

**UNIVERSIDAD DE HUANUCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



**TESIS**

---

**“Percepción de la calidad de servicio en la Cooperativa de ahorro y crédito Señor de los Milagros, Ambo 2024”**

---

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**AUTORA: Camani Romero, Luzclarita Araceli**

**ASESOR: Huerto Orizano, Diana**

**HUÁNUCO – PERÚ**

**2025**



# U

### TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

- Tesis ( X )
- Trabajo de Suficiencia Profesional ( )
- Trabajo de Investigación ( )
- Trabajo Académico ( )

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:** Gestión administrativa

**AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)**

### CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

**Área:** Ciencias Sociales

**Sub área:** Economía, Negocios

**Disciplina:** Negocios, Administración

### DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Título

Profesional de Licenciada en Administración de Empresas

Código del Programa: P13

Tipo de Financiamiento:

- Propio ( X )
- UDH ( )
- Fondos Concursables ( )

### DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 75063348

### DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 40530605

Grado/Título: Maestro en gestión y negocios, mención en gestión de proyectos

Código ORCID: 0000-0003-1634-6674

### DATOS DE LOS JURADOS:

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Linares Beraun, William Giovanni	Maestro en gestión pública para el desarrollo social	07750878	0000-0002-4305-7758
2	Polino Puente, Emerson Junior	Maestro en gestión pública para el desarrollo social	45867323	0000-0003-2131-8547
3	Carbajal Álvarez, Magaly Haydeé	Doctor en medio ambiente y desarrollo sostenible	09872196	0000-0002-9489-3588

# D

# H



## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las **08:00 horas del día 30 del mes de mayo del año 2025**, en el Auditorio "San Juan Pablo II" de la Facultad de Ciencias Empresariales, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador integrado por los docentes:

Mg. William Giovanni Linares Beraún  
Mtro. Emerson Junior Polino Puente  
Mtra. Magaly Haydeé Carbajal Álvarez

**Presidente**  
**Secretario**  
**Vocal**

Nombrados mediante la **RESOLUCIÓN N° 165-2025-D-FCOMP-UDH**, para evaluar la Tesis intitulada: "**PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SEÑOR DE LOS MILAGROS, AMBO 2024**", presentada por la Bachiller, **CAMANI ROMERO, Luzclarita Araceli**, para optar el título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándola APROBADA con el calificativo cuantitativo de 16 (DIECISEIS) y cualitativo de BUENO (Art. 47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

Siendo las 09:00 horas del día **30 del mes de mayo del año 2025**, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.

Mg. William Giovanni Linares Beraún  
DNI: 07750878  
Código ORCID: 0000-0002-4305-7758  
**PRESIDENTE**

Mtro. Emerson Junior Polino Puente  
DNI: 45867323  
Código ORCID: 0000-0003-2131-8547  
**SECRETARIO**

Mtra. Magaly Haydeé Carbajal Álvarez  
DNI: 09872196  
Código ORCID: 0000-0002-9489-3588  
**VOCAL**



## UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

### CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El comité de integridad científica, realizó la revisión del trabajo de investigación del estudiante: LUZCLARITA ARACELI CAMANI ROMERO, de la investigación titulada "Percepción de la calidad de servicio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de Los Milagros, Ambo 2024", con asesor(a) DIANA HUERTO ORIZANO, designado(a) mediante documento: RESOLUCIÓN N° 1020-2024-D-FCOMP-PAAE-UDH del P. A. de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Puede constar que la misma tiene un índice de similitud del 21 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el Software Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad de Huánuco.

Se expide la presente, a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Huánuco, 03 de abril de 2025



RICHARD J. SOLIS TOLEDO  
D.N.I.: 47074047  
cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



FERNANDO F. SILVERIO BRAVO  
D.N.I.: 40618286  
cod. ORCID: 0009-0008-6777-3370

# 374. Camani Romero, Luzclarita Araceli.docx

## INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>21</b> %	<b>20</b> %	<b>6</b> %	<b>11</b> %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>3</b> %
<b>2</b>	<b>repositorio.udh.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2</b> %
<b>3</b>	<b>repositorio.utc.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>2</b> %
<b>4</b>	<b>repositorio.usmp.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>5</b>	<b>dspace.unl.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>6</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>1</b> %
<b>7</b>	<b>repositorio.upn.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %



**RICHARD J. SOLIS TOLEDO**  
D.N.I.: 47074047

cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



**FERNANDO F. SILVERIO BRAVO**  
D.N.I.: 40618286

cod. ORCID: 0009-0008-6777-3370

## **DEDICATORIA**

Dedico con todo mi cariño a Dios, nuestro Señor, por otorgarme la vida y el conocimiento que fueron necesarios para lograr mis objetivos tanto personales como profesionales.

A mi madre, Yeny Elizabeth Romero Verde, por ser una madre ejemplar, valiente y fundamental en mi vida. Siempre me ha brindado su apoyo incondicional, así como su amor, consejos, paciencia y comprensión. Gracias a ella, he recibido principios y valores que han sido esenciales en mi formación académica y que me han permitido alcanzar la culminación de mi carrera profesional.

Y agradezco a toda mi familia por acompañarme en cada uno de mis logros, motivándome a perseverar siempre.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por la vida y por haber estado a mi lado en los momentos más complicados, brindándome guía, protección y la sabiduría necesaria para completar esta tesis.

A mi madre, quien siempre ha estado a mi lado, por su fortaleza para superar cualquier obstáculo y por haberme educado para ser una persona íntegra.

A mi asesora Mg. Diana Huerto Orizano por su paciencia, buen trato y por todos los consejos, lo cual me permitió realizar esta tesis de investigación y que Dios la bendiga.

A toda mi familia, por el respaldo y cariño que me han brindado a lo largo de este tiempo.

# ÍNDICE

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
ÍNDICE .....	IV
ÍNDICE DE TABLAS.....	VI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT .....	IX
INTRODUCCIÓN.....	X
CAPÍTULO I.....	11
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	11
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	11
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	13
1.2.1. PROBLEMA GENERAL .....	13
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.....	13
1.3. OBJETIVOS .....	14
1.3.1. OBJETIVO GENERAL .....	14
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	14
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA .....	14
1.4.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA .....	15
1.4.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA .....	15
1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
1.6. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	16
CAPÍTULO II.....	17
MARCO TEÓRICO .....	17
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	17
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES .....	19
2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES.....	22
2.2. BASES TEÓRICAS .....	24
2.2.1. CALIDAD DE SERVICIO.....	24
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES .....	32

2.4. VARIABLES.....	33
2.4.1. VARIABLE.....	33
2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	35
CAPÍTULO III.....	36
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	36
3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	36
3.1.1. ENFOQUE .....	36
3.1.2. ALCANCE O NIVEL .....	36
3.1.3. DISEÑO .....	36
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	37
3.2.1. POBLACIÓN .....	37
3.2.2. MUESTRA.....	37
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	38
3.3.1. PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	38
3.3.2. PARA LA PRESENTACIÓN DE DATOS.....	38
3.3.3. PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS .....	39
CAPITULO IV .....	40
RESULTADOS .....	40
4.1. PROCESAMIENTOS DE DATOS.....	40
4.1.1. RESUMEN DE ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS DE LA COOPAC “SEÑOR DE LOS MILAGROS” .....	40
4.1.2. NIVEL DE PERCEPCIÓN DE LAS DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO.....	43
CAPÍTULO V .....	51
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	51
5.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	51
CONCLUSIONES .....	54
RECOMENDACIONES.....	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57
ANEXOS .....	62

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Resumen de estadística descriptiva.....	40
Tabla 2 Resultado del nivel de percepción de los elementos tangibles.....	43
Tabla 3 Nivel de percepción de la capacidad de respuesta .....	38
Tabla 4 Nivel de percepción de la seguridad .....	39
Tabla 5 Nivel de percepción de la fiabilidad .....	47
Tabla 6 Nivel de percepción de la empatía .....	48

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Resultado del nivel de percepción de los elementos tangibles .....	43
Figura 2 Nivel de percepción de la capacidad de respuesta .....	38
Figura 3 Nivel de percepción de la seguridad .....	46
Figura 4 Nivel de percepción de la fiabilidad.....	47
Figura 5 Nivel de percepción de la empatía.....	49

## RESUMEN

La investigación “Percepción de la calidad de servicio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de los Milagros, Ambo 2024”, se realizó con el propósito de determinar el nivel de la percepción de la calidad del servicio en la Cooperativa y el estudio se llevó a cabo mediante una investigación de tipo aplicada de nivel descriptivo, utilizando un diseño no experimental porque no se manipuló la variable, y con enfoque cuantitativo. La recolección de datos se realizó a través de la encuesta, empleando un cuestionario de 22 preguntas que fueron aplicados a los 158 socios mediante un muestreo probabilístico. Los resultados que se han obtenido, afirman que los socios consideran a los elementos tangibles (el personal, los equipos tecnológicos, la zona de recepción y el material informativo de la cooperativa) en un 43% como percepción media. La capacidad de respuesta de los empleados en un 48% con percepción media, la seguridad alcanzó en un 40% de percepción media, la fiabilidad sobre la prestación del servicio en un 53% como percepción media, y la empatía del personal hacia los asociados de igual forma en un 49% con percepción media; y por lo tanto estas 05 dimensiones son esenciales para proporcionar un servicio de calidad y satisfacer las necesidades de los socios. Finalmente se determinó que existe un nivel de percepción media de la calidad de servicio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de los Milagros.

**Palabras claves:** calidad de servicio, percepción, elementos tangibles, fiabilidad, empatía, seguridad, confianza, atención.

## ABSTRACT

The research "Perception of Service Quality at the Señor de los Milagros Savings and Credit Cooperative, Ambo 2024" was conducted to determine the level of perception of service quality at the Cooperative. The study was carried out through applied research at a descriptive level, using a non-experimental design (because the variable was not manipulated), and with a quantitative approach. Data collection was carried out through a survey, using a 22-question questionnaire that was administered to 158 members through probability sampling. The results obtained affirm that 43% of members consider the tangible elements (staff, technological equipment, the reception area, and the cooperative's informational material) to be average. Employee responsiveness was rated medium at 48%, security was rated medium at 40%, reliability of service delivery was rated medium at 53%, and staff empathy toward members was rated medium at 49%. Therefore, these five dimensions are essential for providing quality service and meeting member needs. Finally, it was determined that there is a medium level of service quality perception at the Señor de los Milagros Savings and Credit Cooperative.

**Keywords:** service quality, perception, tangible elements, reliability, empathy, security, trust, attention.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se titula, “Percepción de la calidad de servicio en la cooperativa de ahorro y crédito Señor de los Milagros, Ambo 2024”, el cual se plantea a fin de dar a conocer el nivel de percepción de la calidad de servicio de acuerdo a las cinco dimensiones: elementos tangibles, capacidad de respuesta, seguridad, fiabilidad y empatía; información lo cual será proporcionada por los socios de la Cooperativa y de esta manera mejorar su posicionamiento a nivel de cooperativas de ahorro y crédito en el Perú; esta problemática subraya la necesidad de investigar a profundidad las causas y las posibles soluciones para una mejora en la calidad de servicio que ofrece la cooperativa y, con ello, fortalecer la confianza de sus socios y su posicionamiento en el sector financiero. La percepción de la calidad del servicio se ha convertido en un aspecto fundamental para el crecimiento de las organizaciones en la actualidad y lo crucial es que la calidad depende de la percepción del cliente; un producto puede ser técnicamente excelente, pero si no es aceptable por los usuarios, no se puede considerar un buen producto. Los resultados de la investigación, conforme a las directrices establecidas en el Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco (UDH), se organiza en cinco capítulos; **en el capítulo I**, se realizó la descripción del problema, formulación del problema, un objetivo general y cinco objetivos específicos, la justificación de la investigación, limitaciones y la viabilidad de la investigación; **en el capítulo II**, se redacta el marco teórico, en la cual contiene antecedentes internacionales, nacionales y locales que están relacionados a la investigación, también encontramos las bases teóricas acerca de la variable de estudio que contiene conceptos de varios autores: **en el capítulo III**, se desarrolló el método de la investigación, diseño de la investigación, tipo de investigación, población y muestra; **en el capítulo IV**, está la recolección y procesamiento de datos a través de encuestas aplicadas a los asociados de la Cooperativa de ahorro y crédito Señor de los Milagros y finalmente **en capítulo V**, se desarrolló la discusión de los resultados conforme a una contrastación de resultados con las encuestas y las referencias bibliográficas, conclusiones y recomendaciones.

# CAPÍTULO I

## PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La calidad del servicio es un elemento que refleja el cumplimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes (socios). De acuerdo con lo expuesto, la medición de la percepción de la calidad del servicio se basa en las opiniones de los clientes (socios) respecto a la atención o el servicio recibido (Torres y Espinoza, 2017).

En España se estimó la asociación entre la atención al usuario y su satisfacción. De acuerdo con un estudio desarrollado por la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) en una muestra de 1450 clientes que interactuaron con servicios de bancos, cajas, cooperativas y seguros, de los cuales solo el 40% de los encuestados expresaron estar muy satisfechos con el servicio, en contraposición un 60% de los sondeados expresó su descontento del servicio recibido. En este grupo de clientes destacó el descontento debido a la poca claridad de la información proporcionado por el personal, inadecuado ambiente y demoras en los reembolsos de créditos (Manzanas, 2024).

En Colombia se reporta más de un millón de quejas en entidades financieras entre enero y octubre del año 2023, centrándose en dos financieras (Bancocolombia S.A. y Davivienda) que reportan el 60.37% del total de reclamos reportados por el ente regulador, se ha elaborado un informe sobre las quejas de los usuarios dirigidas a todos los bancos, destacando que el 20% de las quejas se relacionan con la falta de disponibilidad o fallos en los canales de atención, el 18,4% corresponde a las transacciones no reconocidas y el 10,4% a las transacciones incorrectamente aplicadas (Mora, 2024).

En el Perú las quejas por mala atención en bancos, cajas o cooperativas a nivel nacional sólo se redujo en un 4% y en el ámbito rural solo un 2%, en los cuales las principales quejas fueron cobros indebidos en un 41%, seguido

de la mala atención con un 27%. Así mismo el 63% de la población encuestada aseguró haber tenido algún problema con alguna institución financiera y presentarán su reclamo (Superintendencia de Banca y Seguros, 2017).

Muchas personas acuden a las cooperativas para realizar movimientos financieros, como solicitar préstamos, afiliarse, apertura una cuenta de ahorro, en cuyas actividades existen demoras que generan insatisfacción, quejas, molestias.

Así mismo la confianza y seguridad en la Cooperativa de ahorro y crédito San Francisco, de la región Huánuco, para el año 2023 se vio dañado por su negligencia e irresponsabilidad, por no disponer de normativas, métodos o protocolos para el traslado seguro de dinero, que ocasiono la muerte de un empleado, lo que ocasiono desconfianza de los asociados del cuidado de sus aportes (Diario Ahora, 2023).

La Cooperativa de Crédito y Ahorro (COOPAC) "Señor de los Milagros" enfrenta un problema relacionado con la calidad de servicio que ofrece a sus socios. Entre los principales inconvenientes, se ha notado cierta incomodidad en los tiempos de espera para la atención al cliente, limitaciones en la disponibilidad de productos financieros personalizados y una inquietud por falta de capacitación del personal para resolver consultas complejas o brindar asesoramiento financiero adecuado.

Este problema afecta de forma negativa en los asociados de la cooperativa. La insatisfacción de los servicios prestados ha generado los reclamos, así como una disminución en el número de socios activos que renuevan su compromiso con la institución. Además, el funcionamiento interno de la cooperativa se ha visto afectado, ya que los empleados enfrentan sobrecarga laboral y falta de coordinación para atender la demanda, lo que perpetúa las deficiencias del servicio.

El origen de este problema puede atribuirse a fallas en los procesos internos, como la ausencia de protocolos claros para la atención al cliente y una mala distribución del personal en horarios de mayor afluencia. Asimismo, la falta de recursos para las capacitaciones continuas al personal y la

implementación de herramientas tecnológicas que agilicen los procesos para llegar a esta situación.

Este problema debe ser abordado de forma oportuna y las consecuencias que podrían ser, es la falta de competitividad frente a otras instituciones financieras, la disminución de ingresos debido al abandono de socios, y el deterioro de la imagen institucional, son riesgos que comprometen la sostenibilidad a largo plazo de la institución.

El presente estudio se plantea a fin de determinar el nivel de percepción sobre la calidad de servicio de acuerdo a los siguientes elementos como: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y la empatía; información que será proporcionada por los socios de la COOPAC Señor de los Milagros y mejorar su posicionamiento en el sector de las cooperativas de crédito y ahorro.

Este problema subraya la necesidad de investigar las causas y las posibles soluciones que mejore la calidad de servicio en los productos ofrecidos por la cooperativa y, con ello, fortalecer la confianza de sus miembros y su posicionamiento en el sector financiero.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. PROBLEMA GENERAL**

- ¿Cuál es el nivel de percepción de la calidad de servicio en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024?

### **1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

- ¿Cuál es el nivel de percepción de los elementos tangibles en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024?
- ¿Cuál es el nivel de percepción de la capacidad de respuesta en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024?
- ¿Cuál es el nivel de percepción de la seguridad en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024?

- ¿Cuál es el nivel de percepción de la fiabilidad en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024?
- ¿Cuál es el nivel de percepción de la empatía en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024?

### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

- Determinar el nivel de percepción de la calidad de servicio en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024.

#### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar el nivel de percepción de los elementos tangibles en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024.
- Determinar el nivel de percepción de la capacidad de respuesta en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024.
- Determinar el nivel de percepción de la seguridad en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024.
- Determinar el nivel de percepción de la fiabilidad en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024.
- Determinar el nivel de percepción de la empatía en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024.

### **1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

La presente investigación se justifica porque se recabaron datos verídicos de la Cooperativa, así mismo se sustentó con teorías y a través del modelo SERVPERF que permitió determinar el nivel de percepción sobre la calidad de servicio de la institución financiera que se contextualiza dentro de un marco teórico y la magnitud de la calidad de

servicio frente a los socios de la Cooperativa Señor de los Milagros. De igual forma se justificará por tener acceso a la información (portal institucional) que permitirá mejorar los servicios financieros del objeto de estudio.

#### **1.4.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

El estudio se desarrolló desde un análisis holístico para analizar la calidad del servicio y también existen diversos métodos para medir la calidad de servicio. Para el estudio se utilizó el modelo SERVPERF para determinar el nivel de percepción de la calidad de servicio en los productos financieros, para lo cual se usó de un instrumento denominado cuestionario, información que servirá de base para futuros estudios.

#### **1.4.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

Se justificó a partir de soluciones prácticas, demostradas en estudios posteriores para resolver procedimientos a través métodos que determinará una atención más rápida y personalizada por el personal, y sobre todo la información proporcionada será clara y precisa y así lograr un eficiente servicio al asociado.

En la cooperativa se determinó el nivel de percepción de la calidad del servicio se aplicó una encuesta al socio porque al ser un cliente externo tendremos una respuesta más sincera del servicio si es de calidad.

#### **1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

La recolección de la información a los socios se limita debido a que la cooperativa no facilita un espacio para realizar la encuesta, realizándolo en el exterior y la información que era necesario para la investigación fue limitada por propias políticas de la entidad, pero se puede obtener en su portal institucional viabilizando el proyecto de tesis.

## **1.6. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

El estudio fue factible porque se contó con acceso a la información, adicionalmente se dispuso de los recursos económicos, humanos y tecnológicos suficientes para alcanzar los propósitos del estudio. Y, sobre todo, el estudio fue factible porque se contó con acceso a la población de estudio.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES**

Abril (2023), con su estudio titulado: “Percepción de la calidad de servicio a los cliente del complejo turístico Agualuna en el año 2023”, el objetivo de este estudio fue evaluar el nivel de apreciación sobre la calidad del servicio entre los clientes del complejo turístico, partiendo de la premisa donde la satisfacción y lealtad del usuario en Ecuador han afectado negativamente la calidad del servicio. Este sustento guió el desarrollo de la investigación, que se basó en el modelo SERVPERF de Cronin y Taylor (1994), el cual se compone de cinco elementos. Los resultados obtenidos a partir de la encuesta a los clientes revelaron que, aunque la media en estas dimensiones se situaba cerca del promedio general de 3.59, había áreas específicas que requerían una mejora. En cuanto a la dimensión de fiabilidad, los resultados indicaron que, a pesar de que la percepción general es aceptable, ciertos aspectos relacionados con el cumplimiento de compromisos requieren atención. De manera similar, en las dimensiones de seguridad, capacidad de respuesta, empatía y elementos tangibles, se identificaron preguntas cuyos resultados se situaron por debajo de la media, lo que pone de manifiesto la necesidad de mejorar la interacción con los clientes, optimizar la presentación visual y asegurar un entorno limpio y agradable. Finalmente, se corroboró la hipótesis planteada, que sugiere una relación positiva entre la calidad del servicio percibida por los usuarios y su nivel de satisfacción, evidenciada a través de una evaluación de las diferentes dimensiones de la calidad del servicio, donde la mayoría de los usuarios otorgaron calificaciones positivas.

Conforme a Molina y Pilatasig (2020), en su estudio titulado: “Percepción de la calidad de servicio por los clientes externos de la

Cooperativa de Ahorro y Crédito Uniblock y Servicios Ltda. de la ciudad de Latacunga”, con el propósito de estimar la apreciación de la calidad de servicio por parte de los usuarios externos de la cooperativa, se empleó el modelo SERVPERF de (Cronin y Taylor, 1994), para corroborar se aplicó un cuestionario de 22 interrogantes en una escala de Likert de siete calificaciones sistematizado por 5 dimensiones, fiabilidad, elementos tangibles, capacidad de repuesta, seguridad y empatía, se llegó a la conclusión de que el 87.52% de la muestra, en relación con la dimensión de empatía, manifiesta un consenso absoluto sobre la atención y el servicio ofrecido. Asimismo, se pudo verificar que la calidad del servicio en una institución financiera es crucial, ya que influye directamente en la percepción de satisfacción o insatisfacción de los clientes respecto al servicio recibido. Los resultados fueron favorablemente positivos en las cinco dimensiones evaluadas, destacando la dimensión de empatía, que se posiciona como la más valorada. Los clientes señalaron que la comunicación es un elemento esencial para mantener un trato adecuado entre el personal de la institución y los usuarios. Además, se constató que el 87.52% de los asistentes a la cooperativa demuestran una alta satisfacción por la atención personalizada que reciben, lo que refuerza la importancia de la empatía. En conclusión, el personal de la cooperativa se encuentra alineado con las expectativas de los clientes, mostrando un nivel de conocimiento adecuado para resolver consultas, siempre manteniendo un trato amable y una presentación impecable. Esto tiene como objetivo brindar mayor confianza y seguridad al realizar transacciones en la entidad, protegiendo así la integridad de la empresa y de cada uno de los asociados.

Navarrete (2019), en su tesis titulado “Análisis de la calidad del servicio de la Cooperativa de ahorro y crédito Padre Julián Lorente mediante el SERVPERF”, con el objetivo de medir de la calidad de servicio de la Cooperativa mediante el modelo Servperf, en cuanto la metodología se utilizó la investigación descriptivo – cuantitativo y como técnicas de recolección de datos las encuestas que fueron aplicados a

una muestra probabilística de 380 clientes de la Cooperativa, y llegó a las siguientes conclusiones: la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Padre Julián Lorente” no dispone de estudios previos que evidencien cómo los clientes perciben la calidad del servicio que reciben. En la dimensión de tangibilidad, se ha encontrado una correlación de 0,859, lo que indica un crecimiento en la valoración, sugiriendo que la calidad del servicio también mejorará. En cuanto a la dimensión de fiabilidad, se observa una influencia significativa en la calidad del servicio, con una correlación positiva muy fuerte y directamente proporcional. En la dimensión de empatía, se concluye con una correlación positiva muy fuerte, alcanzando un coeficiente de 0,811. La dimensión de seguridad también muestra una influencia significativa, con un coeficiente de 0,784 según la correlación de Spearman, lo que indica que existe una correlación positiva muy fuerte y directamente proporcional entre la seguridad y la calidad del servicio. En la dimensión de capacidad de respuesta, se presenta una correlación positiva considerable, lo que sugiere que cualquier variación en la valoración de este aspecto afectará de igual manera la calidad del servicio proporcionado por la cooperativa. Finalmente, al cumplir con los objetivos específicos establecidos, se concluye que la cooperativa debe mejorar su disposición para atender a los clientes de manera inmediata.

### **2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES**

Pisfil y Martínez (2021), en su tesis titulado: “Calidad de servicio y la satisfacción del socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tiempos Nuevos LTDA, 2020”, con el objetivo de determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del asociado de la Cooperativa, en cuanto a la metodología se utilizó la investigación aplicada - cuantitativa de alcance descriptivo - correlacional con diseño no experimental y como técnicas de recolección de datos las encuestas que fueron aplicados a una muestra probabilística de 150 socios, y llegó a las siguientes conclusiones: el diagnóstico realizado sobre la calidad del servicio para evaluar la satisfacción de los socios de la Cooperativa ha revelado que

el nivel de calidad es regular. Esto se debe a que la Cooperativa es aún pequeña y cuenta con limitada experiencia en el mercado financiero. Al analizar los factores que influyen en la satisfacción de los socios respecto a la calidad del servicio, los entrevistados expresaron ciertas incomodidades relacionadas con los tiempos de espera. Sin embargo, señalaron que su nivel de confianza en la Cooperativa es bueno, considerándolo aceptable. Se concluyó que el factor más relevante en la percepción de los socios es la confianza. Además, se destacó que los socios tienen grandes expectativas de que la Cooperativa mejore los tiempos de espera en sus procesos. Un porcentaje significativo de ellos se mostró leal a la Cooperativa, indicando que regresarían y la recomendarían, ya que recibieron un trato personalizado y muy amable.

Ugarte (2021), en su tesis titulado: “Percepción de la calidad de servicio según los factores demográficos de los clientes de un restaurante de la provincia de Huancayo”, el propósito de este estudio fue determinar si existe una diferencia en la percepción de la calidad del servicio entre los clientes de un restaurante moderno. A través de la aplicación del cuestionario utilizado en esta investigación, se concluyó que no hay variaciones en la percepción de la calidad del servicio en función del género ni del lugar de procedencia. Sin embargo, se observó que los criterios que generan mayor expectativa son la seguridad y los elementos tangibles. Esto indica que no hay diferencias en la percepción de la calidad del servicio entre los clientes de un restaurante moderno en la provincia de Huancayo. Se determinó que la valoración de la calidad del servicio es similar entre los diferentes grupos, siendo las mujeres quienes otorgan una mayor calificación al servicio recibido, con un porcentaje del 55.3%. Se concluye que no hay variaciones en la percepción de la calidad del servicio entre los clientes de este restaurante en Huancayo. Con estos hallazgos, los gerentes del establecimiento pueden tomar decisiones informadas con el objetivo de mejorar, centrándose en el segmento de clientes mayores de 29 años, lo que contribuirá a aumentar la competitividad del restaurante.

Blas y Cabrera (2019) en su tesis titulado: “El modelo Servperf como herramienta para medir la calidad de servicio en una empresa de Transporte Público Urbano de Lima Norte en el Año 2017”, con el proposito de fijar el nivel de calidad de servicio bajo el modelo servperf en la compañía, en cuanto a la metodología se utilizó la investigación básica de alcance descriptivo con diseño no experimental y como técnicas de recolección de datos las encuestas que fueron aplicados a una muestra probabilística de 384 usuarios, y llegó a las siguientes conclusiones: Se ha podido determinar que los usuarios detectan ineficiencias en el rendimiento del servicio y aspectos que no están siendo atendidos. En cuanto a los elementos tangibles, los usuarios consideran que las instalaciones y la infraestructura del autobús no se presentan en condiciones de limpieza adecuadas, carecen de señalización orientativa y las ventanas de ventilación son insuficientes. En lo que respecta a la confiabilidad, los usuarios sienten que el servicio no cumple con lo prometido y que no se respetan las tarifas establecidas, además de que se sienten vulnerables al descender en paradas no autorizadas. En términos de capacidad de respuesta, los usuarios opinan que la calidad del servicio proporcionado no es la adecuada ni oportuna; al realizar consultas sobre destinos, el cobrador muestra desinterés en responder, y en ocasiones no se les informa sobre cambios en las rutas alternas. En relación a la seguridad, los usuarios mencionan que los autobuses cuentan con escaleras inadecuadas y peligrosas, así como barandas y pasamanos deteriorados que no pueden utilizarse. No perciben seguridad, ya que el conductor no está identificado y realiza el recorrido sin considerar la capacidad del autobús. Finalmente, en cuanto a la empatía, los usuarios destacan que los choferes muestran desinterés al no ponerse en el lugar de los demás, sin comprender las diversas condiciones de los usuarios, como niños, mujeres embarazadas o personas mayores. En diversas situaciones, tanto los cobradores como los choferes no ofrecen un trato amable, respetuoso y paciente hacia los usuarios.

### **2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES**

Carlos (2020) en su tesis titulado: “La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la C.A.C Tocache LTDA, 2018”, con el objetivo de determinar de qué manera la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente en la Cooperativa, En lo que respecta a la metodología, se llevó a cabo una investigación aplicada de tipo cuantitativo, con un enfoque descriptivo y un diseño no experimental. Para la recolección de datos, se utilizaron encuestas aplicadas a una muestra probabilística de 214 socios. A partir de este estudio, se alcanzaron las siguientes conclusiones: se determinó que la calidad del servicio está directamente relacionada con la satisfacción del cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tocache Ltda, ubicada en Tingo María, durante el año 2019. Se observó que los elementos tangibles tienen una relación directa con la satisfacción del cliente en la Cooperativa. Además, la fiabilidad también se correlaciona directamente con la satisfacción del cliente, obteniendo un resultado de 0.444, lo que sugiere una correlación directa con un grado de relación positiva moderada. Por otro lado, la capacidad de respuesta muestra una relación directa con la satisfacción del cliente en la Cooperativa, con un grado de relación positiva moderada de 0.520, la seguridad se relaciona directamente con la satisfacción del cliente en la Cooperativa con un grado positiva moderada de 0.551, y finalmente la empatía está directamente vinculada a la satisfacción del cliente en la Cooperativa, ya que se obtuvo un resultado de 0,590, lo que sugiere una correlación directa con un grado moderadamente positivo.

Crispín (2019) en su tesis titulado: “Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de los Bancos Privados de la ciudad de Huánuco 2019”, Con el propósito de evaluar cómo la calidad del servicio impacta en la satisfacción de los clientes de los bancos privados en la ciudad de Huánuco, se empleó una metodología de investigación aplicada de tipo cuantitativo, con un enfoque descriptivo-correlacional y un diseño no experimental. Para la recolección de datos,

se utilizaron encuestas dirigidas a una muestra probabilística de 380 clientes, lo que permitió alcanzar las siguientes conclusiones: La investigación determina que la calidad del servicio tiene un impacto significativo en la satisfacción de los clientes de los bancos privados en la ciudad de Huánuco durante el año 2019. Se ha evidenciado que la capacidad de respuesta influye en la satisfacción de los clientes; esto se puede observar en la Tabla N°04, donde el 48.4%, 58.7%, 44.3% y 34.7% de los encuestados afirman estar de acuerdo en que los empleados de los bancos están siempre dispuestos a ayudar y proporcionan un servicio ágil. Asimismo, la empatía también afecta la satisfacción del cliente; como se muestra en la Tabla N°05, el 41.1%, 54%, 44.3% y 36.1% de los clientes de BBVA, Interbank, Scotiabank y BCP están de acuerdo en que los trabajadores ofrecen una atención individualizada y personalizada, lo que les hace sentir que los bancos se preocupan por sus intereses y comprenden sus necesidades específicas. En cuanto a los elementos tangibles, estos también influyen en la satisfacción del cliente; en la Tabla N°06, se observa que el 43.5% de los clientes de BBVA está muy de acuerdo, mientras que el 76.2%, 45% y 45.8% de los clientes de Interbank, Scotiabank y BCP expresan estar de acuerdo con respecto a los horarios de atención, los materiales, las instalaciones físicas, los equipos modernos y la presentación ordenada y pulcra del personal. La seguridad también juega un papel importante en la satisfacción del cliente, quienes se sienten seguros al realizar sus transacciones, confían en el personal, reciben un trato cordial y obtienen respuestas adecuadas a sus consultas. Por último, la fiabilidad también influye en la satisfacción del cliente, quienes indican que reciben información sobre los cambios en las políticas de atención de los bancos y consideran que, en general, la atención brindada es correcta desde el primer contacto.

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. CALIDAD DE SERVICIO**

#### **2.2.1.1. DEFINICIONES**

Gaffar et al. (2018) citado por Izquierdo (2021) menciona que la calidad del servicio se forma en la percepción de los usuarios o consumidores y se fundamenta en la comprensión de sus necesidades, así como en la superación de las expectativas que estos tienen respecto a un servicio específico. Existe una conexión directa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Cronin & Taylor (1992) citado por Rojas (2021) define “La calidad del servicio se refiere a la percepción que tiene el cliente sobre el nivel de eficacia del servicio ofrecido” (p. 122).

Según Zeithaml, et al. (1993) citado por Blas y Cabrera (2019), la calidad del servicio se fija a través de la perspectiva del cliente, lo que genera una discrepancia entre sus expectativas o deseos y sus percepciones. Las expectativas representan las necesidades y anhelos de los consumidores, mientras que las percepciones se refieren a la creencia del consumidor sobre el servicio que ha recibido. Cuando un cliente evalúa la calidad del servicio, lo hace comparando lo que desea o espera con lo que realmente recibe o cree haber recibido. Así, si un cliente considera que un servicio es de alta calidad, es porque la experiencia vivida al recibirlo coincide o supera sus expectativas iniciales. Por el contrario, un servicio se califica como de baja calidad cuando las expectativas del cliente no se cumplen en relación con la experiencia obtenida.

#### **2.2.1.2. MODELO SERVPERF DE CRONIN JR. Y TAYLOR**

Vargas & Aldana (2014) mencionan que la herramienta SERVPERF fue creada por Cronin y Taylor en 1992. Su propósito es evaluar las percepciones de los clientes, compuestas por 22

elementos relacionados con la tangibilidad, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía, que actúan como indicadores de las diversas dimensiones que los clientes consideran. Estos indicadores se medirán utilizando una escala Likert de siete puntos, que va desde 1 (totalmente en desacuerdo) hasta 7 (totalmente de acuerdo). La herramienta en el modelo examina tanto las expectativas como las percepciones en el contexto de la tangibilización del servicio y los momentos críticos. La percepción se rige por cuatro principios:

1. La percepción que tienen los demás sobre la empresa suele diferir de la manera en que la propia empresa se ve a sí misma.
2. La percepción que tiene la empresa sobre sí misma suele diferir de la manera en que los demás la ven.
3. Diferentes segmentos de clientes tienen percepciones variadas sobre la empresa.
4. Las personas están considerando que el nivel de servicios en su negocio es representativo de todos los servicios ofrecidos por la organización.

### **2.2.1.3. DIMENSIONES**

Vargas & Aldana (2014) menciona que según Cronin & Taylor (1992) existen cinco dimensiones y son las siguientes:

1. **Elementos Tangibles.** - Esta es una parte del servicio visible, estas dimensiones se refieren a todos los espacios físicos y tangibles, como equipos de la empresa, apariencia de trabajadores, tecnología, procesos, material de comunicación, estas dimensiones reflejan la forma en que los clientes organizan la información sobre la calidad de los servicios proporcionados por la unidad financiera (Dávila et al. 2012).

### ➤ **Indicadores**

- a. Personal. - Se refiere a las personas empleadas en una organización o empresa, incluyendo a todos los empleados, desde los niveles más bajos hasta los más altos. Este término abarca a todos los individuos que trabajan para una entidad y contribuyen a sus operaciones y objetivos (Smith, 2023).
  - b. Equipos tecnológicos. - Son dispositivos y sistemas diseñados para facilitar las tareas específicas mediante la aplicación de principios científicos y técnicos. Estos equipos pueden variar desde computadoras y dispositivos móviles hasta sistemas de automatización industrial y herramientas de software avanzadas (López, 2023).
  - c. Zona de recepción. - Es el área designada en una organización o empresa donde se reciben a los visitantes, clientes y otros individuos (Martínez, 2023).
  - d. Material informativo. - Comprende cualquier tipo de contenido que tiene como objetivo transmitir conocimientos, datos o información relevante a un público específico (Rodríguez, 2023).
2. **Capacidad de respuesta.** - El tiempo de respuesta está relacionado principalmente con la responsabilidad y la disposición para abordar los problemas de los clientes. Esta dimensión resalta la rapidez y la disposición para atender las preocupaciones de los clientes, tales como reclamos y consultas. La responsabilidad se manifiesta cuando el empleado responde a los clientes dentro del plazo prometido o incluso antes de lo acordado (Dávila et al., 2012).

### ➤ **Indicadores**

- a. Amabilidad. - Es una manera de expresar respeto y aprecio

hacia el cliente y/o socio, ya que es esencial para establecer relaciones de forma positiva y satisfactoria.

- b. Apoyo. – Brindar asistencia oportuna al cliente y/o socio de la Cooperativa.
  - c. Compromiso. - Es una obligación que debe cumplirse hacia los clientes y/o socios de la Cooperativa en los plazos establecidos.
3. **Seguridad.** - En esta esfera, el cliente confía a la empresa sus necesidades y dificultades, con la certeza de que serán atendidas de la manera más adecuada. Esto requiere que la empresa actúe con credibilidad, honestidad e integridad. Para fomentar un ambiente de seguridad, es fundamental que las empresas establezcan una base sólida de confianza y lealtad tanto entre sus empleados como con sus clientes. Asimismo, la presentación de evidencias tangibles, como certificados, títulos y reconocimientos, proporciona al cliente la confianza necesaria en el servicio ofrecido (Clemenza et al., 2010).

➤ **Indicadores**

- a. Confianza. - Es la creencia en la fiabilidad, verdad, capacidad o fuerza de alguien o algo. Es un componente fundamental en las relaciones interpersonales y organizacionales, que se basa en la honestidad, integridad y previsibilidad del comportamiento de la otra parte (González, 2023).
- b. Información. - Es un conjunto de datos procesados y organizados que proporcionan conocimiento o comprensión sobre un tema específico (Díaz, 2023).
- c. Respeto a la privacidad. - Se refiere a la protección y el reconocimiento de los derechos individuales para controlar la información personal y protegerla de la divulgación no autorizada (Pérez, 2023).

- d. Trámites. - Son procedimientos administrativos que se deben seguir para realizar gestiones legales, comerciales o personales (Fernández, 2023).
4. **Fiabilidad.** - La capacidad de ofrecer un servicio con formalidad y precisión implica proporcionar una atención adecuada desde el inicio de la relación con los clientes. En este contexto, se encuentran los elementos que permiten al cliente reconocer el conocimiento de los empleados de la entidad financiera. La confiabilidad se refiere a satisfacer las expectativas del cliente y a cumplir con lo que la empresa promete en términos de prestación de servicios, resolución de problemas y precios establecidos. De este modo, los clientes tienden a preferir hacer negocios con empresas que cumplen de manera íntegra sus compromisos (Clemenza et al., 2010)

➤ **Indicadores**

- a. Atención en orden. – Respuesta a las solicitudes de los clientes y/o socios de la Cooperativa por orden y según a las fechas de presentación hacia la entidad financiera.
- b. Trato. – Es la conclusión sobre un asunto o materia, una vez que se haya conferido y hablado sobre los servicios financieros a otorgar en los clientes y/o socios de la Cooperativa.
- c. Atención igualitaria. - Proporcionar a cada persona lo que realmente requiere en función de su singularidad y su situación específica, considerando lo que consideramos más adecuado.
- d. Atención rápida. – Respuesta rápida según a las solicitudes de los clientes y/o socios de la Cooperativa.
- e. Solución de problemas. – Se trata de establecer un plan de acción para abordar o implementar modificaciones en

circunstancias que generan descontento entre los clientes y/o socios de una entidad financiera.

5. **Empatía.** - Se refiere a la forma en que se atiende a los socios, lo que implica considerarlos ante todo como personas, brindándoles una atención meticulosa, personalizada y apropiada. Esto provoca que los clientes se sientan valorados por la organización. Es fundamental destacar que los clientes desean sentirse significativos y comprendidos por las empresas que les ofrecen servicios, y buscan una comprensión profunda de sus necesidades (Clemenza et al., 2010).

➤ **Indicadores**

- a. Horario de atención. - Horas en las que Cooperativa está abierta y disponible para atender a sus clientes y/o socios.
- b. Paciencia. - Capacidad humana de soportar o tolerar situaciones de adversidad y conseguir un objetivo deseado en los clientes y/o socios de la Cooperativa.
- c. Atención individualizada al socio. – Brindar asistencia personalizada a los clientes y/o socios de la Cooperativa según a sus necesidades financieras.
- d. Personal empático. – Actitud que demuestra los trabajadores de la Cooperativa en comprender el estado emocional del cliente y/o socio desde su perspectiva.

**2.2.1.4. DATOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SEÑOR DE LOS MILAGROS SEDE AMBO**

La Cooperativa Señor de los Milagros - Atacocha Ltda, se crea bajo el patrocinio de la Ley N° 15260, de fecha 14/12/1967, registrado por ONDECOOP el 14/11/1969 e inscribe su personería Jurídica en el registro de asociaciones de cooperativas en los

registros públicos de Pasco y en la SBS según resolución N° 466-95 el 25/07/1995.

Resolución S.B.S. 480-2019, en su Artículo 1° define al COOPAC como Cooperativa de Crédito y Ahorro no autorizada a captar recursos del público.

Las cooperativas son organizaciones cuyo propósito es satisfacer las necesidades financieras de sus miembros a través de la realización de actividades características de las entidades de crédito (Cots , 2016).

➤ **Organigrama:**

El organigrama de la Cooperativa de Crédito y Ahorro Señor de los Milagros lo podemos ubicar en el (ANEXO 04) donde se determina la división estructural y funcionalidad del objeto de estudio.

➤ **Actividad económica de la cooperativa:**

Conlleva en oferta financiamiento a sus asociados de la ciudad de Ambo, Huánuco, también es interesante saber que las Cooperativas a nivel nacional registran más del 41% en participaciones en el sector, es una institución con un porcentaje considerable del mercado financiera que abarca un 11.5 % del total del mercado bancario del Perú.

➤ **Productos de la cooperativa:**

**1. Ahorros:**

Se orientan a sus asociados, con bajo interés y de fácil disposición de su efectivo, para cualquier necesidad futura. Por otra parte, está orientada a personales específicos que poseen un deseo de ahorro a cero intereses, ¿Puedo tener préstamos sin ser Socio? las cooperativas solo trabajan con sus socios, por ello

necesariamente deben inscribirse como socio, para obtener todos los beneficios y ¿Qué debo tener en cuenta? todo socio debe realizar sus aportes mensuales, cuanto más aporte y más antigüedad, mayores son los beneficios como acceso a préstamos.

## **2. Préstamos:**

**Prestamito solidario:** Dirigido a todos los socios de nuestra institución, que se, encuentre entre los años 20 a 65, que pretenden regularizar deudas pendientes (servicios), diversos pagos ocasionados por la pandemia, otorgando crédito de manera rápida, ágil y sin muchos trámites todo esto lo pueden lograr mediante este crédito (Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de los Milagros Atacocha, 2022).

**Préstamo a sola firma:** Son créditos de atención en seguida, su límite de este préstamo es de 90% de lo que tiene en la institución. Para el cual se requiere; copia de DNI y ultima comprobante de pago y/o declaración jurada de entradas económicas (Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de los Milagros Atacocha, 2022).

**Prestamito:** Son créditos cubiertos con cuotas de asociados, se concede seguidamente, con un límite de S/. 1,500.00 en coherencia al requerimiento y disposición del socio (Hasta un 90% de sus aportaciones. Requisitos: copia de DNI en físico.

**Préstamo de consumo:** Crédito dirigido a todos los socios durante todo el año, se concede para gastos familiares, educación, salud, viaje, compra de artefactos, equipar su casa; y otros requerimientos del socio. Para el cual necesita presentar el asociado; copia de DNI y cónyuge, tres últimos CP y recibo de luz (Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de los Milagros Atacocha, 2022).

### **3. Los seguros**

Son requeridos u ofertados en cualquier momento o acompañados del crédito que el socio requiere. Para el cual existen diferentes maneras de cobertura previsión social, es un servicio obligatorio que consiste en brindar apoyo a los socios titulares y beneficiarios por fallecimiento o sea declarado por invalidez total o permanente por accidente o enfermedad, y para este beneficio se abona el 2% del seguro al instante de obtener el crédito (Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de los Milagros Atacocha, 2022).

#### **2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES**

- 1. Cooperativas:** Se trata de organizaciones compuestas por personas que persiguen objetivos sociales y no tienen fines de lucro. Estas entidades son autogestionadas de manera democrática por sus miembros, quienes unen sus contribuciones económicas, su fuerza laboral y su capacidad para producir y ofrecer servicios, con el fin de satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales, mediante una institución administrada de forma colectiva (Landazabal y Fagaoza, 2006).
- 2. Confiabilidad:** implica la habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio prometido de forma adecuada y constante (Landazabal y Fagaoza, 2006).
- 3. Garantía:** Este es el conocimiento y la atención que los empleados muestran el servicio que brindan, además de su capacidad para inspirar confianza y confiabilidad. En algunos servicios, la seguridad refleja la sensación de que el cliente está protegido en sus actividades y/o transacciones que hace utilizando el servicio (Landazabal y Fagaoza, 2006).
- 4. La calidad de servicio:** también consta de las siguientes características que debe brindar confianza, seguridad, una atención amable, con una

réplica inmediata, y un mensaje asertivo y traslucido que posibilite la satisfacción del usuario o administrado (Amstrong y Kotler, 2012).

5. **Crédito:** es un acuerdo entre un prestamista y un prestatario en el que se otorga una suma de dinero o bienes en préstamo, con la promesa de ser devuelto en el futuro, generalmente con intereses (Ramírez, 2023).
6. **Cuenta:** es un registro individual de las transacciones financieras relacionadas con una persona, empresa o entidad. Las cuentas se utilizan para rastrear ingresos, gastos, activos, pasivos y otros elementos financieros, y son fundamentales para la contabilidad y la gestión financiera (Martínez, 2023).
7. **Ahorro:** es la acción de reservar una parte de los ingresos presentes para su uso futuro. Implica guardar dinero en lugar de gastarlo inmediatamente, con el objetivo de acumular recursos que puedan utilizarse en emergencias, inversiones, o gastos futuros (Hernández, 2023).
8. **Proceso de colocación (crédito):** genera colocación de divisas, efectivo mediante el cual permite que circule y por consecuente fomenta el desarrollo de una economía, es decir, la cooperativa crea una nueva moneda para el capital a través de la captación y, con estos recursos, se otorgan créditos a otros asociados, instituciones u organizaciones que los soliciten. Por el préstamo de dinero en su favor para la cooperativa se desarrolla intereses y comisiones (Chele, 2019).
9. **Socio:** proveniente del latín socius, socio es la persona que se asocia a otro para crear algo en grupo o sociedad. Las personas que se agrupan con una meta en común y crean una sociedad (Definición, 2022).

## 2.4. VARIABLES

### 2.4.1. VARIABLE

#### CALIDAD DE SERVICIO

**Dimensiones.**

- Elementos tangibles
- Capacidad de respuesta
- Seguridad
- Fiabilidad
- Empatía

## 2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES
<b>VARIABLE</b> Calidad de servicio	Elementos tangibles	Personal
		Equipos tecnológicos
	Capacidad de respuesta	Zona de recepción
		Material informativo
		Amabilidad
		Apoyo
	Seguridad	Compromiso
		Confianza
		Información
	Fiabilidad	Respeto a la privacidad
Trámites		
Atención en orden		
Trato		
Atención igualitaria		
Atención rápida		
Solución de problemas		
Horario de atención		
Empatía	Paciencia	
	Atención individualizada al socio	
		Personal empático

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

La investigación realizada es de carácter aplicada y se basa en los hallazgos de estudios básicos en el ámbito de las ciencias sociales. Se identifican problemas y se establecen objetivos. El objetivo principal radica en la utilización de conocimientos previos con un enfoque hacia la universalización (Ñaupas et al., 2018).

##### **3.1.1. ENFOQUE**

Este enfoque se clasificó como cuantitativo porque facilitó la estimación de las necesidades y la evaluación de volúmenes de disyuntivas en un análisis. Se indagó sobre la frecuencia y la proporción de eventos, que se obtienen y analizan estadísticamente (Hernández y Mendoza, 2023).

##### **3.1.2. ALCANCE O NIVEL**

Es de naturaleza descriptiva porque describe propiedades y características relevantes de un fenómeno analizado, así como las características significativas de un grupo poblacional (Hernández y Mendoza, 2023).

##### **3.1.3. DISEÑO**

Según Hernández y Mendoza (2023), el diseño de la investigación fue no experimental debido a que no se manipularon ninguna variable de investigación; asimismo de tipo transversal porque se utilizó una sola vez la técnica de recolección de datos y con los resultados se determinó la calidad de del servicio percibido por los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de Los Milagros sede Ambo.

## **3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **3.2.1. POBLACIÓN**

Es la totalidad de individuos que tienen en común similares peculiaridades con el proyecto estudiado, por esta razón para el estudio se consideró a los asociados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de los Milagros (CACSM), Ambo 2023 (Hernández y Mendoza, 2023).

La población estuvo conformada por los 267 socios, dato obtenido del registro de socios de la CACSM, Ambo 2023 (ANEXO 3).

### **3.2.2. MUESTRA**

La muestra se refiere a un subgrupo de la población del que se obtiene información, el cual debe ser representativo para poder generalizar los resultados. Por lo tanto, es esencial definir la unidad de muestreo. Para constituir la muestra, se utilizó la lista de socios de la cooperativa, en relación con la distribución de la institución que determina el nivel jerárquico dentro de la misma (Hernández y Mendoza, 2023).

#### **MUESTRA PROBABILISTA**

Un subgrupo de la población fue seleccionado de manera que todos los individuos tuvieran la misma probabilidad de ser elegidos, considerando las características de la población y la proporción de la muestra (Hernández y Mendoza, 2023).

Para establecer la muestra se partió del total de asociados denominado población que estuvo conformado por los 267 socios (ANEXO 3), dato obtenido del registro de socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de los Milagros, Ambo 2023.

$$n = \frac{\frac{z^2 xp(1-p)}{e^2}}{1 + \frac{z^2 xp(1-p)}{e^2 N}}$$

**Donde:**

N: 267 Población

Z :1.96 Nivel de confianza

p: 0.5 Proporción estimada

q: 0.5 Probabilidad desfavorable

e: 0.5 Error

Reemplazando en la fórmula:

$$n = \frac{\frac{(1.96)^2 * (0.5)(1 - 0.5)}{0.5^2}}{1 + \frac{(1.96)^2 * (0.5)(1 - 0.5)}{(0.5^2)(267)}}$$

$$n = 158$$

En consecuencia, la muestra estuvo constituido por 158 socios de la COOPAC Señor de los Milagros, correspondiente al año 2023.

### **3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

#### **3.3.1. PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS**

Dado que se trata de una investigación de carácter descriptivo, se emplearon técnicas estadísticas de tipo descriptivo, como las encuestas y la aplicación del instrumento (cuestionario) de investigación en la que se procedió al análisis de los datos provenientes.

#### **3.3.2. PARA LA PRESENTACIÓN DE DATOS**

Los datos se presentan a través de tablas de distribución de frecuencias y gráficos estadísticos, donde se reflejan las percepciones de los socios en relación con cada una de las dimensiones.

### **3.3.3. PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS**

Se utilizó el software estadístico SPSS versión 25 para analizar los datos obtenidos de las encuestas. Posteriormente, estos datos se presentaron en tablas y figuras estadísticas con el fin de facilitar su comprensión y calcular la relación entre las categorías, considerando los objetivos del estudio (Supo y Zacarías, 2024).

## CAPITULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1. PROCESAMIENTOS DE DATOS

##### 4.1.1. RESUMEN DE ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS DE LA COOPAC “SEÑOR DE LOS MILAGROS”

**Tabla 1**

*Resumen de estadística descriptiva*

DIMENSIÓN	INDICADORES	Muy desacuerdo		En desacuerdo		Neutral		De acuerdo		Muy de acuerdo	
		Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%
Elementos tangibles	Personal	0	0	8	5	18	11	81	51	51	32
	Equipos tecnológicos	0	0	12	8	26	17	64	41	56	3
	Zona de recepción	0	0	12	8	22	14	61	39	63	40
	Material informativo	0	0	12	8	19	12	71	45	56	35
Capacidad de respuesta	Amabilidad	0	0	7	4	26	17	72	46	54	34
	Apoyo	0	0	8	5	17	11	72	46	61	39
		0	0	14	9	24	15	60	38	60	38
	Compromiso	0	0	5	3	21	13	72	46	60	38
Seguridad	Confianza	0	0	12	8	16	10	78	49	52	33
	Información	0	0	2	1	20	13	82	52	54	34
	Respeto a la privacidad	0	0	0	0	19	12	69	44	70	44
	Trámites	0	0	15	10	21	13	59	37	63	40
		0	0	0	0	14	9	78	49	66	42

Fiabilidad	Atención en orden	2	1	10	6	14	9	77	49	55	35
	Trato	0	0	3	2	15	10	86	54	54	34
	Atención igualitaria	0	0	9	6	19	12	69	44	61	39
	Atención rápida	0	0	2	1	2	1	90	57	64	41
	Solución de problemas	17	11	0	0	0	0	95	60	46	30
Empatía	Horario de atención	0	0	6	4	16	10	65	41	71	45
	Paciencia	0	0	7	4	17	11	70	44	64	41
	Atención individualizada al socio	0	0	2	1	18	11	99	63	39	26
	Personal empático	0	0	12	8	10	6	76	48	60	38

Nota. La Tabla muestra información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los socios de la COOPAC Señor de los Milagros.

## INTERPRETACIÓN

Luego de la aplicación del cuestionario a los 158 socios de la cooperativa de ahorro y crédito “Señor de los Milagros”, los hallazgos respecto con la conformidad de la percepción de los asociados por dimensión e indicadores, se muestra que la dimensión de los elementos tangibles con mayor aceptación es el indicador del personal con 81 socios que representan el 51% de la muestra en la que manifestaron estar de acuerdo en comparación con los demás indicadores; con respecto a la dimensión de la capacidad de respuesta con mayor aceptación y evidenciado con los hallazgos son los indicadores de la amabilidad, el apoyo y el compromiso con 72 asociados que representan el 46% del total de la muestra en referencia a la capacidad de respuesta del personal de la cooperativa; por otra parte con respecto a la dimensión de la seguridad se evidenció aceptación considerable con respecto al indicador información con 82 socios que representan en términos porcentuales en un 52% de la

muestra, demostrando que la información es clara porque facilitó conocer los trámites y solicitudes en la COOPAC; así mismo con respecto a la dimensión de la fiabilidad se puede evidenciar que 95 socios que representa un 60% de la muestra, quedaron satisfechos porque se les dio solución a sus problemas; y finalmente con la dimensión de la empatía se confirma que 99 socios que representa un 63% del total reciben una atención individualizada en la entidad.

#### 4.1.2. NIVEL DE PERCEPCIÓN DE LAS DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO

**Tabla 2**

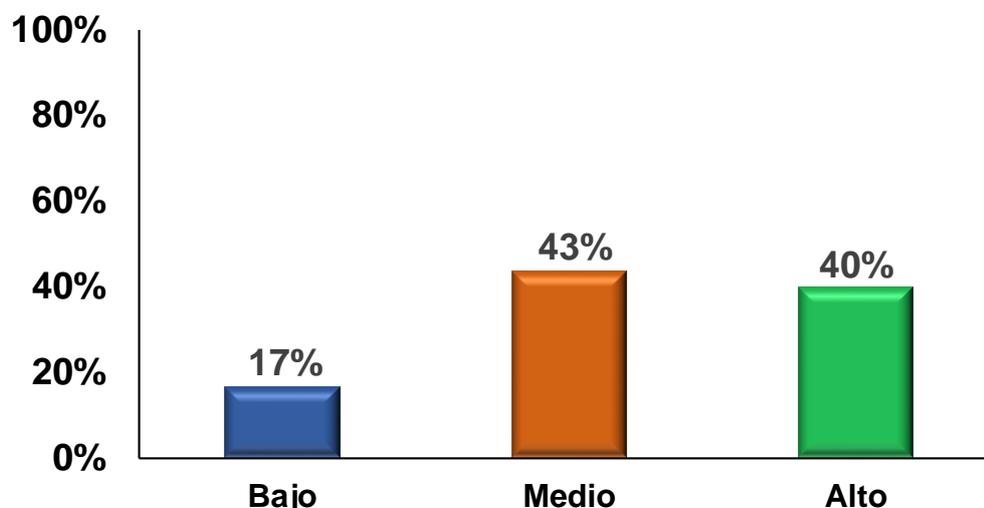
*Resultado del nivel de percepción de los elementos tangibles*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	26	17%
	Medio	69	43%
	Alto	63	40%
	<b>Total</b>	<b>158</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* La Tabla muestra información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los socios.

**Figura 1**

*Resultado del nivel de percepción de los elementos tangibles*



*Nota.* La figura muestra el nivel de percepción de los elementos tangibles de los socios en la COOPAC Señor de los Milagros. Fuente: Cronin y Taylor (1992).

#### INTERPRETACIÓN

Luego de la aplicación del cuestionario a los 158 socios de la Cooperativa de ahorro y crédito “Señor de los Milagros”, los resultados sobre el nivel de percepción para la dimensión de los elementos tangibles indican que: 63 socios que representan el 40% de la muestra manifestaron un nivel alto de percepción, mientras 69 socios que representan el 43% de la muestra demuestran un nivel medio de percepción y finalmente 26 socios que representan el 17% del total,

manifiestan un nivel bajo de percepción y afirman que están insatisfechos.

De la tabla 2 y figura 1, se interpreta que 63 socios calificaron como nivel alto de percepción y 69 socios estimaron un nivel medio con respecto a la muestra. Tienen una visión favorable respecto a los indicadores que reflejan la capacitación del personal, la modernidad del equipo tecnológico, la idoneidad de la zona de recepción y la eficacia del material informativo, lo cual facilita un servicio eficiente en las solicitudes de crédito y en la apertura de cuentas de ahorro para los asociados. Además, la apariencia del local se alinea con los tipos de servicios que ofrece la cooperativa. La propuesta de decoración, mobiliario e infraestructura ha sido aceptada por los socios, el ambiente es acogedor y se destaca por el orden, la limpieza y la amabilidad del personal.

**Tabla 3**

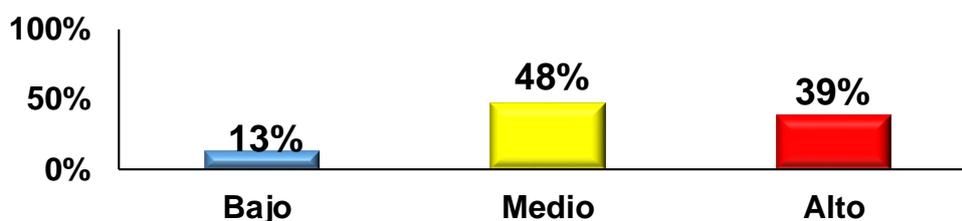
*Nivel de percepción de la capacidad de respuesta*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	21	13%
	Medio	75	48%
	Alto	62	39%
<b>Total</b>		<b>158</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* La Tabla muestra información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los socios.

**Figura 2**

*Nivel de percepción de la capacidad de respuesta*



*Nota.* La figura muestra el nivel de percepción de la capacidad de respuesta de los socios en la COOPAC Señor de los Milagros. Fuente: Cronin y Taylor (1992).

## INTERPRETACIÓN

Luego de la aplicación del cuestionario a los 158 socios de la Cooperativa de ahorro y crédito “Señor de los Milagros”, los resultados sobre el nivel de percepción para la dimensión de la capacidad de respuesta indican que: 62 socios que representan el 39% de la muestra manifestaron un nivel alto de percepción, mientras que 75 socios que representan el 48% de la muestra tienen un nivel medio de percepción y finalmente 21 socios que representan el 13% del total, estimaron un nivel bajo de percepción con respecto a la capacidad de respuesta de los trabajadores hacía los socios cuando fueron atendidos.

De la tabla 3 y figura 2, se interpreta que 62 socios calificaron con nivel alto percepción y 75 socios estimaron un nivel medio con respecto a la muestra. Los trabajadores tienen una visión favorable respecto a los indicadores de amabilidad, apoyo y compromiso. La capacidad de respuesta del personal se alinea con los servicios que ofrece la cooperativa, como la apertura de cuentas de ahorro y crédito. Esta dimensión evalúa el grado en que se satisfacen las necesidades y demandas de los socios. En conclusión, los empleados están adecuadamente formados, ya que son elementos clave para el éxito de la cooperativa.

**Tabla 4**

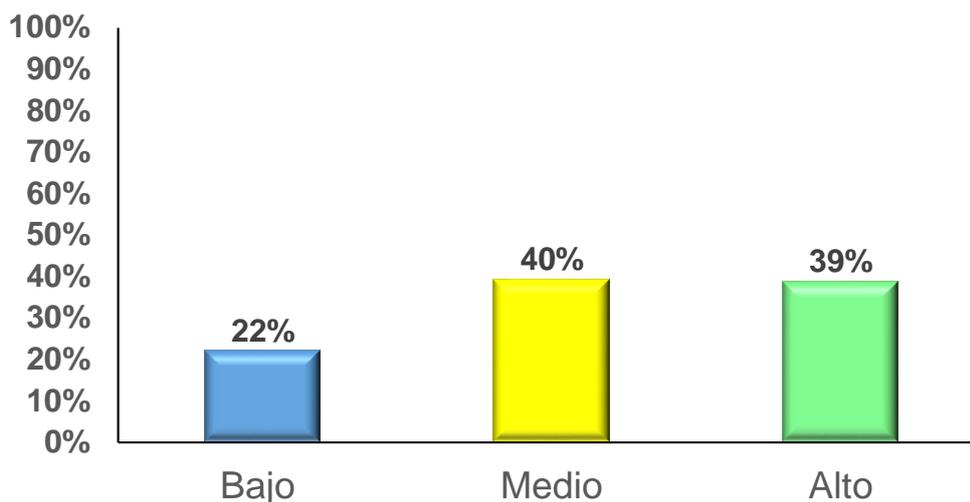
*Nivel de percepción de la seguridad*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	35	22%
	Medio	62	40%
	Alto	61	39%
<b>Total</b>		<b>158</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* La Tabla muestra información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los socios.

**Figura 3**

*Nivel de percepción de la seguridad*



*Nota.* La figura muestra el nivel de percepción de la seguridad de los socios en la COOPAC Señor de los Milagros. Fuente: Cronin y Taylor (1992).

### **INTERPRETACIÓN**

Luego de la aplicación del cuestionario a los 158 socios de la Cooperativa de ahorro y crédito “Señor de los Milagros”, los resultados sobre el nivel de percepción para la dimensión de la seguridad indican que: 61 socios que representan el 39% de la muestra manifestaron un nivel alto de percepción con respecto a la seguridad que demuestran los trabajadores de la cooperativa, mientras que 62 socios que representan el 40% de la muestra tienen un nivel medio de percepción y finalmente 35 socios que representan el 22% de la muestra, estimaron un nivel bajo de percepción con respecto a la seguridad que inspiran los trabajadores hacia los socios cuando fueron atendidos.

De la tabla 4 y figura 3, se interpreta que 61 socios calificaron como nivel alto de percepción y 62 socios estimaron un nivel medio con respecto a la muestra. Tienen una percepción media sobre los indicadores porque el personal brinda la información de los trámites siempre respetando la privacidad del socio y existe confianza (socio – cooperativa); se puede apreciar que esta dimensión mide el nivel de seguridad que atribuyen los socios a los trabajadores en atención a las solicitudes de créditos, requerimientos de apertura de cuentas de ahorro,

además el personal considera el concepto de una atención que respete la privacidad de los asociados y el área administrativa apoya en la solución de problemas que garantice una percepción adecuada de la seguridad en la prestación del servicio.

**Tabla 5**

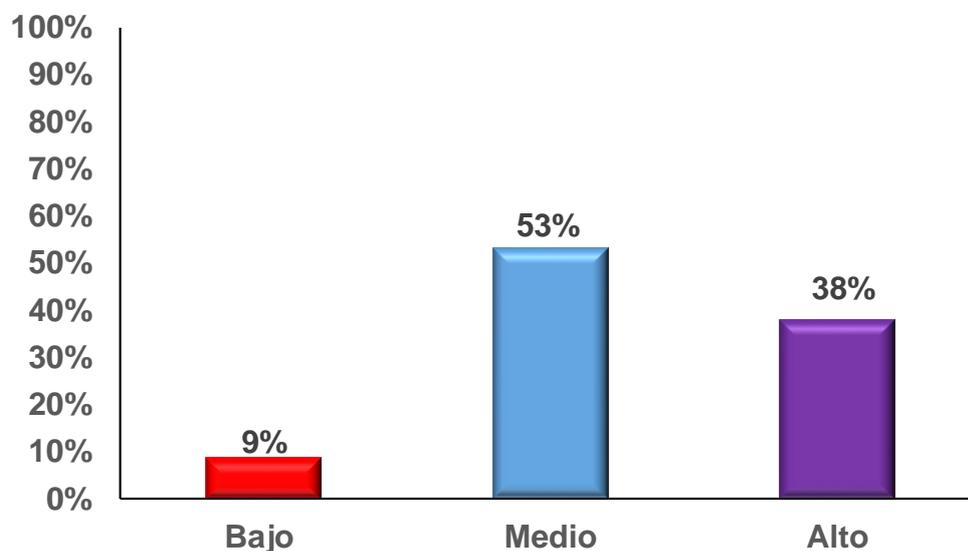
*Nivel de percepción de la fiabilidad*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	14	9%
	Medio	84	53%
	Alto	60	38%
<b>Total</b>		<b>158</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* La Tabla muestra información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los socios.

**Figura 4**

*Nivel de percepción de la fiabilidad*



*Nota.* La figura muestra el nivel de percepción de la seguridad de los socios en la COOPAC Señor de los Milagros. Fuente: Cronin y Taylor (1992).

## INTERPRETACIÓN

Luego de la aplicación del cuestionario a los 158 socios de la Cooperativa de ahorro y crédito “Señor de los Milagros”, los resultados sobre el nivel de percepción para la dimensión de la fiabilidad indican que: 60 socios que representa el 38% de la muestra manifestaron un nivel alto de percepción con respecto a la fiabilidad que demuestran los

trabajadores de la cooperativa, mientras que 84 socios que representan el 53% de la muestra tienen un nivel medio de percepción y finalmente 14 socios que representan el 9%, estimaron un nivel bajo de percepción de la fiabilidad por parte de los trabajadores hacia los socios cuando fueron atendidos.

De la tabla 5 y figura 4, se interpreta que 60 socios calificaron como nivel alto de percepción y 84 socios estimaron un nivel medio con respecto a la muestra. Tienen una percepción media sobre los indicadores de la atención en orden, el trato, la atención igualitaria y rápida por los trabajadores y la solución de problemas; se puede apreciar que esta dimensión mide el nivel de la fiabilidad en la forma y exactitud en la atención de las solicitudes de crédito, aperturas de cuentas de ahorros de los socios, además el personal considera que la atención igualitaria respete el orden de llegada de los asociados y que la atención sea rápida a las solicitudes y el apoyo para la solución de problemas que garantice una percepción adecuada de la fiabilidad en la prestación del servicio.

**Tabla 6**

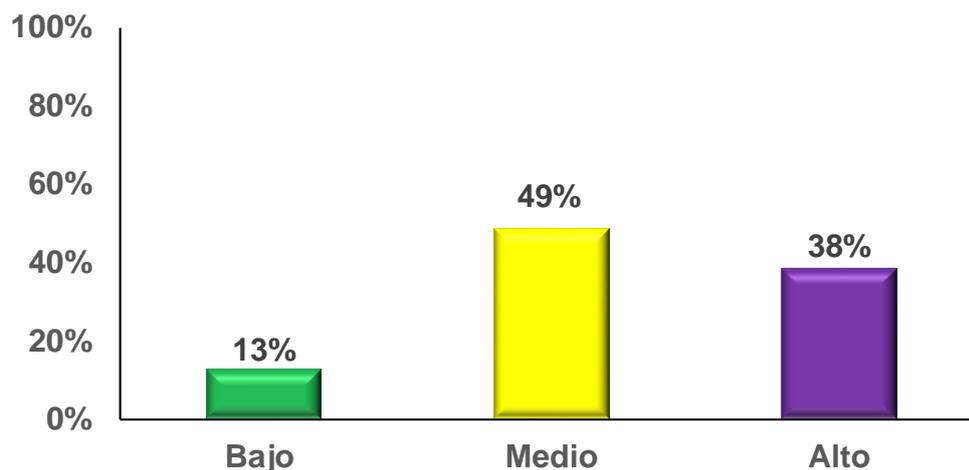
Nivel de percepción de la empatía

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	20	13%
	Medio	77	49%
	Alto	61	38%
<b>Total</b>		<b>158</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* La Tabla muestra información recolectada tras la aplicación de la encuesta a los socios.

**Figura 5**

*Nivel de percepción de la empatía*



*Nota.* La figura muestra el nivel de percepción de la seguridad de los socios en la COOPAC Señor de los Milagros. Fuente: Cronin y Taylor (1992).

## **INTERPRETACIÓN**

Luego de la aplicación del cuestionario a los 158 socios de la Cooperativa de ahorro y crédito “Señor de los Milagros”, los resultados sobre el nivel de percepción para la dimensión empatía indican que: 61 socios que representa el 38% de la muestra manifestaron un nivel alto de percepción con respecto a la empatía que demuestran los trabajadores de la cooperativa, mientras que 77 socios que representan el 49% de la muestra tienen un nivel medio de percepción y finalmente 20 socios que representan el 13% del total, estimaron un nivel bajo de percepción de la empatía por parte de los trabajadores hacia los socios cuando fueron atendidos.

De la tabla 6 y figura 5, se interpreta que 61 socios calificaron como nivel alto de percepción y 77 socios estimaron un nivel medio con respecto a la muestra. Tienen una percepción media sobre los indicadores de la paciencia, el personal empático y la atención individualizada al socio, por otra parte, se cuenta con un horario empático, la atención es igualitario por parte de los trabajadores a los socios en las solicitudes de apertura de cuentas de ahorros y

requerimientos de créditos, y el personal es empático porque brinda el apoyo en la solución de solución de problemas para una percepción adecuada de la fiabilidad en la prestación del servicio.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 5.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En la tabla 2 se evidencia una percepción media de los elementos tangibles con respecto al servicio brindado al asociado a partir de contar con un personal capacitado, el equipo tecnológico aceptable, la zona de recepción es la adecuada y el material informativo permite un servicio rápido y eficiente en las solicitudes de crédito o aperturas de cuentas de ahorro. La propuesta de decoración, mobiliario e infraestructura ha sido bien recibida por los socios, ya que representa comodidad. El ambiente es cálido y se destaca por su orden, limpieza y la amabilidad del personal. Contrastando con los resultados de Abril y Tocktaguano (2023) sobre la calidad de servicio a los clientes en el complejo turístico Agualuna en el año 2023, de la provincia de Latacunga de Ecuador, deidenciando que el mobiliario del complejo arqueológico es un factor relevante para la satisfacción del cliente, debido a que el ambiente o atmósfera donde se brinda el servicio incide en la calificación final del servicio, determinado por el aspecto físico (como la disposición de los espacios, la iluminación, el ruido), sociales (relaciones entre compañeros, comunicación) y organizacionales (políticas de la empresa, cultura corporativa), un ambiente de trabajo positivo puede aumentar la productividad y la satisfacción del empleado. Esta conclusión coincide con los resultados hallados en el estudio del complejo arqueológico, en el cual se evidenció que es un factor relevante el ambiente laboral para lograr la satisfacción de los clientes, en especial de una empresa del rubro turístico.

En la tabla 3 se muestra una percepción media sobre la capacidad de respuesta los trabajadores frente a las solicitudes de los asociados, es decir cuando prometen algo lo cumplen en un plazo aceptable reduciendo el tiempo de espera entre solicitudes y el servicio es aceptable; así mismo cuando surgieron problemas el personal mostró un compromiso para resolverlos y se evidenció que la cooperativa es confiable. Al respecto al estudio realizado por Molina y Pilatasig (2020) sobre la calidad de servicio recibida por los clientes

externos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Uniblock y Servicios Ltda. de la ciudad de Latacunga, deduciendo que la capacidad de respuesta que tiene los trabajadores es eficiente respecto al servicio y las promesas de los trabajadores se cumplen en un plazo aceptable, este es un factor esencial y muy valorado por los clientes en el servicio final, según al estudio desarrollado.

En la tabla 4 se muestra una percepción media sobre la seguridad prestada en la cooperativa respecto a las solicitudes de los asociados, evidenciado con la confianza, la custodia, la información brindada del asociado que se encuentra con hermetismo y se realiza los trámites conforme a lo expuesto en la prestación del servicio recibido; los empleados han demostrado eficiencia en las operaciones de la empresa, debido a que recibieron instrucciones y estrategias para atender a los socios de forma amable y cordial. También se demuestra que el área administrativa brinda el apoyo para resolver problemas y trabajar en equipo. Al respecto Pisfil y Martínez (2021) en su estudio de tesis denominado calidad de servicio y la satisfacción del socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tiempos Nuevos LTDA, 2020, evidenció que la dimensión de seguridad y la categoría satisfacción del asociado se encuentran relacionados con la percepción y la confianza, los asociados tienen mucha expectativa que la Cooperativa mejore el tiempo de espera de las solicitudes y por otra parte manifiestan que los socios son leales a la Cooperativa afirmando que sí regresarían y lo recomendarían porque recibieron un trato individualizado y muy cordial.

En la tabla 5 se muestra una percepción media de la fiabilidad con respecto a la atención en orden, un trato agradable, una atención igualitaria y rápida y con la solución de problemas por parte de los trabajadores que, cuando surgen problemas dentro los horarios de atención el personal muestra interés en resolver el contratiempo en el menor tiempo posible y el servicio es aceptable. Como se demuestra con la tesis realizada por Ugarte (2021) sobre la calidad de servicio según los factores demográficos de los clientes de un restaurante en la provincia de Huancayo, se dedujo que la fiabilidad es interpretada como la confianza del consumidor en la calidad del servicio y el compromiso del personal un factor importante para los clientes. Lograr la

satisfacción de los clientes es cuando el trabajador comprende todos los procesos de la institución y se evidencia que es coherente con los hallazgos del estudio.

En la tabla 6 se muestra una percepción media de empatía como el equipo muestra una actitud paciente y empática, ofreciendo una atención personalizada a cada socio y respetando los horarios establecidos, lo que evidencia su compromiso en la resolución de problemas. Se han observado resultados favorables en cuanto a la atención individualizada que brindan los empleados, quienes comprenden las necesidades de los asociados y buscan mejorar la calidad del servicio, adaptando los horarios laborales a las demandas de los socios. Los resultados de esta dimensión analizan el nivel de empatía, lo que implica que el personal se preocupa por las necesidades de sus socios y se esfuerza por atenderlas. Esta dimensión es especialmente delicada, ya que su elemento fundamental son las emociones de los empleados en relación al asociado. Contrastando con el estudio realizado por Carlos (2020) sobre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la C.A.C Tocache LTDA, 2018, en el cual se dedujo que la empatía es un elemento esencial para lograr la satisfacción de las necesidades de los asociados, debido a que permite situarse en el lugar de socio y comprenderlo, por lo que representa un porcentaje alto en la satisfacción, tal deducción es consistente con los resultados hallados en el estudio, por lo que se puede afirmar que la empatía hacia los socios es positiva, debido a que es una clave para la competitividad y rentabilidad de las cooperativas.

## CONCLUSIONES

1. Se determinó la percepción de la calidad de servicio en la Cooperativa Señor de los Milagros de Ambo y a partir de los resultados alcanzados de sus dimensiones como; de los elementos tangibles es bajo con un 17%, medio con un 43% y es alto con un 40% según la tabla 2; con respecto a la capacidad de respuesta es bajo con un 13%, medio con un 48% y alto en un 39%; de igual manera con respecto a la seguridad es bajo con un 22%, medio con un 40% y es alto con un 39%; con respecto a la fiabilidad es bajo con un 9%, medio con un 53% y alto es con un 38%; finalmente con respecto a la dimensión empatía es bajo con un 13%, medio con un 49%, y es alto con un 38%.
2. Con respecto a los elementos tangibles se determinó que existe una percepción media como se muestra en la tabla 2, y según la tabla 1 los socios valoran con respecto a la zona de recepción un 39% de los encuestados respondieron estar de acuerdo que es adecuado; así mismo respecto a los equipos tecnológicos un 41% respondieron estar de acuerdo que tienen aspectos cómodos y atractivos; de igual manera respecto al material informativo un 45% sostuvieron que la información proporcionada por la COOPAC fue informativo; y finalmente respecto al personal un 51% respondieron que el personal de la cooperativa se encuentra capacitado para la atención.
3. Con respecto a la capacidad de respuesta se determinó que existe una percepción media como se demuestra en la tabla 3 y según la tabla 1 los socios valoran, con respecto al apoyo en promedio un 42% de los encuestados respondieron estar de acuerdo que el personal esta predispuesto en apoyar y de manera oportuna e informativo; de igual manera con respecto al compromiso un 46% contestaron estar de acuerdo que se demuestra en el servicio brindado; finalmente respecto a la amabilidad un 46% respondieron estar de acuerdo que el servicio brinda por el personal fue amable.

4. Con respecto a la seguridad se determinó que existe una percepción media como se muestra en la tabla 4, y según la tabla 1 los socios valoran con respecto al trámite en promedio un 43% de los encuestados respondieron que el personal facilita la realización de sus trámites; como también respecto al respeto a la privacidad un 44% contestaron que la cooperativa respeta la privacidad; así mismo con respecto a la confianza un 49% respondieron estar de acuerdo que la cooperativa transmite confianza; y finalmente respecto a la información un 52% argumentaron estar de acuerdo por la información proporcionada en la cooperativa.
5. Con respecto a la fiabilidad se determinó que existe una percepción media como se demuestra en la tabla 5 y según la tabla 1 los socios valoran con respecto a la atención igualitaria un 44% de los encuestados respondieron estar de acuerdo que la atención fue igualitaria; de igual forma respecto a la atención en orden un 49% contestaron estar de acuerdo que la atención se realiza en orden de llegada; así mismo con respecto al trato un 54% contestaron que fue correcto; como también respecto a la atención rápida un 57% contestaron estar de acuerdo que fue oportuno; y finalmente con respecto a la solución de problemas un 60% contesto estar de acuerdo que resolvieron sus dilemas.
6. Con respecto a la empatía se determinó que existe una percepción media como se demuestra en la tabla 6 y según la tabla 1 los socios valoran, con respecto al horario de atención un 41% contestaron que permite realizar sus trámite oportunamente; como también con respecto a la paciencia un 44% contestaron que el personal demuestra una atención paciente; de igual manera con respecto al personal empático un 48% de los encuestados respondieron estar de acuerdo que existe empatía entre los trabajadores; finalmente con respecto a la atención individualizada un 63% respondieron estar de acuerdo que los trabajadores brindan atención personalizada.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la cooperativa actualizar los equipos tecnológicos y mejorar el ambiente e infraestructura de la zona de recepción, así como incrementar la cantidad de sillas, reparar ciertas partes del local donde la pintura se ha desgastado con el propósito de maximizar el espacio.
2. Se recomienda a la cooperativa seguir capacitando al personal para mejorar la atención a los socios en las solicitudes de créditos y aperturas de ahorros a fin de incrementar el número de asociados en la cooperativa.
3. Se recomienda a la cooperativa mejorar las habilidades blandas de sus trabajadores para dar mayor claridad a las consultas por parte de los asociados y dar facilidades a través de formatos para que sean fáciles de tramitar las solicitudes de ahorro y créditos.
4. Se recomienda a la cooperativa seguir capacitando a los trabajadores para dar solución a los problemas que presentan los asociados y de esta manera satisfacer sus necesidades en un tiempo no muy prolongado.
5. Se recomienda a la cooperativa capacitar al personal en atención personalizada e interpretar los gestos e idioma de los socios al ser una ciudad que prevalece el idioma del castellano y el quechua. Todo ello se debe porque los socios de la cooperativa son agricultores y comerciantes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abril, A. (2023). *Percepción de la calidad del servicio a los clientes del complejo turístico Agualuna en el año 2023* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Cotopaxi]. Repositorio Institucional UTC. <https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/e73e1071-da2a-4c29-a6ff-734416d12392/content>.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación; Introducción a la metodología científica*. (6.ª ed). Editorial Episteme.
- Blas, J. y Cabrera, L. (2019). *El modelo SERVPERF herramienta para medir la calidad de servicio en una Empresa de Transporte Público urbano de Lima Norte en el año 2017* [Tesis de pregrado]. Repositorio Institucional UPN. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/15187/Blas%20Li%20Janet%20Caroline.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Carlos, R. (2020). *La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tocache LTDA - 2018* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuo]. Repositorio Institucional UDH. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UDHR\\_3d6928edea48510319a7fd5368ff21a4](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UDHR_3d6928edea48510319a7fd5368ff21a4).
- Clemenza, C., Gotera, A. , & Araujo, R. (2010). Calidad de los servicios prestados por el servicio autónomo municipal de administración tributaria. *Revista venezolana de gerencia*15, 22-34.
- Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de los Milagros Atacocha Ltda. 487. (2022, junio 9). *¿Quiénes somos?* Obtenido de *¿Quiénes somos?*: <https://www.coopsrdelosmilagros.com/index.php/nosotros/quienes-somos>
- Cooperativa de Ahorro y Creditos Señor de los Milagros. (2022, junio 9). *¿Quiénes Somos?* Obtenido de *¿Quiénes Somos?*: <https://coopsrdelosmilagros.com/index.php/nosotros>
- Cots , P. (2016). *¿Como funciona una cooperativa de ahorro y crédito? ¿Como funciona una cooperativa de ahorro y crédito?*, págs.

<https://www.rankia.cl/blog/mejores-depositos-a-plazo/3352616-como-funciona-cooperativa-ahorro-credito>.

- Crispín, L. (2019). *Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de los Bancos Privados de la ciudad de Huánuco 2019* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <http://repositorio.udh.edu.pe/handle/123456789/2275>
- Cronin, A., y Taylor, A. (1992). *Medición de la calidad de servicio: Una reexaminación y extensión*.
- Dávila, M., Coronado, J. , y Cerecer, B. (2012). Las dimensiones de la calidad del servicio . *Revista de gerencia y administración*, 18-32.
- Definición. (2022). *Definición de socio*. Obtenido de Definición de socio: <https://definicion.de/socio/>
- Diario Ahora. (2023, febrero 28). *Negligencia e irresponsabilidad en la Cooperativa San Francisco*. DIARIO AHORA. <https://ahora.com.pe/negligencia-e-irresponsabilidad-en-cooperativa-san-francisco/>
- Díaz, M. (2023). *La gestión de la información en la era digital*. Editorial Informática. <https://www.editorialinformatica.com/gestion-informacion>
- Fernández, C. (2023). *Gestión de trámites y procedimientos administrativos en el ámbito público y privado*. Editorial Jurídica. <https://www.editorialjuridica.com/gestion-tramites>
- Gaffar, A., Pervin, R., y Shahed, M. (2018). Understanding the Service Quality and Customer Satisfaction of Mobile Banking in Bangladesh: Using a Structural Equation Model. *Global Business Review*, 1-17.
- González, P. (2023). *La confianza en las relaciones interpersonales y su impacto en el desarrollo organizacional*. Editorial Psicológica. <https://www.editorialpsicologica.com/confianza-relaciones>
- Gutiérrez, A. (2007). *Auditoría un enfoque práctico* . Madrid: Paraninfo.
- Hernández, R., y Mendoza, P. (2023). Metodología de la investigación; las rutas cuantitativas, cualitativas y mixta. (2.ª ed.) Mc Graw Hill.
- Hernández, J. (2023). *El arte del ahorro: Estrategias y beneficios financieros*. Editorial Económica. <https://www.editorialeconomica.com/arte-del-ahorro>

- Izquierdo, J. (2021). LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA. *Revista Horizonte Empresarial*, 426.
- López, R. (2023). *Avances en equipos tecnológicos y su influencia en la productividad*. Editorial Tecnológica Innovadora. <https://www.editorialinnovadora.com/avances-equipos-tecnologicos>
- Manzanas, J. (202, mayo 9). *Las empresas tienen el peor servicio de atención al cliente según la OCU*. OK DIARIO. <https://okdiario.com/curiosidades/estas-empresas-tienen-peor-servicio-atencion-cliente-segun-ocu-12682921>
- Martínez, A. (2023). *Diseño y gestión de zonas de recepción en empresas modernas*. Editorial Arquitectónica. <https://www.editorialarquitectonica.com/disenogestionrepcion>
- Martínez, S. (2023). *Fundamentos de contabilidad y gestión de cuentas*. Editorial Contable. <https://www.editorialcontable.com/fundamentos-cuentas>
- Molina, M. y Pilatsig, T. (2020). *Percepción de la calidad de servicio por los clientes externos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Uniblock y Servicios Ltda. de la ciudad de Latacunga*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Cotopaxi]. Repositorio Institucional UTC. <https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/53712ec7-d967-4ff7-8654-b6da5edcac65/content>
- Mora, K. (2024, enero 18). *Bancos concentran 60% de las quejas reportadas superar a octubre de 2023*. LA REPÚBLICA.CO. <https://www.larepublica.co/finanzas/quejas-a-las-entidades-bacarias-3782740>.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., y Romero, H. (2018). *Metodología de la Investigación*. (5.ª ed.) Ediciones de la U.
- Pérez, J. (2023). *Políticas de privacidad y su importancia en la era digital*. Editorial Jurídica. <https://www.editorialjuridica.com/politicas-privacidad>
- Pisfil, K., y Martínez, M. (2021). *Calidad de servicio y la satisfacción del socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tiempos Nuevos LTDA, 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Insitucional USS. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8668/Pis>

fil%20Guzm%c3%a1n%20de%20Zavala%2c%20Katheryn%20%26%20Mart%c3%adnez%20Olivos%2c%20Mar%c3%ada.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Ramírez, S. (2023). *Principios y prácticas del crédito en la economía moderna*. Editorial Financiera. <https://www.editorialfinanciera.com/credito-economia>
- Rodríguez, L. (2023). *Desarrollo y uso de materiales informativos en la educación moderna*. Editorial Educativa. <https://www.editorialeducativa.com/materiales-informativos>
- Rojas, N. (2021). *Nivel de calidad de servicio según el modelo SERVPERF en la agencia principal del Banco de la ciudad de Abancay* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac]. Repositorio Institucional UNAMBA: [https://repositorio.unamba.edu.pe/bitstream/handle/UNAMBA/1016/T\\_0653.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unamba.edu.pe/bitstream/handle/UNAMBA/1016/T_0653.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Smith, J. (2023). *Gestión del personal en organizaciones modernas*. Editorial Académica. <https://www.editorialacademica.com/gestion-personal>
- Superintendencia de Banca y Seguros (SBS). (2027). *Encuesta Nacional de Demanda de Servicios Financieros y Nivel de Cultura Financiera en el Perú*. SBS. <https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/ESTUDIOS-SOBRE-INCLUSI%C3%93N-FINANCIERA/Informe-de-Resultados.pdf>
- Supo, J., y Zacarías, H. (2024). *Metodología de la Investigación científica; niveles de la investigación*. (4a ed.). Editorial SINCIE.
- Torres, J. y Luna, I.(2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. *Contaduría y Administración*, 62 1270– 1293.
- Ugarte, F. (2021). *Percepción de la calidad de servicio según los factores demográficos de los clientes de un restaurante de la provincia de Huancayo* [Tesis de pregrado, Universidad Continental]. Repositorio Institucional UC. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8756/4/1\\_V\\_FCE\\_318\\_TI\\_Ugarte\\_Orellana\\_2020.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8756/4/1_V_FCE_318_TI_Ugarte_Orellana_2020.pdf).
- Vargas, M. y Aldana de Vega, L. (2014). *Calidad y servicio. Conceptos y Herramientas*. Ecoe Ediciones.

Zeithaml, Parasuraman , y Berry . (1993). *Naturaleza y factores determinantes de las expectativas de los clientes de servicios*. Revista de la Academia de Ciencias de Marketing.

### **COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Camani Romero, L. (2025). *Percepción de la calidad de servicio en la Cooperativa de ahorro y crédito Señor de los Milagros, Ambo 2024* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <http://...>

## **ANEXOS**

## ANEXO 1

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES E INDICADORES		METODOLOGÍA
		VARIABLE Calidad de Servicio		
		DIMENSIONES	INDICADORES	
<b>General</b>	<b>General</b>	Elementos tangibles	Personal Equipos tecnológicos Zona de recepción Material informativo	<b>TIPO:</b> <i>Aplicada.</i>
<b>PG:</b> ¿Cuál es el nivel la percepción de la calidad de servicio en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024?	<b>OG:</b> Determinar el nivel de percepción de la calidad de servicio en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024.	Capacidad de respuesta	Amabilidad Apoyo Compromiso	<b>ENFOQUE:</b> <i>Cuantitativo.</i>
<b>Específicos</b>	<b>Específicos</b>	Seguridad	Confianza Información Respeto a la privacidad Trámites	<b>NIVEL o ALCANCE:</b> <i>Descriptivo</i>
<b>PE1:</b> ¿Cuál es el nivel de percepción de los elementos tangibles en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024?	<b>OE1:</b> Determinar el nivel de percepción de los elementos tangibles en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024.	Fiabilidad	Atención en orden Trato Atención igualitaria Atención rápida	<b>DISEÑO:</b> <i>No experimentales transversales</i>
<b>PE2:</b> ¿Cuál es el nivel de percepción de la capacidad de respuesta en la				<b>POBLACIÓN:</b>

Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024?	<p><b>OE2:</b> Determinar el nivel de percepción de la capacidad de respuesta en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024</p> <p><b>PE3:</b> ¿Cuál es el nivel de percepción de la seguridad en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024?</p> <p><b>PE4:</b> ¿Cuál es el nivel de percepción de la fiabilidad en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024?</p> <p><b>PE5:</b> ¿Cuál es el nivel de percepción de la empatía en la Cooperativa Señor de los Milagros, Ambo 2024?</p>	<p>Solución de problemas</p> <hr/> <p>Horario de atención</p> <hr/> <p>Paciencia</p> <hr/> <p>Atención individualizada al socio</p> <hr/> <p>Empatía</p> <hr/> <p>Personal empático</p>	<p>267 socios de la Cooperativa</p> <p><b>MUESTRA:</b> Muestra probabilística 158 socios de la Cooperativa</p> <p><b>INSTRUMENTOS:</b> - <i>Cuestionario</i> Calidad de servicio</p>
---	--	---	--



## ANEXO 2

### CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO

**Título: “CALIDAD DE SERVICIO EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SEÑOR DE LOS MILAGROS, AMBO 2024”**

**Estimado socio.** Para determinar la calidad de servicio al socio, le invito a responder el presente cuestionario. Sus respuestas son confidenciales y anónimas. Y tienen la finalidad de mejorar la calidad del servicio en la cooperativa.

Variable: **Calidad de servicio.**

#### Percepción del socio

Lea detenidamente e indique la respuesta que considere apropiada:

**1) Muy desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Neutral 4) De acuerdo 5) Muy de acuerdo**

Por favor, marque con una "x" solo una respuesta					
<b>Dimensión: elementos tangibles</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Indicador: <i>Personal</i> 1. ¿El personal de la cooperativa se encuentra capacitado para la atención al asociado?					
Indicador: <i>Equipo tecnológico</i> 2. ¿La cooperativa Señor de los Milagros de sede en Ambo tiene equipos de aspectos modernos y atractivos?					
Indicador: <i>Zona de recepción</i> 3. ¿El estado de zona de recepción que le brinda la cooperativa le parece la adecuada?					
Indicador: <i>Material informativo</i> 4. ¿El equipo tecnológico con la que cuenta la cooperativa permite un servicio rápido y eficiente?					
<b>Dimensión: Capacidad de respuesta</b>					
Indicador: <i>Amabilidad</i> 5. ¿Percibe amabilidad en el servicio que brinda la cooperativa?					
Indicador: <i>Apoyo.</i> 6. ¿El personal de la cooperativa, está dispuesto a ayudar?					
Indicador: <i>Apoyo.</i> 7. ¿El apoyo brindado por personal de la cooperativa fue rápido e informativo?					
Indicador: <i>Compromiso.</i> 8. ¿El compromiso de los trabajadores con la cooperativa se ve reflejado en el servicio que brinda?					
<b>Dimensión: Seguridad</b>					
Indicador: <i>Confianza</i> 9. ¿Los trabajadores de la cooperativa transmiten confianza?					
Indicador: <i>Información</i> 10. ¿Está satisfecho con la información que le brinda el personal?					
Indicador: <i>Respeto a la privacidad</i> 11. ¿En la cooperativa Señor de los Milagros de Ambo se respeta la privacidad del caso?					
Indicador: <i>Trámites.</i> 12. ¿Cada vez que viene un socio, el personal a cargo aclara las dudas que tienen con respecto de un trámite?					

Indicador: <i>Trámites</i> . 13. ¿Está de acuerdo que los trámites que se realiza en la cooperativa son fáciles y poco tediosos?					
<b>Dimensión: Fiabilidad</b>					
Indicador: <i>Atención en orden</i> 14. ¿Cree que la atención al socio se realiza en orden?					
Indicador: <i>Trato</i> . 15. ¿Cree que el trato hacia al socio en la cooperativa es el correcto?					
Indicador: <i>Atención igualitaria</i> . 16. ¿Cree que la atención es igualitaria para todos los socios de la cooperativa?					
Indicador: <i>Atención rápida</i> . 17. ¿La atención rápida de la cooperativa cumple con sus expectativas?					
Indicador: <i>Solución de problemas</i> . 18. ¿Los problemas son resueltos, con una atención rápida?					
<b>Dimensión: Empatía</b>					
Indicador: <i>Horario de atención</i> . 19. ¿El horario de atención que dispone la cooperativa le permite realizar sus trámites como asociado?					
Indicador: <i>Paciencia</i> . 20. ¿Considera que el personal demuestra paciencia ante un conflicto?					
Indicador: <i>Atención individualizada al socio</i> 21. ¿Está de acuerdo que en la cooperativa brinda una atención personalizada?					
Indicador: <i>Personal empático</i> 22. ¿El personal de la cooperativa es empático con los socios y sus compañeros de trabajo?					

*¡Gracias por su colaboración*

## ANEXO 3

# RegISTRO DE SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “SEÑOR DE LOS MILAGROS”

 <b>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO</b> <b>“Señor de los Milagros”</b> ATACOCHA LTDA. 487 				
SOCIOS AFILIADOS – OFICINA AMBO				
PERIODO, 2023				
No	APELLIDOS Y NOMBRES	COD. SOCIO	FECHA DE AFILIACION	DNI
1	INOCENTE JUSTO LUIS ANTONIO	2100200300101171	02/01/2022	46268206
2	LUCIANO TAQUIRI PEPE LUIS	2100200300101172	02/01/2022	04035012
3	CARBAJAL PIPA JUAN ANTONIO	2100200300101173	02/01/2022	41664070
4	MONTESINOS CRESPO WILCOR MISAEL	2100200300101174	02/01/2022	46866899
5	BERRIOS PARIONA BROS TURBAY	2100200300101175	02/01/2022	41145658
6	DE LA CRUZ BERROSPI, PILAR	2100200300101176	04/01/2022	47454510
7	CHAVEZ JAPA ORLANDO	2100200300101177	04/01/2022	22666379
8	MEZA ROSALES LOLITO TOÑO	2100200300101178	06/01/2022	41007358
9	MONTESINOS PRE ABEL	2100200300101179	06/01/2022	43902268
10	ESPINOZA ALVARADO JUNIOR DIEGO	2100200300101180	06/01/2022	47762596
11	MORALES CARBAJAL MARIA DOMITILA	2100200300101181	07/01/2022	22669275
12	PACCORI MUÑOZ ANTONIA LORENZA	2100200300101182	07/01/2022	23558209
13	JARA BRICEÑO GLADYS	2100200300101183	07/01/2022	46102539
14	SOLORZANO ARMILLON OLIMPIO JOSAFAT	2100200300101184	07/01/2022	22718473
15	LUCIANO MARTEL SANDI HABRAHAM	2100200300101185	08/01/2022	44735424
16	CRUZ FANO CRISTIAN	2100200300101186	08/01/2022	80109392
17	CHAUCAS CHAVEZ CARLOS	2100200300101187	08/01/2022	22649304
18	LAOS ACOSTA LIDIA	2100200300101188	08/01/2022	22988826
19	HUAMAN PEREZ GUIDO ROGELIO	2100200300101189	08/01/2022	22664864
20	TELLO PINEDA JENY	2100200300101190	08/01/2022	22670398
21	ARIAS ROSAS GREGORIA	2100200300101191	09/01/2022	22649982
22	RIVERA ANTONIO JESUS MERINO	2100200300101192	09/01/2022	22640680
23	LEON FLORES CLEVER	2100200300101193	09/01/2022	61056672
24	CUENCA RAMOS LUIS MIGUEL	2100200300101194	10/01/2022	43129772
25	MOLINA ALMENARA NELLY	2100200300101195	10/01/2022	41657322
26	LEON VICENTE EDITH BERTHA	2100200300101196	10/01/2022	22665714
27	TRUJILLO CASTRO PATRICIA	2100200300101197	11/01/2022	22675130
28	TOLENTINO JOAQUIN ALI VICTORIA	2100200300101198	11/01/2022	44458667
29	BRAVO CONDEZO GUILLERMINA	2100200300101199	12/01/2022	22662416
30	BRAVO JARA ELIFALET LEVIT	2100200300101200	12/01/2022	77148209
31	CAJAS TRUJILLO GERMAN	2100200300101201	12/01/2022	22640210
32	ABAD PONCE GABY CECILIA	2100200300101202	12/01/2022	44631711
33	QUINCHO CALERO MARLENA	2100200300101203	13/01/2022	22664984
34	BERROSPI CASTRILLON YONEL JAVIER	2100200300101204	13/01/2022	22672473
35	GARCIA ROJAS LUIS GABRIEL	2100200300101205	13/02/2022	76510667
36	TAPAYURI PACAYA GIULISSA	2100200300101206	14/02/2022	44018069
37	JUANO CRUZ CARLOS FREDY	2100200300101207	14/02/2022	40660691
38	FELIX MALPARTIDA MERCEDES	2100200300101208	14/02/2022	22665490
39	RIVERA MALPARTIDA NOEMI JUANA	2100200300101209	15/02/2022	45929047
40	CAJAS QUINCHO AVENCIA YOMIRA	2100200300101210	15/02/2022	71302669
41	PONCE CANTALICO YONEL	2100200300101211	15/02/2022	43394855
42	ACOSTA ESPIRITU JHON WEL	2100200300101212	16/02/2022	46337070
43	ORBEZO ANTONIO DIANA MARIBEL	2100200300101213	17/02/2022	71302873
44	ANTONIO GARCIA LUZ MARINA	2100200300101214	18/02/2022	71302721
45	ANTONIO ESPINOZA FELIX	2100200300101215	20/02/2022	22659901
46	QUINCHO MORALES ZAYURI LILIANA	2100200300101216	22/02/2022	71398651
47	ESPINOZA RODRIGUEZ DIONER ARMANDO	2100200300101217	23/02/2022	71309952
48	DEL CASTILLO PEREZ JESUS FAUSTO	2100200300101218	24/02/2022	22659124
49	GARCIA REYES HERMELINDA MAGDALENA	2100200300101219	25/02/2022	22660357
50	BALERIO GOMEZ ROSALBETE	2100200300101220	25/02/2022	22674725
51	DE LA CRUZ SANCHEZ KELLY LIZ	2100200300101221	26/02/2022	46756119
52	NEGRETE JESUS ABSOLON	2100200300101222	26/02/2022	22651339
53	ZAMUDIO ORBEZO VIANCA	2100200300101223	27/02/2022	41271255
54	RIVERA MALPARTIDA SUSAN PAMELA	2100200300101224	28/02/2022	48149235
55	MENDOZA SOSA EDWIN	2100200300101225	28/02/2022	09947072
56	PRUDENCIO MUNGUIA NORMA	2100200300101226	29/02/2022	80584377
57	COSNEROS ALCEDO FELIX	2100200300101227	29/02/2022	22646105



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO  
"Señor de los Milagros"  
ATACOCHA LTDA. 487



SOCIOS AFILIADOS – OFICINA AMBO

PERIODO, 2023

No	APELLIDOS Y NOMBRES	COD. SOCIO	FECHA DE AFILIACION	DNI
58	ESPINOZA MONTESINOS MACARIO	2100200300101324	02/03/2022	22643091
59	REYMUNDO VARGAS RUFINO	2100200300101325	02/03/2022	22674250
60	QUISQUE MEZA BENIGNO	2100200300101326	03/03/2022	22640461
61	BRAVO RAMIREZ ROSAS	2100200300101327	03/03/2022	22986577
62	MONTESINOS ESPINOZA NILO	2100200300101328	02/03/2022	22652469
63	RODRIGUEZ PALOMINO GUILLERMO	2100200300101329	04/03/2022	22653769
64	AGUIERRE RIVERA ROBERTO	2100200300101330	05/03/2022	22664855
65	ATENCIA MEDRAVO PEDRO	2100200300101331	05/03/2022	22644053
66	ESPINOZA MONTESINOS EDGAR EUGENIO	2100200300101332	06/03/2022	22674114
67	SANTIAGO ESTELA TOMAS	2100200300101333	06/03/2022	42413476
68	AGÜERO OLAZO ANTERO DANIEL	2100200300101334	06/03/2022	04062584
69	CAJAS RIVERA JACINTO	2100200300101335	06/03/2022	22642958
70	ORBEZO VALERIO OCTAVIO	2100200300101336	07/03/2022	22672329
71	SANCHO ZELAYA YOLANDA	2100200300101337	07/04/2022	22641391
72	COBOS SANGAMA ROSENDA	2100200300101338	08/04/2022	22485220
73	BAILON FABIAN HERNAN CASILDO	2100200300101339	08/04/2022	22661786
74	CAÑETE VILLA VICENCIO BERTHA	2100200300101340	08/04/2022	22970484
75	FLORES ROJAS JOHN JESUS	2100200300101341	08/04/2022	48178187
76	AVILA CISNERO JORGINA	2100200300101342	09/04/2022	22669528
77	CODEZO DOMINGUEZ LILY	2100200300101343	09/04/2022	42620181
78	SALGADO FABIAN DELIA	2100200300101344	09/04/2022	40211811
79	ROJAS SACRAMENTO DIONISIA	2100200300101345	09/04/2022	22647227
80	RAMIREZ MINAYA CARMEN CRISTINA	2100200300101346	10/04/2022	22643139
81	INOCENTE JUSTO LUIS ANTONIO	2100200300101347	10/04/2022	46268206
82	LUCIANO TAQUIRI PEPE LUIS	2100200300101348	11/04/2022	04035012
83	CARBAJAL PIA JUAN ANTONIO	2100200300101349	11/04/2022	41664070
84	MONTESINOS CRESPO WILCOR MISAEL	2100200300101350	11/04/2022	46866899
85	BERRIOS PARIONA BROS TURBAY	2100200300101351	11/04/2022	41145658
86	ROSAS RICAPA SAMIR LEONCIO	2100200300101352	11/04/2022	72854952
87	CUENCA RAMOS LUIS MIGUEL	2100200300101353	11/04/2022	43129972
88	CHAVEZ JAPA ORLANDO	2100200300101354	11/04/2022	22666379
89	MEZA ROSALES LOLITO TOÑO	2100200300101355	12/04/2022	41007358
90	MONTESINOS PRE ABEL	2100200300101356	12/04/2022	43902268
91	DEL CASTILLO PEREZ JESUS FAUSTO	2100200300101357	13/04/2022	22659124
92	ESPINOZA ALVARADO JUNIOR	2100200300101358	13/04/2022	47762596
93	BENITES MORALES FRANKLYN YOVANY	2100200300101359	13/04/2022	08151391
94	MORALES CARBAJAL MARIA DOMITILA	2100200300101360	14/04/2022	22669275
95	PACCORI MUÑOZ ANTONIA LORENZA	2100200300101361	14/04/2022	23558209
96	JARA BRICEÑO GLADYS	2100200300101362	15/04/2022	46102539
97	CISNEROS SALCEDO FELIX	2100200300101363	15/04/2022	22646105
98	TRUJILLO CASTRO PATRRICIA	2100200300101364	16/04/2022	22675130
99	GARCIA REYES HERMELINDA MAGDALENA	2100200300101365	16/04/2022	22660357
100	TOLENTINO JOAQUIN ALI VERÓNICA	2100200300101366	17/04/2022	44458667
101	BRAVO CONDEZO GUILLERMINA	2100200300101367	18/04/2022	22662416
102	CRUZ FANO CRISTHIAN	2100200300101368	20/05/2022	80109392
103	DE LA CRUZ SANCHEZ KELLY LIZ	2100200300101369	21/05/2022	46756119
104	CAJAS TRUJILLO GERMAN	2100200300101370	22/05/2022	22640210
105	PONCE CANTALICIO YONEL	2100200300101371	24/05/2022	43394855
106	SOLORZANO ARMILLON OLIMPIO JOSAFAT	2100200300101372	24/05/2022	22718473
107	ONOFRE SANTACRUZ VICTOR	2100200300101373	24/05/2022	46391189
108	LUCIANO MARTEL SANDI HABRAHAM	2100200300101374	25/05/2022	44735424
109	GOÑE SipiÓN NARCISO	2100200300101375	25/05/2022	22669893
110	CHAUCAS CHAVEZ CARLOS	2100200300101376	26/05/2022	22649304
111	LAOS ACOSTA LIDIA	2100200300101377	27/05/2022	22988826
112	HUAMAN PÉREZ GUIDO ROGELIO	2100200300101378	28/05/2022	22664864
113	ABAD PONCE GABY CECILIA	2100200300101379	29/05/2022	44631711
114	MOLINA ALMENARA NELLY	2100200300101380	29/05/2022	41657322
115	TELLO PINEDA YENY	2100200300101381	30/05/2022	22670398



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO  
"Señor de los Milagros"  
ATACOCHA LTDA. 487



SOCIOS AFILIADOS – OFICINA AMBO

PERIODO, 2023

No	APELLIDOS Y NOMBRES	COD. SOCIO	FECHA DE AFILIACION	DNI
116	RIVERA MEZA MANUEL ATILIO	2100200300101281	02/06/2022	74651129
117	TARAZONA VAZQUEZ MILENA	2100200300101282	02/06/2022	22666741
118	BRAVO BRAVO LUIS HECTOR	2100200300101283	02/06/2022	22660201
119	AGÜERO GARAY EZEQUIEL DANIEL	2100200300101284	02/06/2022	46886520
120	MORALES BRICEÑO ELVER ESTEBAN	2100200300101285	02/06/2022	22665161
121	BALLARDO MENDOZA CARLOS ELBER	2100200300101286	04/06/2022	22640513
122	VENTURO LOZANO DAVIS EDER	2100200300101287	04/06/2022	45431700
123	MONTESINOS TINEO RECHARD DAVID	2100200300101288	06/06/2022	09367719
124	BRICEÑO CONTRERAS CENDI MARITZ	2100200300101289	06/06/2022	48096434
125	CESEDES TARAZONA MAYUNI	2100200300101290	06/06/2022	47878530
126	CABRERA RIVERA MARINA CATI	2100200300101291	07/06/2022	44463270
127	GOMEZ GOMEZ YESENIA ESMERALDA	2100200300101292	07/06/2022	46367817
128	RIVERA ALVA CRISTHIAN JHONNATAN	2100200300101293	07/06/2022	42485577
129	CRESPO FRETTEL RUSEL ARTURO	2100200300101294	07/06/2022	08337700
130	TRUJILLO ALMONACID FRESIA MAYBE	2100200300101295	08/06/2022	73762104
131	GUILLEN BRAVO NUBIA MILAGROS	2100200300101296	08/06/2022	40228919
132	ASTO PONCE URIBE	2100200300101297	08/06/2022	41662235
133	RAMON COSME ANGELES	2100200300101298	08/06/2022	75337925
134	CRUZ MEJIA LILIA	2100200300101299	08/06/2022	22472119
135	CHAUCAS NAVARRO YANSLI	2100200300101300	08/06/2022	72541768
136	EGOAVIL CALERO JUANA IRMA	2100200300101301	09/06/2022	47437565
137	AGUIRRE ALVA WALTER ROBERTO	2100200300101302	09/07/2022	41368190
138	BRAVO FRETTEL CEFERINO	2100200300101303	09/07/2022	04078970
139	ALFARO RODRIGUEZ MILTON LEX	2100200300101304	10/07/2022	46141454
140	CALIXTO BAZAN ADA ISABEL	2100200300101305	10/07/2022	71788424
141	VILLAGOMEZ YABAR MELANIE MARLE	2100200300101306	10/07/2022	723663214
142	DAMIAN CARHUARICRA ARTURO DAMIAN	2100200300101307	11/07/2022	47391395
143	INGA FERNANDEZ FRESIA MILAGROS	2100200300101308	11/07/2022	74221221
144	BERRIOS ROQUE MONIKA DEYSI	2100200300101309	12/07/2022	73645190
145	CORDOVA MORALES ALDAIR MARTIN	2100200300101301	12/07/2022	73612251
146	MEJIA MEJIA NATALY MEGUMY	2100200300101302	12/07/2022	71345661
147	SANTIAGO BERRSPI LIZ YANET	2100200300101303	12/07/2022	72842503
148	ASTETE MILLA LIGIA CAROLINA	2100200300101304	13/07/2022	44479111
149	SOBRADO CHÁVEZ SOLEDAD LUCILA	2100200300101305	13/07/2022	47437646
150	CALERO BRAVO HILARY THALÍA	2100200300101306	13/07/2022	71530430
151	ALCANTARA CALERO DENNIS GAYLE	2100200300101307	14/07/2022	42893691
152	RIVERA ACOSTA JAMES BRUCE	2100200300101308	14/07/2022	75839874
153	CABRERA HERRERA ENRIQUE	2100200300101309	14/07/2022	42367966
154	VENANCIO ACASIO DAVID JHON	2100200300101310	15/07/2022	42019316
155	MENDOZA JARAMILLO MICHEL ARTURO	2100200300101311	15/07/2022	40024056
156	LASTRA SALAZAR ANIBAL	2100200300101312	15/08/2022	46089467
157	CONCHA LAGUNA JOSE MANUEL	2100200300101313	16/08/2022	42264883
158	TAMARA GAMARRA MELISSA CINTHYA	2100200300101314	17/08/2022	47700083
159	GARCIA TRUJILLO GUILLERMO ROBERTO	2100200300101315	18/08/2022	70781394
160	LAURENCIO DURAN JENADIO	2100200300101316	20/08/2022	70122620
161	HERRERA BERAUN WILDER MARTIN	2100200300101317	22/08/2022	72155838
162	PEDRAZA JAUREGUI VRENDA SCARLE	2100200300101318	23/08/2022	70753348
163	CHANG TELLO WILSON EDWIN	2100200300101319	24/08/2022	42709108
164	MARTEL ROJAS KARLA FABIOLA	2100200300101320	25/08/2022	75497894
165	ALMERCÓ BARRUETA GOMER EZEQUIEL	2100200300101321	25/08/2022	44900149
166	ARRIETA JANAMPA IRMA	2100200300101322	26/08/2022	45930544
167	RIVERA FERRER OSWALDO SADI	2100200300101323	26/08/2022	41245548



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO  
"Señor de los Milagros"  
ATACOCHA LTDA. 487



SOCIOS AFILIADOS – OFICINA AMBO

PERIODO, 2023

No	APELLIDOS Y NOMBRES	COD. SOCIO	FECHA DE AFILIACION	DNI
168	SORIA ASTETE JOSÉ LUIS	2100200300101228	01/08/2022	22520318
169	GARCÍA OBREGON CESAR LUIS	2100200300101229	01/08/2022	40440885
170	BRAVO VENTURO CARLOS ANTONIO	2100200300101230	01/08/2022	40269056
171	SANCHEZ MINAYA MARÍA LUCILA	2100200300101231	02/08/2022	22509199
172	JARA GARCÍA JIESON KEIT	2100200300101232	02/08/2022	45352637
173	CELADITA HERRERA ELVA SANDRA	2100200300101233	03/08/2022	22641889
174	CARDENAS MESIAS ARMANDO EUSTAQUIO	2100200300101234	04/08/2022	41878212
175	INOCENTE CARLOS EDWARS FRANK	2100200300101235	05/08/2022	22516232
176	MEJIA BERNAL CHRISTIAN JONATHAN	2100200300101236	05/08/2022	70507227
177	AVILA FIGUEROA, LIGIA DALVA	2100200300101237	06/08/2022	40662006
178	GALLARDO CAJAS ZENIA ANTONIA	2100200300101238	06/08/2022	22640304
179	HUAPALLA RIVERA JAVIER PERCY	2100200300101239	07/08/2022	22510443
180	BERROSPI FELICIANA ROSA	2100200300101240	07/08/2022	40128026
181	KAQUI CRUZ ELIZABETH VICTORIA	2100200300101241	07/08/2022	60481025
182	ARRATEA GARAY EVER	2100200300101242	08/08/2022	22465430
183	MERINO CAMARA CANCIO	2100200300101243	08/08/2022	43496847
184	ORTIZ ORDOÑEZ WILLIAMS ANTHONY	2100200300101244	08/08/2022	74278738
185	CABRERA MORALES EDRO JUNIOR	2100200300101245	08/09/2022	72198433
186	CACHA VERASTEGUI YERSON	2100200300101246	09/08/2022	74549925
187	BORROMEO BRICEÑO JUAN CARLOS	2100200300101247	09/08/2022	44798429
188	TOLENTINO PRUDENCIO JOSÉ	2100200300101248	09/08/2022	46616370
189	FELICIANO ROSAS GUISELA	2100200300101249	09/08/2022	71993247
190	REYMUNDO MARTEL RUFINO	2100200300101250	09/08/2022	73625604
191	GUERRA PAUCAR EDISON HENRY	2100200300101251	09/08/2022	72308017
192	ROSAS VILLAR LENIS LEONEL	2100200300101252	10/09/2022	44440694
193	ZAMBRANO ORIZANO THELMA ADELINA	2100200300101253	10/09/2022	41285327
194	ACHULLI JAVIER JANETH ALMIRA	2100200300101254	11/09/2022	43536117
195	ALVARADO HUERTA MISAEAL	2100200300101255	11/09/2022	72944301
196	PRE CHEPE OSHIME KEYKO	2100200300101256	12/09/2022	73620559
197	VENTURO SABINO RICHARD ELVIS	2100200300101257	12/09/2022	47215373
198	BERROSPI TAPIA DEYSI JACQUELINE	2100200300101258	12/09/2022	70667017
199	COSME BERROSPI MARY LUZ	2100200300101259	12/09/2022	42872260
200	PALOMINO CHIA JEFRAY BRANLI	2100200300101260	13/09/2022	76681653
201	CABRERA CHEPE JOSE LUIS	2100200300101261	13/09/2022	22640174
202	CARVAJAL HUAPALLA NELIDA ELIZABETH	2100200300101262	13/09/2022	08699855
203	RUBINA LAGUNA KEVIN ROBERT	2100200300101263	14/09/2022	73472611
204	SALZAR AMBICHO WILLY	2100200300101264	14/09/2022	46635497
205	TADEO BERNA MIRIAM INES	2100200300101265	15/09/2022	45469013
206	HUAYLLANI ANCCASI YESENIA	2100200300101266	15/09/2022	70438568
207	SANTA CRUZ SANTA CRUZ ADA ZILA	2100200300101267	16/09/2022	42250338
208	HUERTAS ROSAS CELIA	2100200300101268	17/09/2022	48280446
209	FALERA ATANACIO JENNY SILVA	2100200300101269	17/09/2022	44340201
210	BACON GARCIA LIZ GIOVANNA	2100200300101270	17/09/2022	43001567
211	BARTOLO SEBASTIAN FLORENCIO	2100200300101271	18/09/2022	44441301
212	CUELLAR VENTURO LUZBER	2100200300101272	20/09/2022	45091234
213	FRETEL MALPARTIDA ANTONIA LUISA	2100200300101273	22/09/2022	46121146
214	GUERRA ROJAS JOSE RODRIGO	2100200300101274	23/09/2022	47115645
215	BERAUN TOLENTINO ERICK SADI	2100200300101275	24/09/2022	48115611
216	VERA VASQUEZ MIGUEL ANGEL	2100200300101276	25/09/2022	49501239
217	MENDOZA DOMINGUEZ ABEL OSWALDO	2100200300101277	25/09/2022	22665466
218	SOLIS FALCON MARIBEL OLIVIA	2100200300101278	26/09/2022	41023323
219	YALTA VERDE YMELDA	2100200300101279	26/09/2022	75067748
220	COTRINA LUNA JOSÉ LUIS	2100200300101280	27/09/2022	76779802
221	BACON GARCIA LIZ GIOVANNA	2100200300101270	17/0/2022	43341139
222	BARTOLO SEBASTIAN FLORENCIO	2100200300101271	18/10/2022	44015597



COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO  
"Señor de los Milagros"  
ATACOCHA LTDA. 487

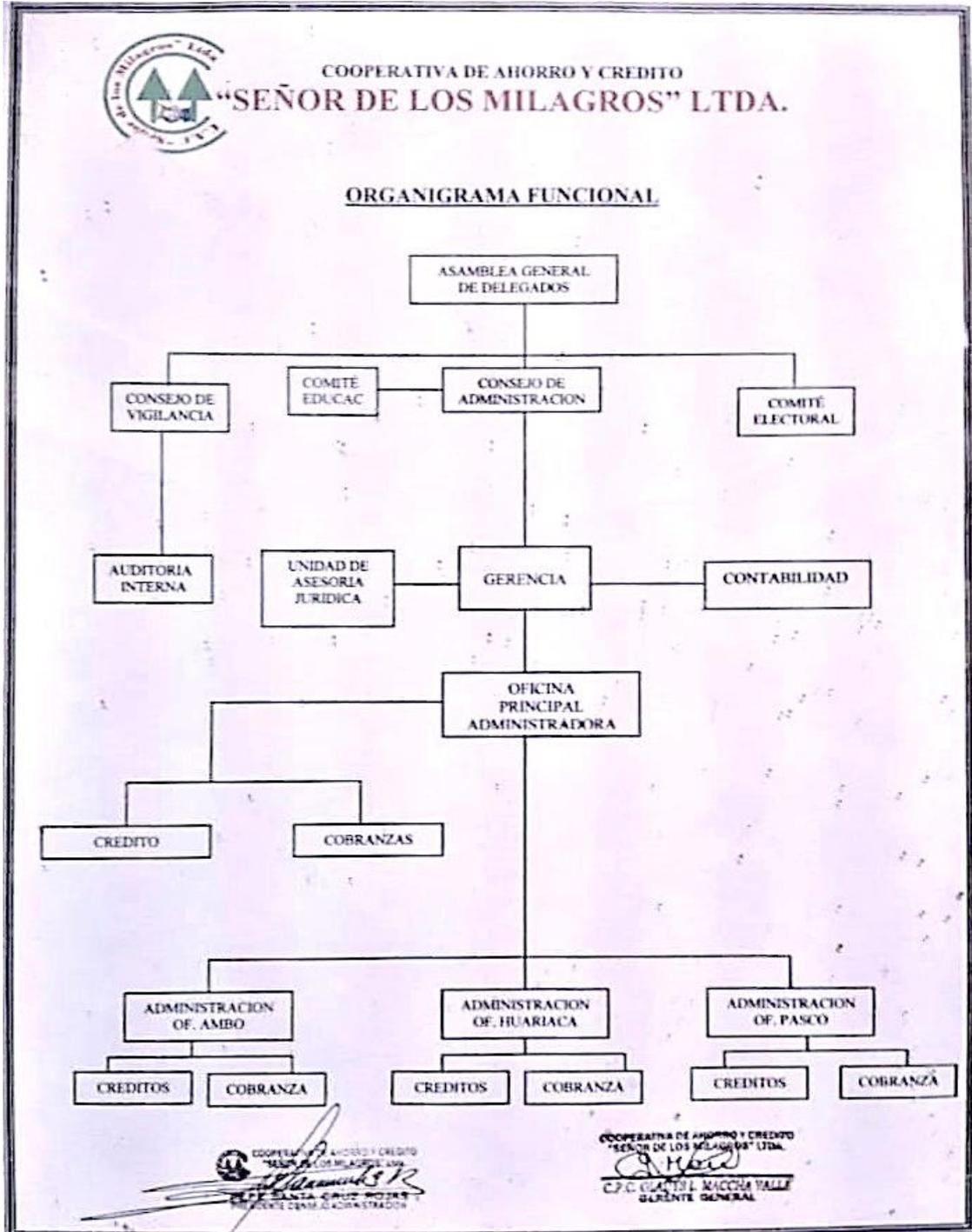


SOCIOS AFILIADOS – OFICINA AMBO

PERIODO, 2023

No	APELLIDOS Y NOMBRES	COD. SOCIO	FECHA DE AFILIACION	DNI
223	RIVERA MEZA MANUEL ATILIO	2100200300101281	02/10/2022	74651129
224	TARAZONA VAZQUEZ MILENA	2100200300101282	02/10/2022	22666741
225	BRAVO BRAVO LUIS HECTOR	2100200300101283	02/10/2022	22660201
226	AGÜERO GARAY EZEQUIEL DANIEL	2100200300101284	02/10/2022	46886520
228	MORALES BRICEÑO ELVER ESTEBAN	2100200300101285	02/10/2022	22665161
229	BALLARDO MENDOZA CARLOS ELBER	2100200300101286	04/10/2022	22640513
230	VENTURO LOZANO DAVIS EDER	2100200300101287	04/10/2022	45431700
231	MONTESINOS TINEO RECHARD DAVID	2100200300101288	06/10/2022	09367719
232	BRICEÑO CONTRERAS CENDI MARITZ	2100200300101289	06/10/2022	48096434
233	CESEDES TARAZONA MAYUNI	2100200300101290	06/10/2022	47878530
234	CABRERA RIVERA MARINA CATI	2100200300101291	07/10/2022	44463270
235	GOMEZ GOMEZ YESENIA ESMERALDA	2100200300101292	07/10/2022	46367817
236	RIVERA ALVA CRISTHIAN JHONNATAN	2100200300101293	07/10/2022	42485577
237	CRESPO FRETTEL RUSEL ARTURO	2100200300101294	07/10/2022	08337700
238	TRUJILLO ALMONACID FRESIA MAYBE	2100200300101295	08/11/2022	73762104
239	GUILLEN BRAVO NUBIA MILAGROS	2100200300101296	08/11/2022	40228919
240	ASTO PONCE URIBE	2100200300101297	08/11/2022	41662235
241	RAMON COSME ANGELES	2100200300101298	08/11/2022	75337925
242	CRUZ MEJIA LILIA	2100200300101299	08/11/2022	22472119
243	CHAUCAS NAVARRO YANSSLI	2100200300101300	08/11/2022	72541768
244	EGOAVIL CALERO JUANA IRMA	2100200300101301	09/11/2022	47437565
245	AGUIRRE ALVA WALTER ROBERTO	2100200300101302	09/11/2022	41368190
246	BRAVO FRETTEL CEFERINO	2100200300101303	09/11/2022	04078970
247	ALFARO RODRIGUEZ MILTON LEX	2100200300101304	10/11/2022	46141454
248	CALIXTO BAZAN ADA ISABEL	2100200300101305	10/11/2022	71788424
249	VILLAGOMEZ YABAR MELANIE MARLE	2100200300101306	10/11/2022	723663214
250	DAMIAN CARHUARICRA ARTURO DAMIAN	2100200300101307	11/11/2022	47391395
251	INGA FERNANDEZ FRESIA MILAGROS	2100200300101308	11/11/2022	74221221
252	BERRIOS ROQUE MONIKA DEYSI	2100200300101309	12/11/2022	73645190
253	CORDOVA MORALES ALDAIR MARTIN	2100200300101301	12/11/2022	73612251
254	MEJIA MEJIA NATALY MEGUMY	2100200300101302	12/11/2022	71345661
255	SANTIAGO BERRSPI LIZ YANET	2100200300101303	12/12/2022	72842503
256	ASTETE MILLA LIGIA CAROLINA	2100200300101304	13/12/2022	44479111
257	SOBRADO CHÁVEZ SOLEDAD LUCILA	2100200300101305	13/12/2022	47437646
258	CALERO BRAVO HILARY THALÍA	2100200300101306	13/12/2022	71530430
259	ALCANTARA CALERO DENNIS GAYLE	2100200300101307	14/12/2022	42893691
260	RIVERA ACOSTA JAMES BRUCE	2100200300101308	14/12/2022	75839874
261	CABRERA HERRERA ENRIQUE	2100200300101309	14/12/2022	42367966
262	VENANCIO ACASIO DAVID JHON	2100200300101310	15/12/2022	42019316
263	MENDOZA JARAMILLO MICHEL ARTURO	2100200300101311	15/12/2022	40024056
264	LASTRA SALAZAR ANIBAL	2100200300101312	15/12/2022	46089467
265	CONCHA LAGUNA JOSE MANUEL	2100200300101313	16/12/2022	42264883
266	TAMARA GAMARRA MELISSA CINTHYA	2100200300101314	17/12/2022	47700083
267	GARCIA TRUJILLO GUILLERMO ROBERTO	2100200300101315	18/12/2022	70781394

**ANEXO 4**  
**ORGANIGRAMA DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y**  
**CRÉDITO “SEÑOR DE LOS MILAGROS”**





## ANEXO 5

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

#### Para participar en el estudio de investigación

Instituciones: Cooperativa De Ahorro Y Crédito Señor De Los Milagros - Ambo  
Investigadores: Camani Romero, Luzclarita Araceli  
Asesor Huerto Orizano, Diana  
Título: “Percepción de la calidad de servicio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de los Milagros, Ambo 2024”

#### **INTRODUCCIÓN:**

Lo estamos invitando a participar del estudio de investigación llamado: “Percepción de la Calidad de Servicio en la Cooperativa”. Este es un estudio desarrollado por la investigadora de la Universidad de Huánuco.

#### **JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO:**

Estamos realizando este estudio con el objetivo determinar la percepción del asociado de la calidad de servicio en la Cooperativa Señor de los Milagros en el año 2024, se evaluar al asociado; que se fundamenta porque el estudio servirá como antecedente para futuras investigaciones, como un método para la atención al cliente en empresas similares y por los pocos estudios realizados sobre el tema en las universidades de la ciudad de Huánuco.

Por lo señalado creemos necesario profundizar más en este tema y abordarlo con la debida importancia que amerita.

#### **METODOLOGÍA:**

Si usted acepta participar, le informamos que se llevarán a cabo los siguientes procedimientos:

1. Antes de iniciar, se le pedirá que lea y acepte el consentimiento informado,
2. Se le proporcionará un cuestionario estructurado de características generales.
3. Responderá sin la intervención de nadie.
4. En un tiempo de 20 minutos.
5. Si tiene alguna pregunta sobre la encuesta o la investigación, puede consultar con el responsable el investigador.

#### **MOLESTIAS O RIESGOS:**

No existe ninguna molestia o riesgo mínimo al participar en este trabajo de investigación. Usted es libre de aceptar o de no aceptar.

#### **BENEFICIOS:**

No existe beneficio directo para usted por participar de este estudio. Sin embargo, se le informará de manera personal y confidencial de algún

resultado que se crea conveniente que usted tenga conocimiento. Los resultados también serán archivados en el repositorio de la universidad y de ser el caso se le proporcionará el link de la ubicación de la tesis en el repositorio.

**COSTOS E INCENTIVOS:**

Usted no deberá pagar nada por participar en el estudio, su participación no le generará ningún costo.

**CONFIDENCIALIDAD:**

Los investigadores registraremos su información con códigos y no con nombres. Si los resultados de este seguimiento son publicados en una revista científica, no se mostrará ningún dato que permita la identificación de las personas que participan en este estudio. Sus archivos no serán mostrados a ninguna persona ajena al estudio sin su consentimiento.

**DERECHOS DEL ENCUESTADO:**

Si usted decide participar en el estudio, podrá retirarse de éste en cualquier momento, o no participar de una parte del estudio sin perjuicio alguno. Si tiene alguna duda adicional, puede preguntar al Investigador principal, Camani Romero Luzclarita Araceli o llamarlo a los teléfonos 916 422 513.

Si usted tiene preguntas sobre los aspectos éticos del estudio, o cree que ha sido tratado injustamente puede contactar al presidente del Comité Institucional de Ética de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Huánuco, ubicado en la Ciudad Universitaria La Esperanza Edif. 5 - 2do piso, Huánuco, Perú.

**CONSENTIMIENTO:**

Acepto voluntariamente participar en este estudio, he comprendido perfectamente la información que se me ha brindado sobre las cosas que van a suceder si participo en el proyecto, también entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento.

---

Firma del Participante	Huella Digital	Fecha
------------------------	----------------	-------

DNI:

---

Firma del Investigador	Huella Digital	Fecha
------------------------	----------------	-------

DNI:



**ANEXO 05**  
**CONSENTIMIENTO INFORMADO**  
**PARA PARTICIPAR EN EL ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN**

Instituciones: Cooperativa De Ahorro Y Crédito Señor De Los Milagros - Ambo  
Investigadores: Camani Romero, Luzclarita Araceli  
Asesor: Huerto Orizano, Diana  
Título: "Percepción de la calidad de servicio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de los Milagros, Ambo 2024"

**INTRODUCCIÓN:**

Lo estamos invitando a participar del estudio de investigación llamado: "Percepción de la Calidad de Servicio en la Cooperativa". Este es un estudio desarrollado por la investigadora de la Universidad de Huánuco.

**JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO:**

Estamos realizando este estudio con el objetivo determinar la percepción del asociado de la calidad de servicio en la Cooperativa Señor de los Milagros en el año 2024, se evaluar al asociado; que se fundamenta porque el estudio servirá como antecedente para futuras investigaciones, como un método para la atención al cliente en empresas similares y por los pocos estudios realizados sobre el tema en las universidades de la ciudad de Huánuco.

Por lo señalado creemos necesario profundizar más en este tema y abordarlo con la debida importancia que amerita.

**METODOLOGÍA:**

Si usted acepta participar, le informamos que se llevarán a cabo los siguientes procedimientos:

1. Antes de iniciar, se le pedirá que lea y acepte el consentimiento informado,
2. Se le proporcionará un cuestionario estructurado de características generales.
3. Responderá sin la intervención de nadie.
4. En un tiempo de 20 minutos.
5. Si tiene alguna pregunta sobre la encuesta o la investigación, puede consultar con el responsable el investigador.

**MOLESTIAS O RIESGOS:**

No existe ninguna molestia o riesgo mínimo al participar en este trabajo de investigación. Usted es libre de aceptar o de no aceptar.

**BENEFICIOS:**

No existe beneficio directo para usted por participar de este estudio. Sin embargo, se le informará de manera personal y confidencial de algún resultado que se crea conveniente que usted tenga conocimiento. Los

resultados también serán archivados en el repositorio de la universidad y de ser el caso se le proporcionará el link de la ubicación de la tesis en el repositorio.

**COSTOS E INCENTIVOS:**

Usted no deberá pagar nada por participar en el estudio, su participación no le generará ningún costo.

**CONFIDENCIALIDAD:**

Los investigadores registraremos su información con códigos y no con nombres. Si los resultados de este seguimiento son publicados en una revista científica, no se mostrará ningún dato que permita la identificación de las personas que participan en este estudio. Sus archivos no serán mostrados a ninguna persona ajena al estudio sin su consentimiento.

**DERECHOS DEL ENCUESTADO:**

Si usted decide participar en el estudio, podrá retirarse de éste en cualquier momento, o no participar de una parte del estudio sin perjuicio alguno. Si tiene alguna duda adicional, puede preguntar al Investigador principal, Camani Romero Luzclarita Araceli o llamarlo a los teléfonos 916 422 513.

Si usted tiene preguntas sobre los aspectos éticos del estudio, o cree que ha sido tratado injustamente puede contactar al presidente del Comité Institucional de Ética de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Huánuco, ubicado en la Ciudad Universitaria La Esperanza Edif. 5 - 2do piso, Huánuco, Perú.

**CONSENTIMIENTO:**

Acepto voluntariamente participar en este estudio, he comprendido perfectamente la información que se me ha brindado sobre las cosas que van a suceder si participo en el proyecto, también entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento.

 Firma del Participante	 Huella Digital	08/12/2024 Fecha
DNI: 22665490		
 Firma del Investigador	 Huella Digital	08/12/2024 Fecha
DNI: 75063348		

resultados también serán archivados en el repositorio de la universidad y de ser el caso se le proporcionará el link de la ubicación de la tesis en el repositorio.

**COSTOS E INCENTIVOS:**

Usted no deberá pagar nada por participar en el estudio, su participación no le generará ningún costo.

**CONFIDENCIALIDAD:**

Los investigadores registraremos su información con códigos y no con nombres. Si los resultados de este seguimiento son publicados en una revista científica, no se mostrará ningún dato que permita la identificación de las personas que participan en este estudio. Sus archivos no serán mostrados a ninguna persona ajena al estudio sin su consentimiento.

**DERECHOS DEL ENCUESTADO:**

Si usted decide participar en el estudio, podrá retirarse de éste en cualquier momento, o no participar de una parte del estudio sin perjuicio alguno. Si tiene alguna duda adicional, puede preguntar al Investigador principal, Camani Romero Luzclarita Araceli o llamarlo a los teléfonos 916 422 513.

Si usted tiene preguntas sobre los aspectos éticos del estudio, o cree que ha sido tratado injustamente puede contactar al presidente del Comité Institucional de Ética de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Huánuco, ubicado en la Ciudad Universitaria La Esperanza Edif. 5 - 2do piso, Huánuco, Perú.

**CONSENTIMIENTO:**

Acepto voluntariamente participar en este estudio, he comprendido perfectamente la información que se me ha brindado sobre las cosas que van a suceder si participo en el proyecto, también entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento.

  
Firma del Participante



08/12/2024  
Fecha

DNI: 22 66 24 16

  
Firma del Investigador



08/12/2024  
Fecha

DNI: 75 06 33 48

resultados también serán archivados en el repositorio de la universidad y de ser el caso se le proporcionará el link de la ubicación de la tesis en el repositorio.

**COSTOS E INCENTIVOS:**

Usted no deberá pagar nada por participar en el estudio, su participación no le generará ningún costo.

**CONFIDENCIALIDAD:**

Los investigadores registraremos su información con códigos y no con nombres. Si los resultados de este seguimiento son publicados en una revista científica, no se mostrará ningún dato que permita la identificación de las personas que participan en este estudio. Sus archivos no serán mostrados a ninguna persona ajena al estudio sin su consentimiento.

**DERECHOS DEL ENCUESTADO:**

Si usted decide participar en el estudio, podrá retirarse de éste en cualquier momento, o no participar de una parte del estudio sin perjuicio alguno. Si tiene alguna duda adicional, puede preguntar al Investigador principal, Camani Romero Luzclarita Araceli o llamarlo a los teléfonos 916 422 513.

Si usted tiene preguntas sobre los aspectos éticos del estudio, o cree que ha sido tratado injustamente puede contactar al presidente del Comité Institucional de Ética de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Huánuco, ubicado en la Ciudad Universitaria La Esperanza Edif. 5 - 2do piso, Huánuco, Perú.

**CONSENTIMIENTO:**

Acepto voluntariamente participar en este estudio, he comprendido perfectamente la información que se me ha brindado sobre las cosas que van a suceder si participo en el proyecto, también entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento.

 Firma del Participante	 Huella Digital	08/12/2024 Fecha
DNI: 41657322		
 Firma del Investigador	 Huella Digital	08/12/2024 Fecha
DNI: 75063348		

resultados también serán archivados en el repositorio de la universidad y de ser el caso se le proporcionará el link de la ubicación de la tesis en el repositorio.

**COSTOS E INCENTIVOS:**

Usted no deberá pagar nada por participar en el estudio, su participación no le generará ningún costo.

**CONFIDENCIALIDAD:**

Los investigadores registraremos su información con códigos y no con nombres. Si los resultados de este seguimiento son publicados en una revista científica, no se mostrará ningún dato que permita la identificación de las personas que participan en este estudio. Sus archivos no serán mostrados a ninguna persona ajena al estudio sin su consentimiento.

**DERECHOS DEL ENCUESTADO:**

Si usted decide participar en el estudio, podrá retirarse de éste en cualquier momento, o no participar de una parte del estudio sin perjuicio alguno. Si tiene alguna duda adicional, puede preguntar al Investigador principal, Camani Romero Luzclarita Araceli o llamarlo a los teléfonos 916 422 513.

Si usted tiene preguntas sobre los aspectos éticos del estudio, o cree que ha sido tratado injustamente puede contactar al presidente del Comité Institucional de Ética de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Huánuco, ubicado en la Ciudad Universitaria La Esperanza Edif. 5 - 2do piso, Huánuco, Perú.

**CONSENTIMIENTO:**

Acepto voluntariamente participar en este estudio, he comprendido perfectamente la información que se me ha brindado sobre las cosas que van a suceder si participo en el proyecto, también entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento.

  
Firma del Participante

  
Huella Digital

08/12/2024  
Fecha

DNI: 44018069

  
Firma del Investigador

  
Huella Digital

08/12/2024  
Fecha

DNI: 75063348

resultados también serán archivados en el repositorio de la universidad y de ser el caso se le proporcionará el link de la ubicación de la tesis en el repositorio.

**COSTOS E INCENTIVOS:**

Usted no deberá pagar nada por participar en el estudio, su participación no le generará ningún costo.

**CONFIDENCIALIDAD:**

Los investigadores registraremos su información con códigos y no con nombres. Si los resultados de este seguimiento son publicados en una revista científica, no se mostrará ningún dato que permita la identificación de las personas que participan en este estudio. Sus archivos no serán mostrados a ninguna persona ajena al estudio sin su consentimiento.

**DERECHOS DEL ENCUESTADO:**

Si usted decide participar en el estudio, podrá retirarse de éste en cualquier momento, o no participar de una parte del estudio sin perjuicio alguno. Si tiene alguna duda adicional, puede preguntar al Investigador principal, Camani Romero Luzclarita Araceli o llamarlo a los teléfonos 916 422 513.

Si usted tiene preguntas sobre los aspectos éticos del estudio, o cree que ha sido tratado injustamente puede contactar al presidente del Comité Institucional de Ética de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Huánuco, ubicado en la Ciudad Universitaria La Esperanza Edif. 5 - 2do piso, Huánuco, Perú.

**CONSENTIMIENTO:**

Acepto voluntariamente participar en este estudio, he comprendido perfectamente la información que se me ha brindado sobre las cosas que van a suceder si participo en el proyecto, también entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento.

 Firma del Participante	 Huella Digital	08/12/2024 Fecha
DNI: 22665714  Firma del Investigador	 Huella Digital	08/12/2024 Fecha
DNI: 75063348		

**ANEXO 6**  
**PANEL FOTOGRÁFICO DE LOS SOCIOS DE LA**  
**COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO “SEÑOR DE LOS**  
**MILAGROS”**





