

Banking services in Ecuador: are they reliable?

González Jaramillo Víctor H., PhD.¹, Campoverde Aguirre Ronald E., PhD.², Melo Vargas Ester³
^{1,2,3} Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL, Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas - FCSH,
Campus Gustavo Galindo Km. 30.5 Vía Perimetral, P.O. Box 09-01-5863, Guayaquil, Ecuador,
vgonzal@espol.edu.ec, recampov@espol.edu.ec, emelo@espol.edu.ec

Abstract– The purpose of this study is to evaluate the quality of banking services in Ecuador, for which the three main banking entities of the country have been taken as reference: Pichincha, Pacífico and Produbanco bank. The evaluation applied is based on a questionnaire adapted to the SERVPERF model, this measures the perception of quality in five dimensions: reliability, responsiveness, responsibility, empathy and tangible elements. This investigation concludes that banking services in Ecuador need to improve.

Keywords: *Quality, Banking services, SERVPERF, Ecuador*

Digital Object Identifier (DOI):
<http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2020.1.1.396>
ISBN: 978-958-52071-4-1 ISSN: 2414-6390

Servicios bancarios en Ecuador: ¿son fiables?

González Jaramillo Víctor H., PhD.¹, Campoverde Aguirre Ronald E., PhD.², Melo Vargas Ester³
^{1,2,3} Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL, Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas - FCSH, Campus
Gustavo Galindo Km. 30.5 Vía Perimetral, P.O. Box 09-01-5863, Guayaquil, Ecuador, vgonzal@espol.edu.ec,
recampov@espol.edu.ec, emelo@espol.edu.ec

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo evaluar la calidad de los servicios bancarios en Ecuador, para lo cual se ha tomado como referencia a las tres principales entidades bancarias del país: Banco Pichincha, Pacífico y Produbanco. La evaluación aplicada se basa en un cuestionario adaptado al modelo SERVPERF, este mide la percepción de calidad en cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, responsabilidad, empatía y elementos tangibles. Los resultados permiten conocer los componentes del servicio con mejor calidad percibida por parte de los clientes.

Palabras clave.- Calidad, Servicios bancarios, SERVPERF, Ecuador

Abstract- The purpose of this study is to evaluate the quality of banking services in Ecuador, for which the three main banking entities of the country have been taken as reference: Pichincha, Pacífico and Produbanco bank. The evaluation applied is based on a questionnaire adapted to the SERVPERF model, this measures the perception of quality in five dimensions: reliability, responsiveness, responsibility, empathy and tangible elements. The results allow knowing the components of the service with the best quality perceived by the clients.

Keywords.- Quality, Banking services, SERVPERF, Ecuador..

I. INTRODUCCIÓN

1. Introducción

A raíz de la crisis económica de 1999 en Ecuador, la percepción de calidad de los servicios bancarios se vio deteriorada, debido a esto las entidades bancarias han trabajado en establecer políticas que protejan a los usuarios de eventos similares en el futuro. Sin embargo, este respaldo legal no ha resultado ser un factor determinante en cuanto a la percepción de la calidad de servicios y la confianza en la banca por lo cual la mejora continua en la calidad de los servicios se ha convertido en un factor de relevancia en los últimos años para la banca ecuatoriana [1].

De ahí la necesidad de evaluar si los esfuerzos que realizan las entidades bancarias en Ecuador están resultando eficientes y mejorando la confiabilidad que los usuarios perciben respecto a los servicios que ofrecen. En ese contexto, los bancos buscan mejorar la confiabilidad frente a sus clientes, por medio de la mejora de sus servicios bancarios y financieros. Por ello, este estudio busca evaluar la percepción de calidad de servicios desde una perspectiva multidimensional.

El presente estudio toma como unidad de análisis a los bancos ecuatorianos, pero al no existir datos a nivel desagregado sobre la calidad de servicios, fue necesario la aplicación de un cuestionario y el análisis de resultados tomando como informantes clave a sus clientes. selección de un modelo de calidad de servicios. Para la realización del estudio, se delimitó a clientes de servicios bancarios y financieros de la ciudad de Guayaquil, por ser una de las ciudades con mayor nivel de bancarización y actividad comercial en el Ecuador [2].

A. Modelos de evaluación de calidad del servicio

El termino modelo de calidad se refiere principalmente a un grupo de referencias, métodos y directrices que son utilizados por las organizaciones orientadas a la mejora continua y satisfacción de sus clientes, es precisamente esto lo que diferencia a los modelos de calidad de las normativas, ya que estas últimas se basan en requisitos estandarizados que obligatoriamente se deben cumplir dentro del sistema de gestión de calidad [3].

Existe algunos modelos de calidad según su orientación a los procesos, mejora continua, modelos personalizados dependiendo del sector de aplicación e incluso modelos de calidad creados por la organización donde son aplicados, esto denota el marcado interés de las empresas por contar con una referencia que les permita ser más competitiva mediante la priorización de las expectativas y necesidades de sus clientes. Los modelos más utilizados para de evaluación de calidad de servicios están aquellos basados en la teoría de disconfirmación de expectativas, entre los que destacan el modelo SERVQUAL y los que se basan en el estudio del desempeño del servicio como el SERVPERF. En el presente estudio fundamenta en el modelo SERVPERF el cual ha sido utilizado en estudios similares lo cual permite la comparabilidad de resultados.

B. Modelo SERVPERF

El modelo SERVPERF o de Desempeño de Servicio de Cronin y Taylor en 1992, nace de la consideración de la necesidad del estudio de la calidad del servicio a partir de la evaluación de su desempeño por parte del cliente [4]. De la misma manera que el modelo SERVQUAL, el modelo SERVPERF operacionaliza la calidad de servicios con cinco dimensiones que son medidas por medio de 22 preguntas sobre la percepción del desempeño de servicio (Duque, 2005).

Digital Object Identifier (DOI):

<http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2020.1.1.396>

ISBN: 978-958-52071-4-1 ISSN: 2414-6390

II. METODOLOGIA

Dimensiones y Atributos del SERVQUAL - SERVPERF	
DIMENSIONES	ATRIBUTOS
Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplen los prometido. • Sincero interés por resolver problemas. • Realizan bien el servicio la primera vez. • Concluyen el servicio en el tiempo prometido. • No cometen errores.
Responsabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento confiable de los empleados. • Los clientes se sienten seguros. • Los empleados son amables. • Los empleados tienen conocimientos suficientes.
Elementos Tangibles	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos de apariencia moderna. • Instalaciones visualmente atractivas. • Empleados con apariencia pulcra. • Elementos materiales atractivos.
Capacidad de Respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Comunican cuando concluirá el servicio. • Los empleados ofrecen un servicio rápido. • Los empleados siempre están dispuestos a ayudar. • Los empleados nunca están demasiado ocupados.
Confianza o Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecen atención individualizada. • Horarios de trabajo convenientes para los clientes. • Tienen empleados que ofrecen atención personalizada. • Se preocupan por los clientes. • Comprenden las necesidades de los clientes.

Figura 1. Dimensiones y atributos del SERVQUAL y SERVPERF

Fuente: Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis [5].

El modelo SERVPERF presenta algunas ventajas frente a SERVQUAL ya que requiere de una menor cantidad de tiempo al momento de administrar el cuestionario ya que solo se pregunta en una ocasión por cada característica a evaluar del servicio y así la cuantificación de la valoración permite predecir de manera más clara el grado de satisfacción del cliente [6].

La evaluación del modelo SERVPERF entonces podría resumirse mediante la siguiente ecuación [7]:

$$Q = \sum_{j=1}^k w_j p_j \quad (2)$$

Donde:

- **Q: Índice global de satisfacción.**
- **k: Numero de atributos.**
- **w_j: Importancia de la dimensión, j = 1, 2 ... 5.**
- **p_j: Puntuación medida de las satisfacción en la dimensión j.**

De todo esto se puede considerar que la escala de valoración de SERVPERF es similar a la escala SERVQUAL, no obstante, su enfoque al realizar la evaluación es lo que varía ya que busca la evaluación únicamente el desempeño de servicio sin la valoración previa de las expectativas del consumidor.

A. Diseño de la investigación

El presente estudio tiene un diseño de investigación cuantitativo de corte transversal. Los datos obtenidos corresponden a clientes de los siguientes bancos locales: Banco del Pacífico, Banco del Pichincha y Banco Produbanco. Cabe mencionar que dichos bancos fueron tomados en consideración debido a que poseen los mayores niveles de captación desde 2015, según lo reporta la Superintendencia de Bancos de Ecuador (2018) [8].

B. Población y muestra

A propósito de evaluar la percepción de calidad de los servicios bancarios se determinó como población objetivo a las personas económicamente activas, es decir, aquellas que posean una cuenta (ya sea de ahorros o corriente) en alguno o algunos de los bancos mencionados previamente.

En este estudio se siguió un muestreo no probabilístico por autoselección. Pese a ello, se buscó obtener un tamaño de muestra que permita obtener representatividad a la población a estudiar.

C. Instrumentos de investigación

Cabe indicar que al considerarse necesario lograr discriminar entre las respuestas proporcionadas para las diferentes entidades bancarias, la encuesta fue realizada de manera individual para cada grupo de usuarios, es decir, se efectuaron 384 encuestas para cada banco sumando un total de 1152 encuestas, con lo cual se buscaba disponer de información que reflejara de la manera más confiable posible la percepción de calidad por parte de los clientes de cada uno de los bancos estudiados. La encuesta fue aplicada en línea en el mes de agosto de 2018.

D. Diseño del cuestionario y aplicación del modelo SERVPERF

El cuestionario se basó en la metodología SERVPERF, explicada en capítulos anteriores, con lo cual se buscó medir el nivel de satisfacción de los clientes considerando únicamente la percepción de la calidad de los servicios recibidos por medio de preguntas con cinco alternativas de respuestas, distribuidas entre las cinco dimensiones que evalúa el modelo SERVPERF.

Además, se incluyeron tres preguntas generales para lograr identificar los diferentes segmentos de la población encuestada por edad, género y nivel académico. Así mismo, preguntas relacionadas al reconocimiento de la entidad bancaria evaluada y, por último, una pregunta abierta que reflejara el nivel de satisfacción global por parte del usuario.

Finalmente, para evaluar la confiabilidad de las estructuras factoriales, se analizó su consistencia interna por medio del coeficiente Alfa de Cronbach [10].

III. RESULTADOS

A. Confiabilidad de Encuesta

Se obtuvo un 88% como coeficiente de Alfa de Cronbach, lo cual indica que la confiabilidad de la escala es aceptable y aplicando la misma prueba a cada dimensión dada por el modelo SERVPERF, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 2
Cálculo de Alfa de Cronbach

Dimensión SERVPERF	Fiabilidad	Capacidad Respuesta	Responsabilidad	Empatía	Elementos Tangibles
# de atributos	3	4	3	4	3
Varianza estimada	5,35	5,18	3,59	5,10	3,10
Varianza Total	9,48	10,50	6,49	10,25	6,72
Alfa Cronbach	0,65	0,68	0,67	0,67	0,81
Consistencia de resultados	Buena	Buena	Buena	Buena	Alta

B. Análisis exploratorio

Luego de procesar las encuestas efectuadas para los bancos Pichincha, Pacífico y Produbanco se analizó los resultados más representativos de cada una de las preguntas generales, así como cada una de las dimensiones. Entre los primeros resultados de relevancia se obtuvo que la mayor participación en la encuesta fue por parte de los usuarios con edades comprendidas entre 18 y 29 años con 73,09% como se puede observar en la figura 2.

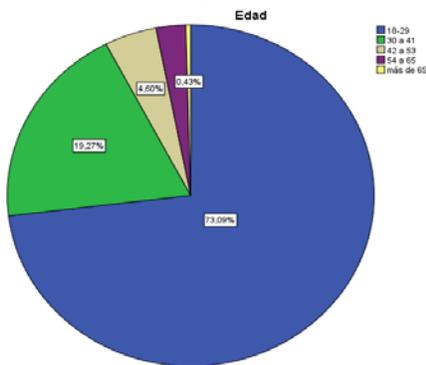


Figura 2. Distribución de edad de los encuestados

En cuanto al género de los encuestados se obtuvo que en su mayoría los hombres reportaron mantener cuentas en los bancos Pichincha, Pacífico o Produbanco, lo cual guarda relación con las estadísticas presentadas por el Instituto de Estadísticas y Censo (INEC) en su informe “Reporte de Economía Laboral” [9], donde se indica que la tasa de empleo de la población masculina económicamente activa es superior

a la femenina. La distribución del sexo de los encuestados se puede observar en la siguiente figura:

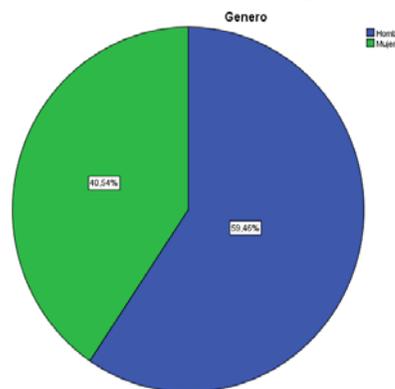


Figura 3. Distribución del sexo de los encuestados

En cuanto al nivel académico de los encuestados se denota una alta tendencia a cursar y/o terminar los estudios universitarios con un 76,56%, seguido por un 18,32% que posee educación secundaria (bachillerato), como se observa en el siguiente gráfico:

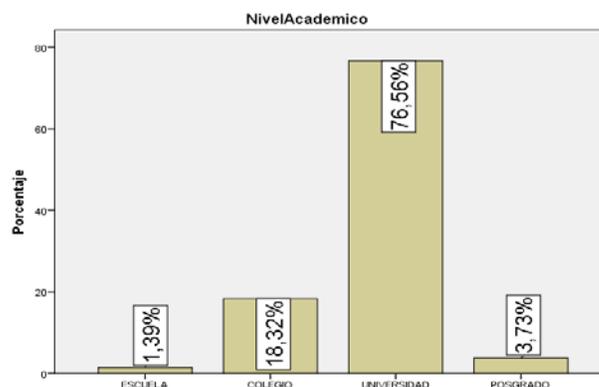


Figura 4. Distribución del nivel académico de los encuestados

Referente a la percepción general de la calidad del servicio recibido se observa una alta aceptación acumulando un 29,60% para la opción “Totalmente de acuerdo” y un 45,49% para la opción “De acuerdo”, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2.
Evaluación general de la calidad de los servicios bancarios

Opciones	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje valido (%)	Porcentaje acumulado (%)
Totalmente en desacuerdo	30	2,6	2,6	2,6
En desacuerdo	54	4,7	4,7	7,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	203	17,6	17,6	24,9
De acuerdo	524	45,5	45,5	70,4
Totalmente de acuerdo	341	29,5	29,6	100,0
Total	1152	100,0	100,0	

C. Resultados por Dimensión: Fiabilidad

Para el análisis de la Fiabilidad de las entidades bancarias se consideraron los atributos F1, F2 y F3. De esto se logra identificar un alto porcentaje de inconformidad respecto al atributo F1, el cual muestra un 21,09% en la opción “Totalmente en desacuerdo” como se observa en la figura 9. Esto a su vez se puede interpretar como un posible vacío que debe ser atendido por las entidades bancarias.

El banco ha comunicado los pasos a seguir con el defensor del cliente en caso de un desacuerdo

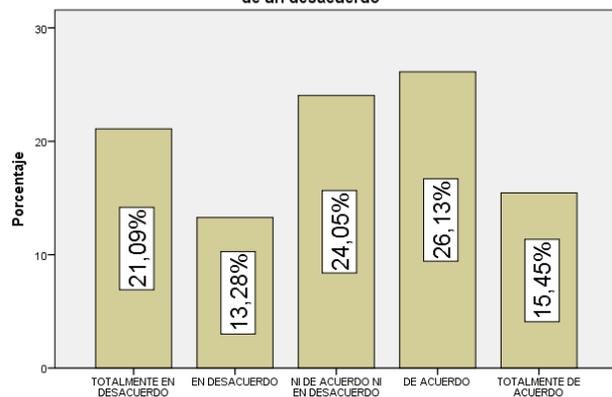


Figura 5. Atributo F1

En cuanto al atributo F2 referente al respeto del débito automático se puede apreciar una mejor percepción que en F1 con un 58,59% acumulado. Cabe indicar que por parte de Produbanco se registró un 40% de clientes que consideraron estar totalmente de acuerdo con este atributo, mientras que para los bancos Pichincha y Pacífico fue notoriamente menor.

El banco respeta sus cuentas y prohíbe el débito automático de servicios que usted no ha solicitado. (Seguros de vida, dentales, etc.).

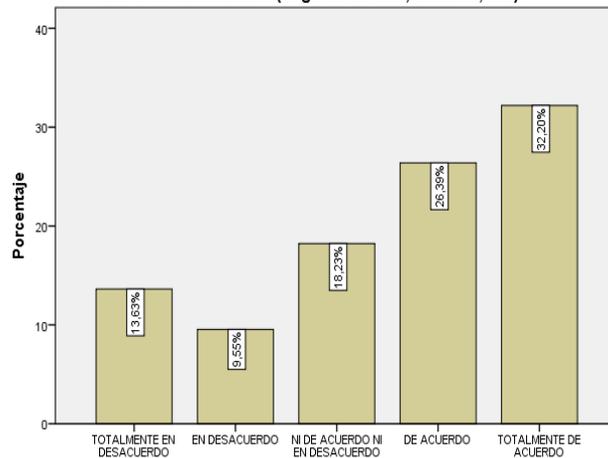


Figura 6. Atributo F2

Como último atributo de la dimensión de fiabilidad, se obtuvo que para F3 en general existe una buena percepción en cuanto a la información oportuna respecto a servicios contratados con un porcentaje del 30,12% para la opción “Totalmente de acuerdo” como se observa en la siguiente figura:

Cuando el banco ofrece un servicio, entrega toda la información sobre beneficios, obligaciones y sanciones de forma comprensible.

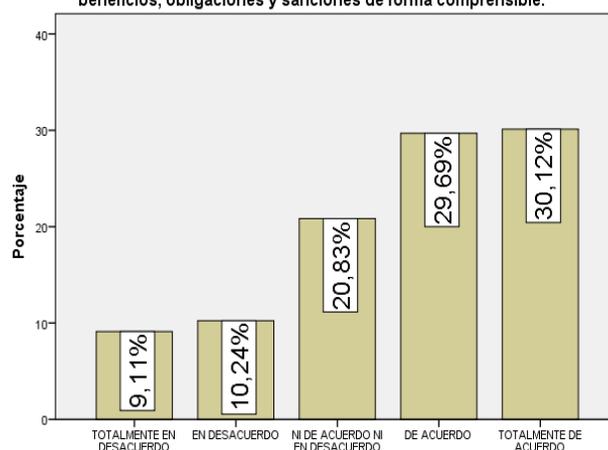


Figura 7. Atributo F3

D. Resultados por Dimensión: Capacidad de Respuesta

En lo que respecta a la capacidad de respuesta mediante el uso de la banca on-line se obtuvo una buena percepción con porcentajes del 37,76% y 31,94% para las opciones “Totalmente de acuerdo” y “De acuerdo” respectivamente; tal como se observa en la siguiente figura:

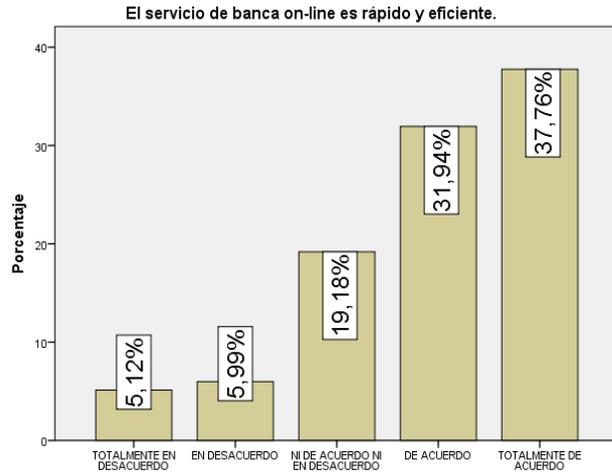


Figura 8. Atributo CR1

Para el atributo CR2 referente a los recursos con los que cuenta el banco para facilitar las transacciones, se denota que para las opciones “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo” existe una alta conformidad contando con un 37,50% y 36,81% respectivamente, como se observa en la siguiente figura.

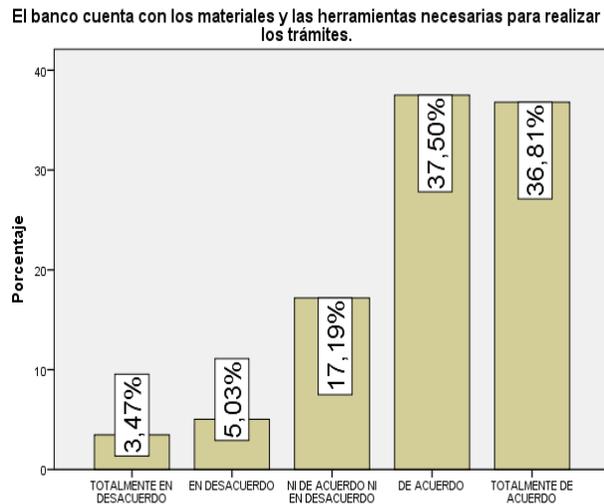


Figura 9. Atributo CR2

En los atributos CR3 y CR4 relacionados directamente con la velocidad de atención por parte de las entidades bancarias evaluadas se obtuvo que para el atributo CR3, predomina notoriamente la opción “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” con un 30,82% como se puede apreciar en el siguiente gráfico de barras:

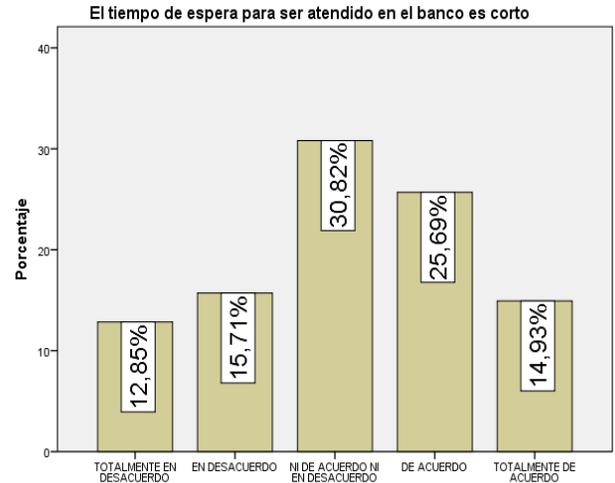


Figura 10. Atributo CR3

No obstante, al evaluar la agilidad de atención en el atributo CR4, se obtuvo una mejor percepción de calidad que en CR3 con un 30,21% y 23,26% en las dos mejores calificaciones respectivamente.

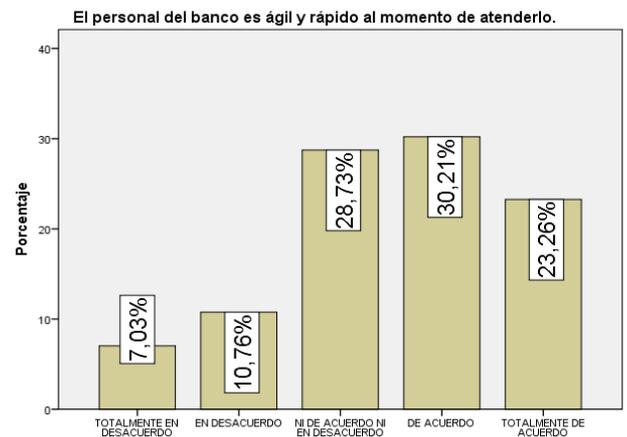


Figura 11. Atributo CR4

D. Resultados por Dimensión: Responsabilidad

Respecto al análisis de la dimensión de responsabilidad se obtuvo una tendencia notoriamente positiva en el uso de la banca on-line con porcentajes de 30,99% y 33,07% en las opciones “Totalmente de acuerdo” y “De acuerdo”, lo cual significa un alto nivel de confianza en la utilización de herramientas virtuales para la administración de sus cuentas.

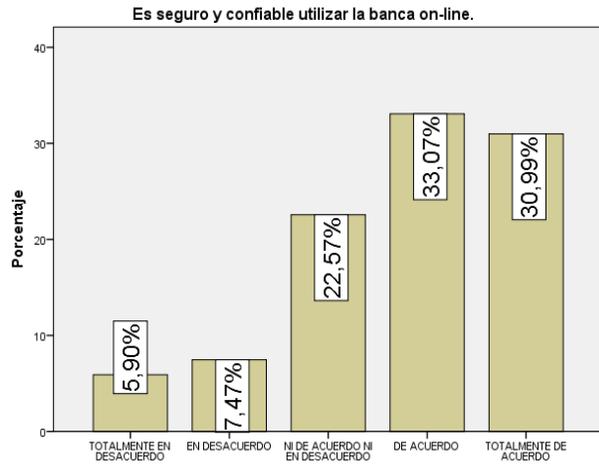


Figura 12. Atributo R1

Existe también una alta percepción de calidad en la atención al cliente con una mayor tendencia en las opciones “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo” con porcentajes del 38,11% y 37,93% como se aprecia en el siguiente gráfico:

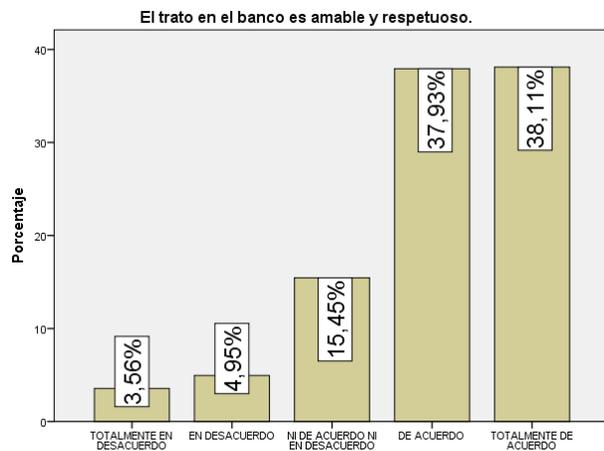


Figura 13. Atributo R2

Para el último atributo de la dimensión responsabilidad, se obtuvo una muy buena percepción en cuanto a la protección de datos y movimientos bancarios por parte de las 3 entidades bancarias con notables tendencias en las opciones “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo” con porcentajes acumulados del 75,88% en estas dos últimas opciones, tal como se observa en el siguiente gráfico:

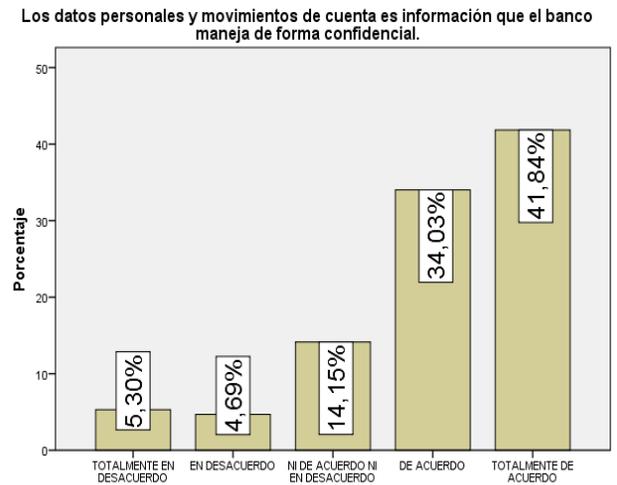


Figura 14. Atributo R3

E. Resultados por Dimensión: Empatía

Para el primer atributo analizado en esta dimensión se denota una tendencia compartida por los tres bancos evaluados, situando la mayor cantidad de calificación en las opciones “Totalmente de acuerdo” y “De acuerdo” con porcentajes del 32,38% y 33,85% respectivamente, con lo cual se deja constancia que los clientes se sienten mayormente satisfechos por los horarios estipulados por los bancos y de manera general comparten características en cuanto a sus horarios de atención aunque también se tiene un porcentaje del 22,22% que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con los horarios estipulados por los bancos.

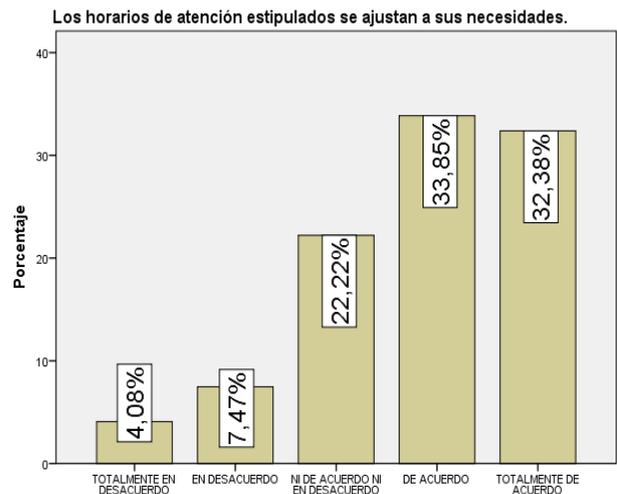


Figura 15. Atributo E1

De la misma manera, el atributo E2 presenta una tendencia compartida por las tres entidades bancarias analizadas en las opciones “De acuerdo” y “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” con un 28,82% y 28,21% respectivamente; los resultados se pueden observar en el siguiente gráfico:

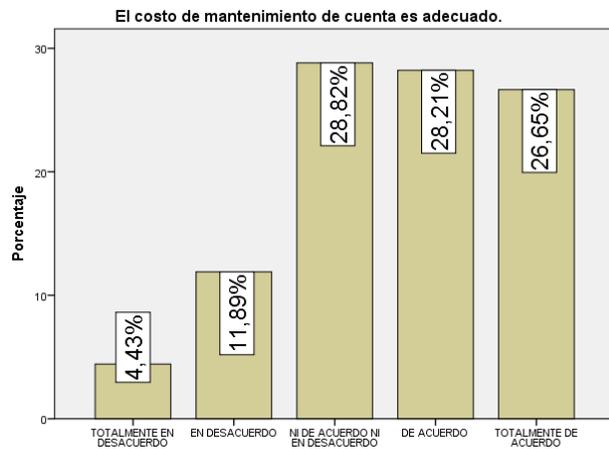


Figura 16. Atributo E2

Mientras que para el atributo E3 la percepción de cobertura es considerablemente buena, correspondiendo el 37,76% para la opción “totalmente de acuerdo” y el 26,24% para la opción “de acuerdo”. A pesar de ello, el 20,05% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

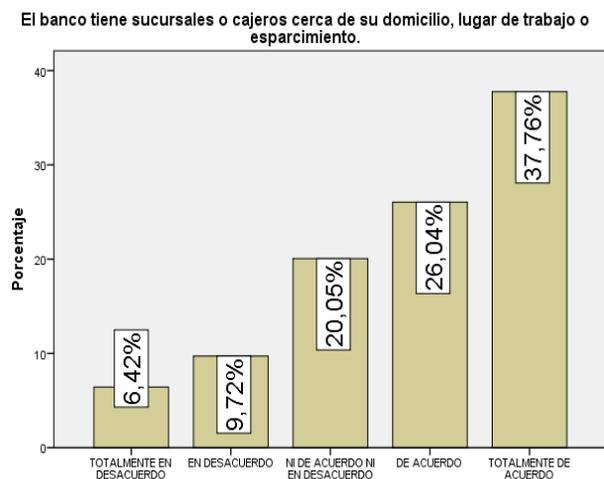


Figura 17. Atributo E3

En el análisis del atributo E4 referente a la facilidad de uso de la aplicación para teléfono inteligente se aprecia una muy buena percepción con un 38,98% de aceptación en la opción “Totalmente de acuerdo”, pero el 25,43% de los encuestados fue imparcial indicando que no está “ni de acuerdo ni en desacuerdo” con dicho atributo. Así se muestra en el siguiente gráfico:

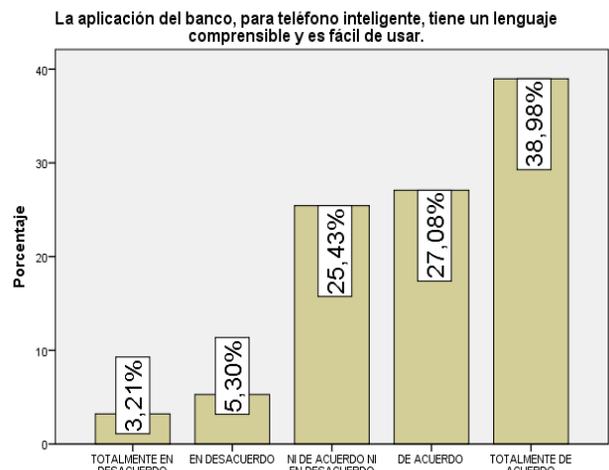


Figura 18. Atributo E4

F. Resultados por Dimensión: Elementos Tangibles

Para el análisis de la dimensión Elementos Tangibles se consideran aspectos como la infraestructura física, seguridad, comodidad y equipos tecnológicos de las entidades bancarias evaluadas. Estos atributos identificados como ET1, ET2 y ET3, presentan tendencias similares para los tres bancos, de los cuales se obtuvo una muy buena percepción con porcentajes superiores al 36% para las opciones “Totalmente de acuerdo” de todos los atributos de esta dimensión, como se aprecia en los gráficos 19, 20 y 21, dejando claro que la percepción de esta dimensión es bastante buena.

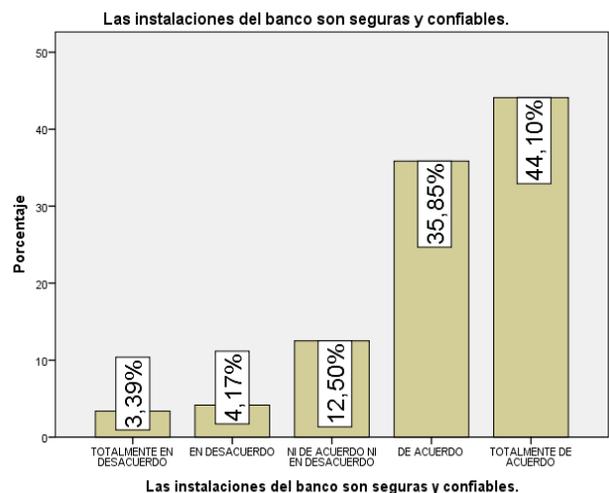


Figura 19. Atributo ET1

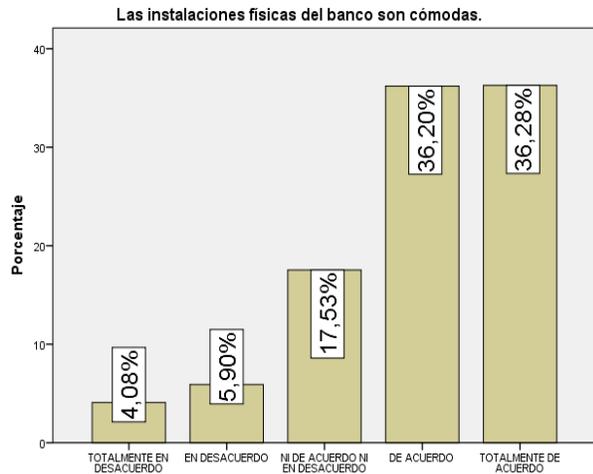


Figura 20. Atributo ET2

El banco cuenta con equipos modernos y funcionales que le permiten brindar un buen servicio.

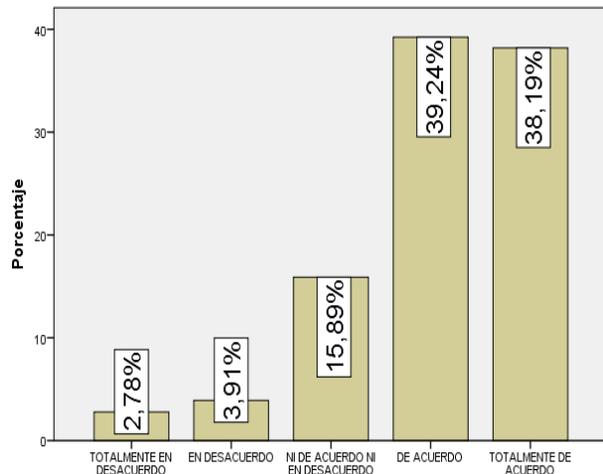


Figura 21. Atributo ET3

G. SERVPERF

Como resultado de la evaluación de promedios aplicado a los resultados de las dimensiones del modelo SERVPERF, se obtuvo que la dimensión “Fiabilidad” es la que presenta las calificaciones más bajas con promedios de 3.26, 3.32 y 3.59 para el banco Pichincha, Pacífico y Produbanco, respectivamente. Esto se puede interpretar como un “vacío” según el modelo SERVPERF, el cual debe ser trabajado por parte de las entidades bancarias.

Por el contrario, las dimensiones correspondientes a responsabilidad y elementos tangibles presentan los promedios más altos en toda la evaluación, siendo Produbanco el líder en ambos aspectos. Los resultados por cada dimensión correspondiente a cada banco se pueden observar de forma simplificada en la siguiente tabla:

Tabla 3
Media SERVPERF por dimensión y banco

Bancos	Fiabilidad	Capacidad de Respuesta	Responsabilidad	Empatía	Elementos Tangibles
Banco Pichincha	3,26	3,52	3,90	3,72	3,99
Banco Pacífico	3,32	3,55	3,90	3,84	4,02
Banco Produbanco	3,59	3,85	4,00	3,80	4,12
Media	3,39	3,64	3,93	3,78	4,04

IV. CONCLUSIONES

De este estudio se concluye que, a pesar de que los bancos en Ecuador manejan muy bien sus niveles de responsabilidad y elementos tangibles, estas características no son suficientes para considerarse fiables desde la perspectiva de los usuarios. De esta manera, los atributos referentes a la dimensión de fiabilidad corresponden a debilidades que se pueden convertir en oportunidades de mejora, dichos atributos se pueden resumir de la siguiente manera:

- Comunicación respecto a desacuerdos en la relación “banco – cliente”.
- Respeto a cuentas y prohibición del débito automático de servicios no solicitados (seguros de vida, dentales, etc.).
- Detalle de información sobre beneficios, obligaciones y sanciones de forma comprensible al ofertar un servicio bancario.

De forma análoga, a pesar de que actualmente la mayoría de las entidades bancarias se han adaptado a los cambios tecnológicos y han usado esto a su favor para sistematizar la comunicación con sus clientes, este estudio demuestra que la capacidad de respuesta también corresponde a una clara oportunidad de mejora. Por tanto, estas entidades deben trabajar en aspectos relacionados a los siguientes atributos:

- Rapidez y eficiencia de servicios online.
- Materiales y recursos que facilitan los trámites bancarios.
- Tiempo de espera en la atención al cliente.

Cabe mencionar que, el impulso de trabajar en la mejora continua de las deficiencias que poseen las entidades bancarias no debería restar importancia o menos esfuerzo en mantener las fortalezas que posee en cuanto a sus niveles de responsabilidad, elementos tangibles y empatía.

Referencias bibliográficas

- [1] Lafuente, D. (2001). La crisis de los bancos privados en el Ecuador: una aplicación de los modelos de duración. *Cuestiones Económicas*, 17(3.3), 7-37. Obtenido de https://www.bce.fin.ec/cuestiones_economicas/images/PDFS/2001/No3/Vol.17-3-2001DANILOLAFUENTE.pdf
- [2] Comercio. (2018). Radiografía económica de la Provincia del Guayas. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/pages/economia-provincia-guayas.html>
- [3] Udaondo, M. (2019). *Asociación Española para la Calidad*. Obtenido de <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/modelos-de-calidad>
- [4] Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *J. Mark.*
- [5] Torre, M., & Vásquez, C. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *Compend*, 57-76.
- [6] Ibarra, L. E., & Casas, E. V. (2015). Aplicación del modelo SERVPERF en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y Administración*, 60(1), 229-260.
- [7] Jaráiz, E., & Pereira, M. (2014). *Guía para la realización de estudios de análisis de la demanda y de evaluación de la satisfacción de los usuarios*. Madrid: Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas
- [8] Bancos, S. d. (2018). *Portal Estadístico de la Superintendencia de Bancos*. Obtenido de <http://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/portalestudios/>
- [9] Granda, C., & Feijoo, E. (2018). *Reporte de Economía Laboral*. Cengage Learning.
- [10] Quero Virla, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, 12(2), 248-252. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99315569010.pdf>