

Satisfacción del Cliente y Eficiencia Operativa en la Agencia Estadio de la Cooperativa La Merced

Customer Satisfaction and Operational Efficiency at the Estadio Agency of Cooperativa La Merced
María Fernanda Mejía-Auquilla, Jaime Tinto-Arandes, Jorge Ormaza-Andrade

Resumen

La investigación propuesta se sitúa en el ámbito financiero de la ciudad de Cuenca y evalúa la relación entre la eficiencia operativa y satisfacción del socio o cliente. El estudio realizado es de tipo no experimental, descriptivo y correlacional. Para el desarrollo de esta investigación se utilizó como muestra a 83 socios y clientes de la agencia El Estadio de la Cooperativa La Merced a quienes se les aplicó una encuesta estructurada de 20 preguntas que englobaba las dos variables: independiente y dependiente. Los datos obtenidos fueron analizados mediante el software SPSS. Su consistencia interna por coeficiente de Alpha de Cronbach fue de 0,745 y la correlación de Pearson de 0,815. Una gestión administrativa eficiente, caracterizada por la planificación estratégica, definición de políticas y eficiencia operativa, contribuye significativamente a la satisfacción del cliente. Se concluye que, la mejora de la eficiencia operativa no solo optimiza procesos internos, sino contribuye a la calidad del servicio percibido por socios o clientes. Esto, a su vez, aumenta la fidelidad y satisfacción del cliente, por lo que, la cooperativa debería implementar estrategias que fortalezcan estos aspectos importantes para el crecimiento y sostenibilidad dentro del entorno financiero en donde cada vez se vuelve altamente competitivo. Palabras clave: satisfacción del cliente; eficiencia operativa; gestión administrativa; calidad de servicio; cooperativas de ahorro y crédito.

María Fernanda Mejía-Auquilla

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | maria.mejia.55@est.ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0007-6215-4637>

Jaime Tinto-Arandes

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | jtinto@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-8507-6837>

Jorge Ormaza-Andrade

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | jormaza@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-5449-1042>

<https://doi.org/10.46652/runas.v6i11.244>

ISSN 2737-6230

Vol. 6 No. 11 enero-junio 2025, e250244

Quito, Ecuador

Enviado: enero 14, 2025

Aceptado: marzo 13, 2025

Publicado: marzo 26, 2025

Continuous Publication



Abstract

The proposed research is situated within the financial sector of the city of Cuenca and evaluates the relationship between operational efficiency and member or client satisfaction. The study is non-experimental, descriptive, and correlational. For this research, a sample of 83 members and clients of the El Estadio branch of Cooperativa La Merced was selected, and a structured survey comprising 20 questions was administered to assess both the independent and dependent variables. The data obtained were analyzed using SPSS software. The internal consistency, measured by Cronbach's Alpha coefficient, was 0,745, and the Pearson correlation was 0,815. An efficient administrative management, characterized by strategic planning, policy definition, and operational efficiency, significantly contributes to customer satisfaction. The study concludes that improving operational efficiency not only optimizes internal processes but also enhances the quality of service perceived by members or clients. This, in turn, increases customer loyalty and satisfaction. Therefore, the cooperative should implement strategies to strengthen these key aspects, which are essential for growth and sustainability in an increasingly competitive financial environment.

Keywords: customer satisfaction; operational efficiency; administrative management; service quality; savings and credit cooperatives.

Introducción

La investigación en torno a la gestión administrativa y su impacto en la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa ha generado hallazgos significativos en diversos sectores. La gestión administrativa eficiente se identifica como un factor crucial para el éxito organizacional, debido a que se debe establecer metas claras, planificación estratégica y la definición de políticas que guían las operaciones diarias (Cevallos-Zambrano & Esquivel-García, 2023). Estos elementos permiten una alineación organizacional efectiva, reduciendo ineficiencias y mejorando el desempeño integral.

La satisfacción del cliente es un indicador fundamental del desempeño organizacional, pues refleja la calidad del servicio y la capacidad de la institución para responder a las expectativas de socios y clientes (Casamen Gualotuña, 2024). Por otro lado, la eficiencia operativa es clave en el rendimiento operativo máximo de las instituciones financieras, dado que al implementar el uso de metodologías ágiles aumenta la eficiencia de procesos internos, permitiendo a las instituciones optimizar los recursos y reducir costos (Khaleel Khashman, 2023).

En el Ecuador existe una gran cantidad de entidades financieras, siendo necesario que los servicios financieros y la calidad de atención que se ofertan cumplan con las expectativas de los socios o clientes, logrando fidelizar al usuario (Barreto Regalado et al., 2023). Según estudios recientes, el 72% de casos analizados indican que la correcta gestión de procesos operativos es un factor relevante para la mejora continua de una institución, es oportuno precisar que la optimización de estos procesos no solo reduce tiempos de respuesta, sino que también mejora la percepción del servicio recibido consiguiendo la fidelización de los socios o clientes (Cevallos-Zambrano & Esquivel-García, 2023) (Villarreal Meza et al., 2022).

La Cooperativa de Ahorro y Crédito La Merced, tiene una trayectoria de 60 años en el mercado financiero nacional, con 24 agencias a nivel nacional en siete provincias del Ecuador, siendo

estas Azuay, Cañar, Loja, Morona Santiago, Pastaza, Pichincha, Cotopaxi y Guayas, cuenta con más de 95000 socios brinda productos y servicios de vanguardia disponibles y accesibles para todos los socios y clientes. La determinación de factores clave, satisfacción del cliente y eficiencia operativa responde a la pregunta científica de: ¿Cómo afectan los procedimientos administrativos y la asignación de recursos en la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente en la Agencia Estadio de la Cooperativa La Merced? Además, resuelve el objetivo general de investigación: Analizar el impacto de la reducción de procesos administrativos y una mejor asignación de recursos en la satisfacción del cliente y en la eficiencia operativa en la Agencia Estadio.

Referencial teórico

Definición de cooperativas de ahorro y crédito

Las cooperativas de ahorro y crédito son entidades orientadas a la atención centrada de las personas, surgen con el objetivo de satisfacer, orientar y cubrir las necesidades de sus integrantes (socios y clientes). Se caracterizan porque emplean sus ingresos excedentes para ofrecer créditos más accesibles y generar mayor rendimiento sobre los ahorros con la implementación de nuevos productos o servicios (Luque González & Peñaherrera Melo, 2021).

La eficiencia operativa está estrechamente ligada a los beneficios percibidos por los socios y a la oferta de precios competitivos en las transacciones. Esto indica que la optimización de procesos operativos no solo tiene un impacto interno, sino también un efecto directo en el valor entregado a los socios, es decir, la satisfacción del cliente (Chabusa Vargas et al., 2019).

En consecuencia, en el país las cooperativas de ahorro y crédito desempeñan un papel significativo en el sistema financiero, especialmente en lugares donde los bancos tienen poca presencia, estas instituciones buscan atraer más socios o clientes para ayudarlos a alcanzar o contribuir con el logro de sus objetivos al otorgar préstamos, así también, al momento de realizar una inversión que ésta crezca en intereses para el beneficio del socio y de la institución.

Definición del concepto gestión administrativa

La gestión administrativa se define como el conjunto de etapas o pasos para el planteamiento de objetivos, organización, dirección, ejecución de estrategias de mejora y control de procesos operativos, con el fin de alcanzar los objetivos señalados dentro de una organización (Abarca et al., 2020). Para que una empresa u organización funcione de manera eficaz es necesario aplicar todas las etapas mencionadas, por lo que, se sugiere que la administración implica coordinar y supervisar actividades para cumplir metas de manera eficaz adaptándose a las características y al entorno de la organización (Salguero-Barba & García-Salguero, 2018).

Entonces para una gestión administrativa eficiente es necesario que desde los líderes que dirigen empresas u organizaciones, deben estar preparados para enfrentar los cambios que se dan en el entorno, apoyándose con tecnologías ágiles para el desarrollo de proyectos efectivos con metas alcanzables que promuevan una gestión administrativa estratégica asegurando el crecimiento y estabilidad de una institución.

Definición del concepto satisfacción del cliente

Este es un indicador fundamental del desempeño organizacional, debido a que refleja la calidad del servicio y la capacidad de la institución para responder a las expectativas de los socios y clientes, es decir, la satisfacción del cliente es una expresión de emociones que tiene el socio o cliente al recibir un servicio, que termina con la comparación de percepciones y expectativas (Casamen Gualotuña, 2024).

Para lograr que los socios o clientes se sientan satisfechos es necesario que se adopten técnicas como una conexión más directa con el socio, conocer sus necesidades o inquietudes, para ello la calidad del servicio otorgado determinará el nivel de triunfo de una institución (Aramayo Mendoza, 2020). Además, Cevallos-Zambrano & Esquivel-García (2023), señalan que, la satisfacción del cliente es clave para la mejora continua de una empresa u organización pues con ella se logra la identificación de áreas críticas en las que se deben intervenir con prioridad.

En concordancia con lo antes expuesto, la satisfacción del cliente es un factor fundamental para medir la consecución de una empresa, especialmente en el sector financiero en donde las relaciones con los socios y clientes son diarias y dinámicas. Además, al crear una conexión más profunda con los socios entendiendo las expectativas y percepciones, se cumplen con las expectativas y necesidad generando confianza y fidelidad. Finalmente, con un enfoque centrado en la calidad del servicio y eficiencia operativa, se fortalecerá la imagen y sostenibilidad de una cooperativa de ahorro y crédito.

Modelos de satisfacción del cliente

Existen varios modelos de satisfacción del cliente que se arraigan desde la época de los setenta, partiendo desde el barómetro sueco, modelo SERVPERF, SERVQUAL y BANKSERV, dentro de los más conocidos.

El modelo SERVPERF se basa en tres componentes: servicio y características, proceso de envío o entrega y el ambiente, permitiendo la medición y evaluación en escala de los atributos esenciales de un servicio. Luego, el modelo SERVQUAL, analiza tres dimensiones de mayor impacto: empatía, confiabilidad y sensibilidad, sobre la satisfacción del consumidor, concluyendo que la calidad de servicio que se brinda tiene una gran relación con la satisfacción (Pacheco Moreira &

Ramos Alfonso, 2020). Por último, el modelo BANKSERV que nace de la necesidad de evaluar y proyectar los niveles de satisfacción de socios y clientes en el área de instituciones financieras; incluye las tres dimensiones del modelo SERVQUAL detalladas anteriormente y otras tres que mediante la revisión bibliográfica son: comunicación, acceso a los ATMs, y conducta de los empleados. Entonces, este modelo busca que todos los socios y clientes se mantengan informados a partir de los servicios que brinda la institución financiera, es decir, una comunicación exitosa y asesoramiento financiero adecuado (Abarca et al., 2020).

Con respecto a lo antes mencionado, los modelos que evalúan la satisfacción del cliente consideran que la calidad del servicio entregado es una de las métricas más importantes, de ahí se percibe la satisfacción que tendrá el socio o cliente. En el ámbito financiero, al brindar servicios bancarios a un sin fin de personas, es necesario siempre conocer las necesidades, preocupaciones o recomendaciones para la implementación de estrategias que favorezcan en todo tiempo a la mejora continua de la institución.

Definición del concepto eficiencia operativa

Al hablar de eficiencia operativa que es la relación que existe entre los recursos utilizados y los resultados obtenidos en donde las instituciones financieras buscan alcanzar los objetivos mediante el empleo de diversos recursos como: humanos, financieros, tecnológicos e intangibles, se habla también de la eficacia refiriéndose las acciones que lleva a cabo una organización para alcanzar los mismos objetivos (Vera-Segovia & Narváez-Zurita, 2024).

En las instituciones financieras, la eficiencia operativa, incluye la optimización del tiempo de atención al socio o cliente, el uso adecuado de los recursos humanos y tecnológicos, y la minimización de costos, los cuales son un factor crucial para la sostenibilidad y competitividad de cualquier entidad financiera (Cevallos-Zambrano & Esquivel-García, 2023).

Además, el servicio otorgado al cliente y la eficiencia operativa son aspectos esenciales dentro de cualquier organización, debido a que los socios o clientes valoran un trato amable, profesional y ágil que reduzca tiempos de espera y ofrezca soluciones rápidas a sus necesidades financieras (Salvatore López et al., 2018). Asimismo, la accesibilidad a la información y el asesoramiento que se brinda es fundamental, permitiendo a los socios acceder fácilmente a detalles sobre productos, servicios, tarifas y políticas de la institución y sobre todo recibir orientación adecuada para la toma de decisiones de inversión (Pooya et al., 2020).

También, la resolución efectiva o eficiente de problemas es crucial, lo que implica la capacidad de las instituciones financieras para gestionar y resolver de manera adecuada las consultas y preocupaciones de los clientes, garantizando un servicio de calidad que fomente la confianza del cliente (Paredes et al., 2024).

En consecuencia, alcanzar esta eficiencia operativa no solo implica optimizar recursos y reducir costos, sino también poner al socio o cliente en el centro de todas las operaciones. Una

atención ágil, personalizada, profesional y empática es clave para generar confianza y fidelidad. Las instituciones financieras que equilibren la eficiencia operativa con una atención personalizada y resolutiva no solo alcanzarán sus objetivos, sino que también fortalecerán el crecimiento y liderazgo en un mercado altamente competitivo.

Burocracia en la gestión administrativa de las Cooperativas de Ahorro y Crédito

El término burocracia se asocia a un modelo positivo que busca neutralidad, eficiencia y eficacia en las diferentes instituciones u organizaciones mediante principios como la jerarquía, división de trabajo, estandarización de procesos y estructura de normas. Con el fin, de superar sistemas antiguos y tradicionales que suelen degenerar la fidelización con el usuario (Acuria-Moran et al., 2021).

Sin embargo, autores como Merton, Selznick y Gouldner han revisado el enfoque burocrático encontrando varias falencias como: falta de atención a la organización y diferencias individuales. Por lo que, los autores Selznick y Gouldner proponen un enfoque nuevo con el que se pueda lograr que las personas se sientan comprometidas para brindar una atención eficiente que no dependa tanto de las reglas formales, sino más bien de una cultura en común que fortalezca el vínculo entre socios o clientes y la organización (Acuria-Moran et al., 2021).

Con lo mencionado anteriormente, el término burocracia se basa en principios de neutralidad, eficiencia y eficacia, sin embargo, enfrenta críticas bastante considerables. Al implementar el modelo de burocracia tradicional que, si bien se basa en jerarquías rígidas y procesos estandarizados, los cuales han tratado de mantener el orden y eficiencia se debe fomentar el compromiso entre los miembros de una organización para mejorar la calidad del servicio y fortalecer las relaciones de confianza.

Metodologías ágiles en la eficiencia operativa

En el sector financiero, los avances en tecnología como: los servicios bancarios en línea y la automatización de procesos, han reducido drásticamente los tiempos de atención, mejorando la eficiencia y aumentando la satisfacción del cliente (Khaleel Khashman, 2023). Sin embargo, estas mejoras también presentan desafíos relacionados con la gestión del cambio y la integración de nuevos sistemas en organizaciones con estructuras administrativas rígidas (Ijara, 2020).

La eficiencia operativa en el ámbito global está vinculada con metodologías como Lean Management y Business Process Management (BPM). Estas herramientas permiten eliminar ineficiencias y optimizar recursos, son utilizadas en diversas industrias para mejorar la experiencia del cliente y reducir costos operativos. En este sentido, las instituciones financieras deben adaptar sus modelos a estas tendencias globales para evitar perder competitividad (Paredes et al., 2024) (Paul et al., 2016).

Por ello, a medida que la digitalización está más presente en la vida cotidiana, las instituciones financieras como bancos o cooperativas tienen el desafío de adaptarse a nuevas tecnologías para mejorar la calidad de los servicios que se brindan. La eficiencia operativa es uno de los aspectos más importantes debido a que, permite la automatización de procesos agilizando significativamente las operaciones financieras, por ende, mejorando la calidad del servicio y contribuyendo a la satisfacción del cliente.

Metodología

El diseño metodológico de la investigación fue de tipo no experimental, transversal, descriptivo, explicativo, correlacional y de campo, en razón, las variables independiente y dependiente buscaron estudiar las necesidades y preocupaciones de los clientes a partir de sus actitudes, opiniones y nivel de satisfacción (Barreto Regalado et al., 2023). Con la formulación de un enfoque mixto: al generar datos de forma cuantitativa, se logra obtener una base de datos para inferir en las características o relaciones de la muestra y de forma cualitativa porque se realiza el análisis de datos no numéricos (Iza López et al., 2021).

De igual manera, el estudio investigativo se desarrolló con los siguientes métodos: hipotético – deductivo, pues a partir de la revisión literaria se establecen una o varias hipótesis, para luego corroborar la certeza de las hipótesis a través de análisis estadísticos (Abarca et al., 2020). Muestreo aleatorio simple: para la obtención de una muestra representativa de la población, asegurando que cada socio o cliente tenga la misma probabilidad de estar dentro de la muestra (Giler Araujo et al., 2024). Descriptivo – correlacional: debido a que, se partió de la descripción de varias características similares con los factores a estudiarse y se analizó las relaciones que pudieran existir entre la calidad y eficiencia del servicio con la satisfacción del cliente (Abarca et al., 2020) (Casamen Gualotuña, 2024).

En cuanto a las técnicas e instrumentos de recopilación de datos se usaron encuestas o cuestionarios para recopilar datos de manera metódica y organizada para registrar y obtener toda la información dentro de la Cooperativa (Giler Araujo et al., 2024) (Pacheco Moreira & Ramos Alfonso, 2020).

Se recolectaron datos por cuestionarios y formularios elaborados en línea, estos fueron analizados e interpretados mediante el programa SPSS que dieron lugar a métodos estadísticos como Alpha de Cronbach y correlación (Barreto Regalado et al., 2023). Con la aplicación de figuras descriptivas, es decir, gráficos de barra, pasteles se podría visualizar los datos de manera clara y comprensible destacando las principales conclusiones del análisis (Giler Araujo et al., 2024).

Para este estudio se determinó un total de 83 participantes, los cuales fueron socios o clientes de la agencia Estadio de la Cooperativa La Merced. Para la elaboración del instrumento se partió de la técnica de la encuesta con 20 preguntas, en donde constaban las variables a analizar, eficiencia operativa y satisfacción del cliente.

n=105			83
-------	--	--	----

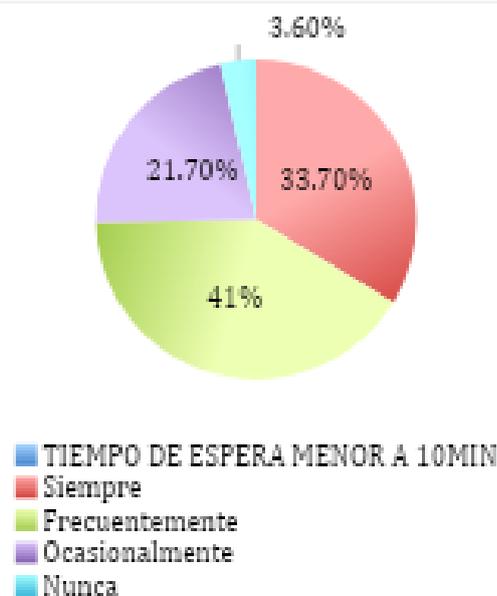
- De donde:
- Z = intervalo de confianza del 95% con un valor crítico de $Z=1.96$
- p = probabilidad de éxito del 50%
- q = $(1-p)$ probabilidad de fracaso del 50%
- N = Población finita
- e = error del muestreo aceptable del 5%
- $n = 105$

Resultados

Análisis descriptivo

Para la evaluación de resultados se consideró dos variables: eficiencia operativa y satisfacción del cliente. A continuación, se detalla los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a socios o clientes de la agencia El Estadio de la Cooperativa La Merced.

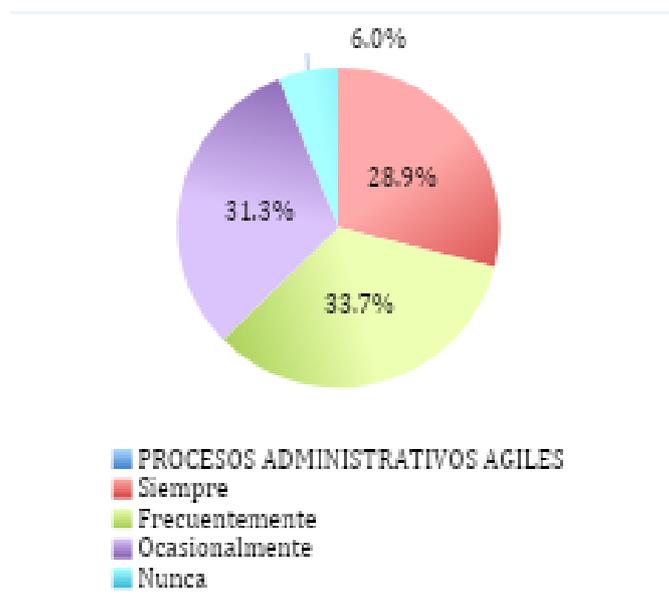
Figura 1. Tiempo de espera menor a 10 minutos



Fuente: elaboración propia

Nota. Mediante el gráfico 1., se puede observar que el 74,7% de los socios o clientes encuestados experimentan tiempos menores a 10 minutos ya sea siempre o frecuentemente, sin embargo, el 25,3% de personas esperan ocasionalmente o nunca menos de 10 minutos, por lo que es un aspecto importante a considerar para mejorar la calidad del servicio. Por ello, es sumamente significativo identificar los posibles cuellos de botella o puntos críticos de los procesos operativos que puedan estar causando la insatisfacción de socios o clientes en referencia al servicio brindado.

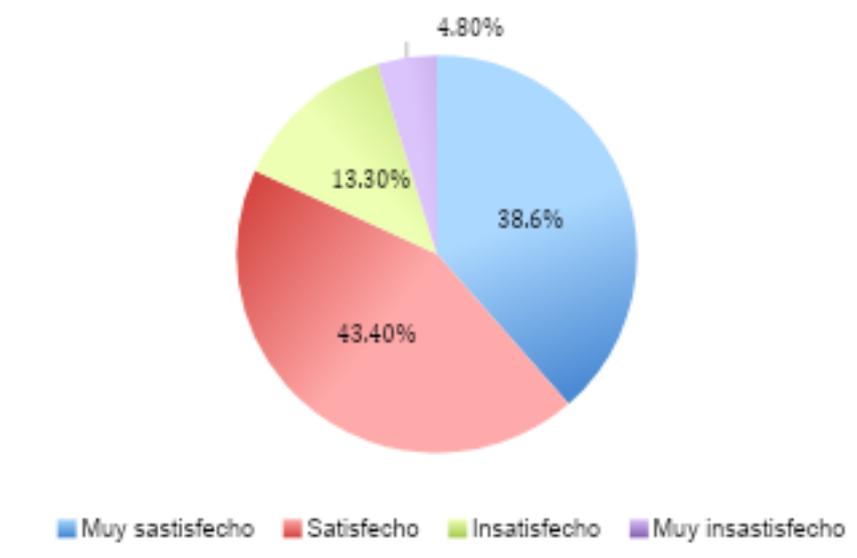
Figura 2. Procesos administrativos ágiles



Fuente: elaboración propia

Nota. Se constató que los procesos administrativos son ágiles siempre con el 28,9%, frecuentemente un 33,7%, ocasionalmente 31,3% y nunca un 6%. De acuerdo con estos porcentajes la mayoría de los encuestados, es decir, el 62,6%, perciben los procesos administrativos como ágiles, ya sea siempre o frecuentemente. Sin embargo, se puede evidenciar mediante el gráfico 2., que hay una insatisfacción notable debido a que el 37,3% de los encuestados experimentan dificultades importantes con los procesos, siendo necesario tomar medidas para analizar, mejorar y realizar un seguimiento de los procesos administrativos para asegurar la satisfacción de todos los socios o clientes.

Figura 3. Satisfacción del socio o cliente ante la resolución de problemas



Fuente: elaboración propia

Nota. El gráfico 3, indica el nivel de satisfacción de los socios o clientes ante la resolución de problemas, el 82% de las personas encuestadas están satisfechos o muy satisfechos, lo que indica que el personal de la agencia está haciendo un buen trabajo en general. Sin embargo, el 18% de socios o clientes están insatisfechos o muy insatisfechos, lo cual es un área de oportunidad importante para la agencia pues se debe tomar medidas proactivas para fortalecer la relación con los socios o clientes fomentando la lealtad a largo plazo.

Alfa de Cronbach

Este coeficiente se evalúa para determinar la consistencia del conjunto de datos que se obtuvieron de la encuesta realizada, se detalla a continuación en la Tabla 1.

Tabla 1. Confiabilidad del modelo teórico por coeficiente Alpha de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
,745	20

Fuente: adaptado de las salidas del SPSS

Nota. En la Tabla 1., se puede observar los resultados al analizar el coeficiente Alfa de Cronbach de las preguntas para el levantamiento de información. Con un valor de 0,745 indica que se considera aceptable o incluso bueno, es decir, las 20 preguntas del cuestionario aplicado a los socios o clientes están relacionadas entre sí y la consistencia interna es adecuada, por lo tanto, existe fiabilidad del instrumento de medición utilizado.

Tabla 2. Análisis de correlación de resultados

		Eficiencia operativa	Satisfacción del socio o cliente
Variable Independiente	Correlación de Pearson	1	,815**
Eficiencia Operativa	Sig. (bilateral)		<,001
	N	83	83
Variable dependiente	Correlación de Pearson	,815**	1
Satisfacción del socio o cliente	Sig. (bilateral)	<,001	
	N	83	83

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: adaptado de las salidas del SPSS (2022).

Nota. En la Tabla 2., se puede observar la correlación que existe entre la variable independiente y dependiente: Eficiencia operativa y satisfacción del socio o cliente, para esto se ha evaluado el coeficiente de Pearson el cual es de ,815, este valor se encuentra entre -1 y 1. En consecuencia, se interpreta que existe una correlación positiva muy fuerte entre la variable independiente y dependiente, lo que significa que a medida que aumenta la eficiencia operativa, tiende a aumentar la satisfacción del socio o cliente y viceversa.

La significación bilateral es sumamente baja (<,001), indica que la correlación observada es estadísticamente significativa, por ende, es poco probable que la correlación analizada sea debida al azar, concluyendo que hay una relación real entre eficiencia y satisfacción.

Discusión

En relación con los resultados obtenidos en la presente investigación, las variables independiente y dependiente: eficiencia operativa y la satisfacción del socio o cliente de la Agencia Estadio de la Cooperativa La Merced, se correlacionan de manera positiva en cómo afectan los procedimientos administrativos, la asignación de recursos y el tiempo de espera en la satisfacción del socio o cliente.

El tiempo de espera, es uno de los factores claves para la evaluación de la satisfacción, en los hallazgos encontrados el 74,7% de socios o clientes experimentan tiempos de espera menor a 10 min, sin embargo, el 25,3% de los encuestados experimentan tiempos de espera más largos, esto puede deberse a cuellos de botellas en los procesos administrativos, corroborando con Tukiran et al. (2021), quienes sugieren que el manejo de los tiempos de espera es esencial y que las empresas u organizaciones deben optimizar flujos operativos con el fin mejorar la percepción del servicio recibido.

Además, el 62,6% de las personas encuestadas indican que los procesos administrativos son ágiles. Estos resultados hacen relación con los estudios recientes de Cevallos-Zambrano & Esquivel-García (2023), Casamen Gualotuña, (2024) y Paredes et al. (2024), quienes señalan que una gestión administrativa eficiente contribuye a la optimización de procesos e impacta positivamente en la experiencia del cliente

La correlación positiva de 0,815 observada en los resultados se asimila a la encontrada en la investigación de Vera-Segovia y Narváez-Zurita (2024), quienes indican que las instituciones financieras que implementan procesos administrativos eficientes aumentan significativamente los niveles de satisfacción de los socios o clientes. También, Khaleel Khashman (2023), concluye que la eficiencia operativa afecta directamente a la percepción de calidad del servicio por parte del cliente, corroborando que la optimización de procesos internos no solo mejora la eficacia dentro de la institución, sino que también brinda una mayor satisfacción del cliente.

Conclusión

La satisfacción al cliente dentro de una institución financiera debe nacer desde la gestión administrativa eficiente para cumplir con las exigencias y necesidades. Es sumamente necesario que el socio o cliente se sienta satisfecho, pues la organización o institución logra la fidelización del usuario y con ello el crecimiento y estabilidad organizacional.

Dentro del desarrollo de esta investigación se pudo evidenciar que una apropiada eficiencia operativa y satisfacción del socio o cliente son pilares fundamentales para el posicionamiento, competitividad y realce de una institución financiera. La implementación de tecnologías ágiles y la adaptación de nuevas tendencias de digitalización son esenciales para disminuir la burocracia o procesos administrativos innecesarios, es decir, que al fortalecer la eficiencia operativa no solo

se optimiza tiempos de respuesta y recursos, sino que mejora la percepción del servicio recibido. Cabe recalcar, que la satisfacción del socio o cliente es uno de los indicadores del desempeño organizacional, así como un motor para la mejora continua y éxito de cualquier Cooperativa o entidad financiera.

Finalmente, las entidades financieras deben brindar un servicio de calidad, con disponibilidad de servicios financieros accesibles y oportunos pues las relaciones con los socios o clientes son diarias, en este aspecto se debe entender las expectativas y percepciones de los socios creando una conexión más profunda generando confianza y preferencia. Además, con un enfoque centrado en la calidad del servicio y eficiencia operativa, se fortalecerá la imagen y sostenibilidad de cualquier empresa. Por ende, se concluye que la investigación responde a la pregunta y al objetivo general de la investigación en medida que la reducción de procesos administrativos y la mejor asignación de recursos contribuyen a la eficiencia operativa y satisfacción del socio o cliente.

Referencias

- Abarca, E., Acosta, A., & Bajaña, Y. (2020). Determinación de los factores que influyen en la satisfacción del cliente de servicios bancarios de la ciudad de Guayaquil. *Revista Universidad de Guayaquil*, 131(2), 41-57. <https://doi.org/10.53591/rug.v131i2.1360>
- Acuria-Moran, J. P., Barahona-Villarreal, K. M., & Granoble-Chancay, E. P. (2021). Burocracia administrativa y microcrédito en las MIPYMES: Una mirada a su eficiencia. *Polo del Conocimiento*, 6(4), 228-245. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i4.2557>
- Aramayo Mendoza, W. (2020). Calidad del servicio, satisfacción y fidelización. *Revista Ñeque*, 3(7), 161-175. <https://doi.org/10.33996/revistaneque.v3i7.39>
- Barreto Regalado, C. J., Solis Muñoz, J. B., & Tenesaca Qhizhpe, P. G. (2023). Factores asociados a la satisfacción del cliente. Entidad financiera de la Economía Popular y Solidaria Austro, Ecuador. Religación. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 8(35). <https://doi.org/10.46652/rgn.v8i35.1039>
- Casamen Gualotuña, E. A. (2024). La calidad del servicio financiero y la satisfacción de los clientes en una cooperativa de ahorro y crédito. *Revista Enfoques*, 8(32), 269-281. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v8i32.193>
- Cevallos-Zambrano, S., & Esquivel-García, R. (2023). Gestión de procesos operativos y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la Distribuidora PAMOGA S.A., cantón Portoviejo, provincia de Manabí. *593 Digital Publisher CEIT*, 8(2-1), 115-123. <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.2-1.1742>
- Chabusa Vargas, J. L., Delgado Estrada, S. M., & Mackay Castro, C. R. (2019). Administración del riesgo operativo en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador. *Revista de ciencias sociales*, 25(4), 134-147.

- Giler Araujo, J. J., Alvarado Cagua, K. J., Yela Burgos, R. T., Choez Muñiz, F. V., & Garcia Salazar, J. A. (2024). Impacto de la digitalización en el sector bancario ecuatoriano: Transformaciones, desafíos y oportunidades para el futuro financiero: Impact of digitalization in the Ecuadorian banking sector: Transformations, challenges and opportunities for the financial future. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(5). <https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2658>
- Ijara, T. M. (2020). Service Quality and Financial Performance of Banks (A Meta-Analysis). *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*, 10(05), 349-359. <https://doi.org/10.29322/IJSRP.10.05.2020.p10141>
- Iza López, K. J., Rivera Piñaloza, D. V., & Tanqueño Colcha, O. P. (2021). Gestión de los factores de riesgo operacional en las instituciones del sistema financiero popular y solidario. *Conciencia-Digital*, 4(3), 81-93. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i3.1765>
- Khaleel Khashman, R. M. (2023). Customer Satisfaction Quality in Banking Sector. *International Journal of Business and Management*, 18(2), 15. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v18n2p15>
- Luque González, A., & Peñaherrera Melo, J. (2021). Cooperativas de ahorro y crédito en Ecuador: El desafío de ser cooperativas. REVESCO. *Revista de Estudios Cooperativos*, 138. <https://doi.org/10.5209/reve.73870>
- Pacheco Moreira, G. P., & Ramos Alfonso, Y. (2020). Evaluación de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente interno en una cooperativa de ahorro y crédito. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 5(7), 722-735.
- Paredes, L. M. J. Y., Carbajal, A. A. M., & Vera, K. J. C. (2024). Tecnología financiera al servicio del cliente: Percepción sobre herramientas digitales bancarias en Lima. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 26(3), 877-894. <https://doi.org/10.36390/telos263.07>
- Paul, J., Mittal, A., & Srivastav, G. (2016). Impact of service quality on customer satisfaction in private and public sector banks. *International Journal of Bank Marketing*, 34(5), 606-622. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2015-0030>
- Pooya, A., Abed Khorasani, M., & Gholamian Ghouzhdhi, S. (2020). Investigating the effect of perceived quality of self-service banking on customer satisfaction. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 13(2), 263-280. <https://doi.org/10.1108/IME-FM-12-2018-0440>
- Salguero-Barba, N. G., & García-Salguero, C. P. (2018). Gestión Administrativa Eficiente. *Polo del Conocimiento*, 3(9), 331. <https://doi.org/10.23857/pc.v3i9.748>
- Salvatore López, N. S., Morán Montalvo, C., & Cardenas Zambrano, S. (2018). La Gestión de riesgo en las operaciones de bancos privados en el periodo 2013-2016. *INNOVA Research Journal*, 3(11), 95-108.
- Vera-Segovia, H. I., & Narváez-Zurita, X. E. (2024). Medición del desempeño y auditoría de gestión: Herramientas para mejorar eficiencia operativa de las empresas [Performance measurement and performance auditing: tools to improve companies' operational efficiency]. *Revista Multidisciplinaria Perspectivas Investigativas*, 4, 156-165. <https://doi.org/10.62574/rmpi.v4iespecial.120>

Villarreal Meza, D. C., Cevallos Vizuite, M. G., Arias Portalanza, D. C., & Moya Palacios, K. A. (2022). Optimización de los procesos de logística, su mejora y satisfacción al cliente. *Conciencia Digital*, 5(1.3), 216-233. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v5i1.3.2137>

Autores

María Fernanda Mejía-Auquilla. Maestrante en el programa de Maestría en Administración de Empresas con mención en Dirección y Gestión de Proyectos.

Jaime Tinto-Arandes. Docente de la Maestría en Administración de Empresas con mención en Dirección y Gestión de Proyectos de la Universidad Católica de Cuenca.

Jorge Ormaza-Andrade. Docente tutor, de la Maestría en Administración de Empresas con mención en Dirección y Gestión de Proyectos de la Universidad Católica de Cuenca.

Declaración

Conflicto de interés

No tenemos ningún conflicto de interés que declarar.

Financiamiento

Sin ayuda financiera de partes externas a este artículo.

Nota

El artículo es original y no ha sido publicado previamente.