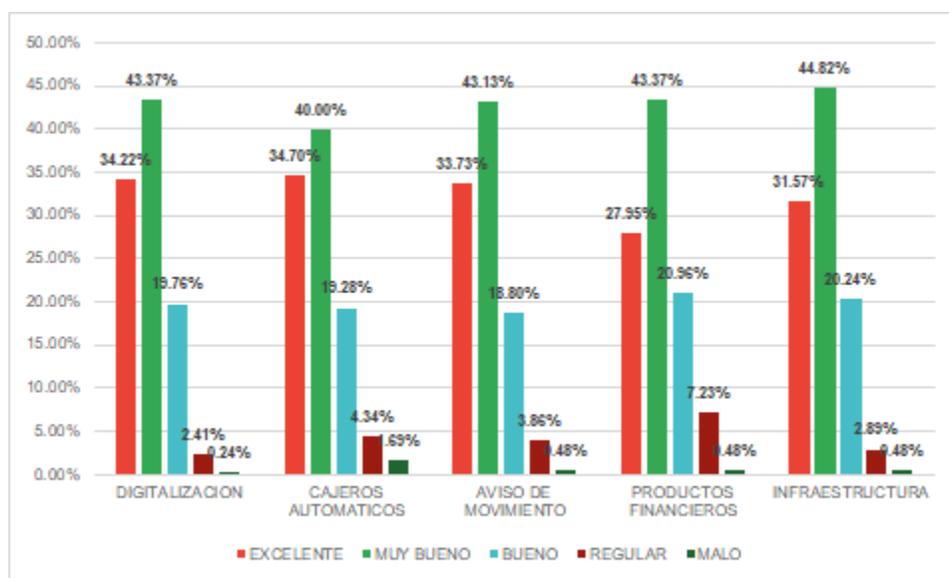
## Tangibilidad

La tangibilidad se refiere a las características físicas que se asocia a los servicios financieros físicos y a quienes los entregan directamente, que idealmente debieran reflejar una apariencia visual prolija, respetuosa, discreta y digna de confianza, que denotan la imagen y calidad institucional. Asimismo, las oficinas, sucursales y agencias. Estos aspectos tuvieron en general una alta valoración. No obstante, en el caso de las plataformas de digitalización, no todas permiten a los clientes realizar todas las operaciones bancarias, ya que no todas cuentan con la misma tecnología, así como sucede con los sistemas de avisos de movimientos financieros.

Los cajeros automáticos, en determinados sectores y fechas, no satisfacen la demanda y, en muchos casos, son desactualizados y hasta antiguos. Si bien las instituciones financieras, en su mayoría, cuentan con instalaciones adecuadas y personal aparentemente confiable, la administración interna y la falta de estabilidad política influyen en la confianza depositada por los usuarios. La figura 5 ilustra cómo los encuestados calificaron la tangibilidad.

En la figura 5 se aprecia que la tangibilidad es más un desafío en los productos financieros, y, en segundo lugar, para los cajeros automáticos. Ello sugiere que, los clientes y grupos de interés, tienen una expectativa rígida respecto de la imagen y atributos físicos asociados a los servicios proveídos por las entidades financieras de Portoviejo.

**Figura 5:** Dimensión tangibilidad. Elaborado por: Oviedo, G. (2021)



## Conclusiones

Este estudio se propuso determinar los niveles de calidad que los grupos de interés en Portoviejo atribuyen a los servicios brindados por las instituciones financieras locales. Se identificó el grado de satisfacción de los clientes según las dimensiones: confiabilidad, seguridad, tangibilidad, empatía y tiempo de respuesta. La mayor parte de los clientes de las instituciones financieras y funcionarios de los diferentes grupos de interés que tienen relación con las mismas, parecen sentirse satisfechos con los servicios bancarios, puesto que la mayoría los evalúa como buenos, muy buenos, o excelentes. Ello sugiere que, la digitalización, cajeros automáticos, avisos de movimientos, productos financieros e infraestructura atienden adecuadamente las necesidades de la mayor parte de usuarios. Sin embargo, en algunos casos, estos se encuentran sujetos a actualizaciones y perfeccionamiento que generen mayor confianza del usuario, una competencia justa de mercado y garanticen la seguridad y protección de los servicios. Por último, para mejorar la percepción de calidad, se sugiere comunicar oportunamente a los usuarios acerca de cobros de nuevos servicios, reducir procesos y procedimientos burocráticos, minimizar delitos cibernéticos, actualizar las plataformas web y cajeros automáticos, crear de nuevos servicios que personalicen la atención de necesidades de los diferentes grupos demográficos, y, generar confianza en el sistema financiero en general.

## Referencias

1. Berry, L., Bennet, D., & Brown, C. (1989). *La calidad en el servicio*. Ediciones Díaz de Santos.
2. Cano, C., Esguema, M., García, N., Rueda, L., & Velasco, A. (2013). Acceso a servicios financieros en Colombia. *Borradores de Economía*, 776, 1–38.
3. Clarkson, M. (1995). Un marco de partes interesadas para analizar y evaluar el desempeño social empresarial. *Academy of Management Review*, 20 (1), 92–117.
4. Editorial Vértice. (2008). *La calidad en el servicio al cliente*.
5. Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P., & Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Editorial McGraw Hill.
6. Forms, G. (2021). *Formulario encuestas en línea*. <https://docs.google.com/forms>.
7. Hoyer, R. ., & Hoyer, B. B. . (2001). ¿Qué es calidad? *Quality Progress*, 2, 34.

8. Lizarzaburu, E., Arbaiza, L., & del Brío, J. (2015). Grupos de interés en mercado emergentes: Sistema bancario. *Punto de Vista*, 6.
9. Martínez, K., García, J., Montoya, Z., & Gómez, Á. (2017). Sistema bancario de Ecuador: una aproximación a sus indicadores de estabilidad y eficiencia. *Revista Publicando*, 4(13 (1)), 255–273.
10. Morillo Moreno, M. del C., Morillo Moreno, M. C., & Rivas Olivo, D. E. (2011). Medición de la calidad del servicio en las instituciones financieras a través de la escala de Servqual. *Contaduría y Administración*, (234), 101–130.
11. Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 16, 12–40.
12. Romo, H. L. (1998). La metodología de la encuesta. *JG Cáceres, Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. Técnicas de Investigación En Sociedad, Cultura y Comunicación*, 33-74.
13. Survey, M. (2021). Cálculo Muestral. [es.surveymonkey.com](https://es.surveymonkey.com).

©2020 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons

Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).