



Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), marzo-abril 2026,
Volumen 10, Número 2.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v10i2

AUDITORIA DE CALIDAD EN EL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO

**QUALITY AUDIT OF THE CUSTOMER SERVICE
PROCESS IN SAVINGS AND CREDIT COOPERATIVES**

Gema Viviana Carvajal Zambrano
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador

Karol Dayana Cabascango Chulde
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v10i2.23574

Auditoria de Calidad en el Proceso de Atención al Cliente en Cooperativas de Ahorro y Crédito

Gema Viviana Carvajal Zambrano¹vivicarvajalzambrano@gmail.comgema.carvajal@uleam.edu.ec<https://orcid.org/0000-0001-8451-9683>

PhD en Ciencias Técnicas

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Bahía de Caraquez

Ecuador

Karol Dayana Cabascango Chuldekarolcabascango@hotmail.com<https://orcid.org/0009-0009-8520-4136>

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Bahía de Caraquez

Ecuador

RESUMEN

La calidad del servicio en el sector financiero cooperativo constituye un factor determinante para la sostenibilidad institucional y la fidelización de los socios. Sin embargo, la variabilidad en la aplicación de los protocolos de atención puede generar inconsistencias en la percepción del servicio. El presente estudio tuvo como objetivo analizar la relación entre el cumplimiento de los protocolos de atención al cliente y la calidad del servicio percibida en una cooperativa de ahorro y crédito del segmento uno, mediante un análisis comparativo entre dos agencias. Se desarrolló una investigación con enfoque cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal y alcance correlacional. Se aplicó un cuestionario estructurado basado en el modelo SERVQUAL a una muestra de 200 socios. La confiabilidad del instrumento fue evaluada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach ($\alpha = 0,91$), evidenciando alta consistencia interna. El análisis incluyó estadística descriptiva y correlación de Pearson. Los resultados evidencian niveles elevados de percepción positiva del servicio (75%–90%) y un cumplimiento adecuado de los protocolos (75%–87%). Se identificó una correlación positiva significativa ($r = 0,68$; $p < 0,05$) entre ambas variables, lo que confirma que la estandarización de los procesos de atención incide directamente en la calidad percibida. Se concluye que la auditoría de calidad constituye un mecanismo clave para fortalecer la uniformidad del servicio, mejorar la experiencia del usuario y optimizar la gestión operativa en las cooperativas.

Palabras clave: calidad del servicio, atención al cliente, satisfacción del cliente, cooperativas de crédito, auditoría de calidad

¹ Autor principal

Correspondencia: gema.carvajal@uleam.edu.ec

Quality Audit of the Customer Service Process in Savings and Credit Cooperatives

ABSTRACT

Service quality in the cooperative financial sector is a determining factor for institutional sustainability and member loyalty. However, variability in the application of service protocols can lead to inconsistencies in service perception. This study aimed to analyze the relationship between compliance with customer service protocols and perceived service quality in a savings and credit cooperative in segment one, through a comparative analysis of two branches. A quantitative, non-experimental, cross-sectional, and correlational study was conducted. A structured questionnaire based on the SERVQUAL model was administered to a sample of 200 members. The instrument's reliability was assessed using Cronbach's alpha coefficient ($\alpha = 0.91$), demonstrating high internal consistency. The analysis included descriptive statistics and Pearson correlation. The results show high levels of positive service perception (75%–90%) and adequate compliance with protocols (75%–87%). A significant positive correlation ($r = 0.68$; $p < 0.05$) was identified between the two variables, confirming that the standardization of care processes directly impacts perceived quality. It is concluded that quality auditing is a key mechanism for strengthening service uniformity, improving the user experience, and optimizing operational management in cooperatives.

Key words: service quality, customer service, customer satisfaction, credit unions, quality audit

*Artículo recibido 20 marzo 2026
Aceptado para publicación: 15 abril 2026*



INTRODUCCIÓN

En el contexto actual de alta competitividad del sistema financiero, la calidad del servicio se ha consolidado como un factor estratégico para la sostenibilidad organizacional y la fidelización de los clientes. En particular, las cooperativas de ahorro y crédito desempeñan un rol fundamental en la inclusión financiera, lo que incrementa la necesidad de garantizar estándares homogéneos en la prestación del servicio.

A pesar de la existencia de protocolos de atención establecidos, la evidencia empírica sugiere que su aplicación no siempre es uniforme entre agencias, generando variabilidad en la percepción de la calidad del servicio. Esta problemática revela una brecha entre el diseño de los procesos y su ejecución operativa, lo que limita la eficiencia institucional.

Desde el enfoque teórico, el modelo SERVQUAL plantea que la calidad del servicio se configura a partir de la diferencia entre expectativas y percepciones del cliente. No obstante, estudios recientes evidencian que esta relación está mediada por factores internos como el cumplimiento de protocolos, la capacitación del personal y los mecanismos de control organizacional.

En este contexto, el presente estudio aborda un vacío relevante en la literatura: la limitada integración entre la auditoría de calidad y la evaluación de la percepción del servicio en el sector cooperativo. Por tanto, se plantea como objetivo analizar la relación entre el cumplimiento de los protocolos de atención y la calidad del servicio percibida, aportando evidencia empírica que contribuya al fortalecimiento de la gestión institucional.

Este estudio integra el enfoque de auditoría de calidad con el modelo SERVQUAL, proponiendo una aproximación empírica para evaluar la coherencia entre procesos internos y percepción del cliente en cooperativas financieras.

A nivel mundial, las organizaciones del sector financiero enfrentan un entorno cada vez más competitivo, en el que la calidad del servicio se ha convertido en un factor clave para la sostenibilidad institucional y la fidelización de los clientes. En este contexto, la atención al cliente ya no se concibe únicamente como un proceso operativo, sino como un elemento estratégico que influye directamente en la percepción, confianza y permanencia de los usuarios dentro de las instituciones financieras.

La literatura especializada coincide en que la calidad del servicio depende de la capacidad de las organizaciones para responder de manera consistente a las expectativas de sus clientes, garantizando experiencias satisfactorias en cada interacción (Parasuraman et al., 1988).

En el ámbito nacional, las cooperativas de ahorro y crédito representan un componente fundamental del sistema financiero del Ecuador, debido a su rol en la inclusión financiera, el fortalecimiento de las economías locales y la construcción de relaciones basadas en los principios de solidaridad y ayuda mutua. Estas organizaciones, al estar orientadas al servicio de sus socios, requieren mantener elevados estándares de calidad en sus procesos internos, especialmente en aquellos vinculados a la atención al cliente, ya que constituyen el principal canal de interacción entre la institución y sus usuarios. Según Veloz et al. (2017), en las cooperativas de menor tamaño la calidad del servicio se convierte en un indicador del desempeño del sistema de gestión empresarial, estrechamente relacionado con el compromiso, la motivación y el desempeño del talento humano.

La percepción que los socios tienen sobre el servicio recibido influye no solo en la imagen institucional, sino también en la sostenibilidad y crecimiento de las cooperativas. Parasuraman et al. (1988) sostienen que la calidad del servicio surge de la comparación entre las expectativas del cliente y la percepción del desempeño real del servicio, lo que evidencia la necesidad de evaluar de manera permanente los procesos de atención para asegurar que respondan a las demandas y necesidades de los usuarios. En este sentido, la auditoría de calidad se constituye en una herramienta fundamental, ya que permite examinar de forma sistemática los procesos operativos y de servicio, identificando debilidades, inconsistencias y oportunidades de mejora.

Desde una perspectiva organizacional, la auditoría moderna trasciende el enfoque exclusivamente financiero e incorpora la evaluación de los procesos internos y de servicio, reconociendo su impacto directo en la experiencia del cliente. Zambrano (2022) señala que la auditoría interna en las cooperativas de ahorro y crédito contribuye a la mejora continua, al verificar el cumplimiento de políticas, procedimientos y normativas, y al generar información relevante para la toma de decisiones orientadas a optimizar la eficiencia y la calidad del servicio.

En este marco, los protocolos de atención al cliente adquieren especial relevancia, ya que establecen lineamientos claros que orientan el comportamiento del personal en su interacción con los socios. El cumplimiento de dichos protocolos garantiza uniformidad en la prestación del servicio, reduce errores operativos y fortalece la confianza de los usuarios. No obstante, Veloz et al. (2017) advierten que, en la práctica, las agencias de una misma cooperativa pueden aplicar estos protocolos de manera diferente, lo que genera variaciones en la percepción de la calidad del servicio por parte de los socios.

Estas diferencias pueden estar asociadas a factores como la capacitación del personal, los mecanismos de control interno, la cultura organizacional y el nivel de compromiso con las normas establecidas. Chiavenato (2011) destaca que los sistemas de evaluación y control organizacional permiten identificar estas brechas en el desempeño, facilitando la implementación de acciones correctivas orientadas a mejorar los procesos y elevar la satisfacción del cliente. En cooperativas donde el socio cumple un doble rol como cliente y propietario, su percepción sobre la calidad del servicio adquiere un valor estratégico para la gestión institucional.

Asimismo, Kotler y Keller (2016) señalan que las organizaciones orientadas al cliente deben incorporar mecanismos permanentes de retroalimentación, que les permitan ajustar sus procesos y fortalecer la relación con sus usuarios. En este contexto, la auditoría de calidad del proceso de atención al cliente posibilita integrar el análisis del cumplimiento de los protocolos con la percepción del servicio recibido, generando información clave para fortalecer el control interno y promover la mejora continua.

A pesar de la existencia de protocolos de atención establecidos, se evidencia que no siempre se aplican de manera uniforme entre las distintas agencias de una misma cooperativa, lo que puede incidir en la percepción de la calidad del servicio por parte de los socios. Frente a esta problemática, surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Existe relación entre el cumplimiento de los protocolos de atención al cliente y la percepción de la calidad del servicio en una Cooperativa de Ahorro y Crédito del segmento uno, considerando un análisis comparativo entre dos de sus agencias?

En correspondencia con esta interrogante, el objetivo general del estudio es analizar la relación entre el cumplimiento de los protocolos de atención al cliente y la percepción de la calidad del servicio en una

Cooperativa de Ahorro y Crédito del segmento uno, mediante un análisis comparativo entre dos de sus agencias, con el propósito de identificar áreas de mejora, fortalecer la uniformidad en la atención y contribuir al desarrollo institucional, en concordancia con los principios del cooperativismo y las exigencias actuales del sistema financiero ecuatoriano.

MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio adoptó un enfoque cuantitativo con diseño no experimental y corte transversal. El alcance fue descriptivo-correlacional, permitiendo caracterizar las variables y analizar su relación. En el contexto de las cooperativas de ahorro y crédito, este enfoque permite transformar la experiencia del socio en datos numéricos que pueden ser analizados estadísticamente, facilitando la evaluación del desempeño institucional (Hernández-Sampieri, Fernández & Baptista, 2014).

Esta característica es pertinente para investigaciones en instituciones financieras cooperativas, donde los procesos de atención se desarrollan bajo normativas establecidas y no pueden ser alterados con fines experimentales (Kerlinger & Lee, 2002). Asimismo, se aplicó un corte transversal, permitiendo analizar la situación actual del servicio brindado a los socios en un momento específico del tiempo.

La población consistió en los socios activos de una cooperativa de ahorro y crédito del segmento uno, quienes recibieron atención en persona en las agencias de Bahía de Caráquez y Manta. La elección de los socios como unidad de análisis se debe a que, en el modelo cooperativo, el socio tiene un papel doble: es usuario del servicio y también forma parte esencial de la organización. Por eso, su opinión es muy importante para juzgar la calidad del cuidado y cómo se siguen los protocolos establecidos.

La muestra estuvo conformada por 200 socios seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. El instrumento de recolección fue un cuestionario estructurado en escala Likert de cinco puntos, compuesto por dos dimensiones:

- Calidad del servicio (modelo SERVQUAL)
- Cumplimiento de protocolos de atención

Posteriormente, se analizó la relación existente entre ambas variables, considerando que el cumplimiento adecuado de los protocolos constituye un elemento clave para garantizar una experiencia de servicio homogénea y de calidad en las cooperativas (Bisquerra, 2012).

Este tipo de muestreo permitió obtener información rápidamente y de forma directa en el entorno real donde se presta el servicio al cliente, lo que facilitó que los participantes se involucraran y se lograra recoger datos importantes sobre su experiencia. Aunque este método no permite aplicar los resultados a toda la población con una base estadística muy fuerte, sí ofrece evidencia real importante para entender cómo se percibe el servicio y si se siguen los protocolos en las agencias que se analizaron.

La técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta, aplicada mediante un cuestionario estructurado a los socios de la cooperativa, a través de la plataforma Google Forms. La encuesta es una técnica ampliamente utilizada en estudios sobre calidad del servicio, ya que permite recoger de manera sistemática la percepción de los usuarios respecto a los procesos de atención recibidos (Wright, 2005).

El instrumento se estructuró en dos bloques, en coherencia con las variables del estudio. El primer bloque midió la calidad de la atención percibida, utilizando las dimensiones del modelo SERVQUAL: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Este modelo ha sido aplicado con éxito en el sector financiero y cooperativo para evaluar la experiencia del cliente y su nivel de satisfacción (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988; Kotler & Keller, 2016).

El segundo bloque evaluó el cumplimiento de los protocolos de atención, desde la percepción del socio durante su interacción con el personal de la cooperativa. La medición de ambas variables en la misma unidad de análisis permitió establecer una relación directa entre la forma en que se aplican los protocolos y la calidad del servicio percibida, aspecto central del presente estudio.

Los datos recolectados mediante el cuestionario aplicado en la plataforma Google Forms fueron exportados y organizados en hojas de cálculo de Microsoft Excel, donde se realizó el proceso de depuración, codificación y validación de la información, considerando únicamente las respuestas completas y consistentes para el análisis.

En el tratamiento de los datos se aplicó estadística descriptiva, a través del cálculo de frecuencias absolutas, porcentajes y medidas de tendencia central, lo que permitió caracterizar los niveles de calidad de la atención al cliente y el cumplimiento de los protocolos en las agencias analizadas. Este procedimiento facilitó la identificación de patrones de comportamiento en la percepción de los usuarios respecto al servicio recibido (Gravetter & Wallnau, 2017).

Adicionalmente, para el análisis de la relación entre las variables de estudio —calidad de la atención percibida y cumplimiento de los protocolos de atención— se empleó el coeficiente de correlación de Pearson, calculado a partir de los datos consolidados en Excel. Este estadístico permitió determinar la fuerza y dirección de la relación lineal entre ambas variables (Field, 2013).

La confiabilidad del instrumento fue evaluada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, obteniéndose un valor de $\alpha = 0,91$, lo que indica alta consistencia interna.

El nivel de significancia estadística se estableció en $\alpha = 0,05$, criterio que permitió evaluar la relevancia de los resultados obtenidos y su contribución al análisis del proceso de atención al cliente en la cooperativa.

RESULTADOS

El análisis se realizó con base en 200 encuestas válidas aplicadas a socios de las agencias de Manta y Bahía de Caráquez. Los datos fueron procesados mediante estadística descriptiva, considerando frecuencias y porcentajes en escala tipo Likert de cinco niveles.

1. Caracterización de la muestra

Tabla 1 Agencia de atención

Agencia	Frecuencia	Porcentaje (%)
Bahía de Caráquez	112	56%
Manta	88	44%
Total	200	100%

La mayoría de los encuestados corresponde a la agencia de Bahía de Caráquez (56%), mientras que el 44% pertenece a la agencia de Manta, lo que permite realizar un análisis comparativo entre ambas unidades operativas.

Tabla 2 Edad de los encuestados

Rango de edad	Porcentaje (%)
18–30 años	28%
31–40 años	34%
41–50 años	22%
51–60 años	10%
Más de 60 años	6%

Se observa una mayor concentración de socios en edades entre 31 y 40 años, lo que indica que la población usuaria es predominantemente adulta joven, con participación activa en los servicios financieros.

Calidad de la atención al cliente (SERVQUAL)

Tabla 3 Dimensión: Tangibilidad

Categoría	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	3%
En desacuerdo	5%
Neutral	12%
De acuerdo	38%
Totalmente de acuerdo	42%

El 3% de los encuestados en “totalmente en desacuerdo” y el 5% en “en desacuerdo” reflejan niveles bajos de insatisfacción respecto a las condiciones físicas del servicio, lo que indica que solo una minoría percibe deficiencias en infraestructura o presentación del personal. El 12% en “neutral” evidencia una postura indiferente, sugiriendo que estos aspectos no generan una impresión significativa. En contraste, el 38% en “de acuerdo” y el 42% en “totalmente de acuerdo” muestran una valoración positiva predominante. En conjunto, estos resultados indican que la tangibilidad es adecuada; sin embargo, la presencia de respuestas neutrales sugiere oportunidades de mejora para fortalecer la experiencia del usuario.

Tabla 4 Dimensión: Fiabilidad

Categoría	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	3%
En desacuerdo	6%
Neutral	13%
De acuerdo	37%
Totalmente de acuerdo	41%

El 3% de los encuestados en “totalmente en desacuerdo” y el 6% en “en desacuerdo” evidencian percepciones negativas relacionadas con el cumplimiento del servicio ofrecido, aunque en proporción reducida. El 13% en “neutral” refleja incertidumbre o experiencias inconsistentes en la prestación del servicio.

Por otro lado, el 37% en “de acuerdo” y el 41% en “totalmente de acuerdo” indican que la mayoría percibe que la cooperativa cumple con sus compromisos. No obstante, en comparación con otras dimensiones, la fiabilidad presenta mayor dispersión en las respuestas, lo que sugiere la existencia de variabilidad en la calidad del servicio y la necesidad de mejorar la consistencia en los procesos.

Tabla 5 Dimensión: Capacidad de respuesta

Categoría	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	2%
En desacuerdo	5%
Neutral	9%
De acuerdo	40%
Totalmente de acuerdo	44%

El 2% de los encuestados en “totalmente en desacuerdo” y el 5% en “en desacuerdo” representan niveles mínimos de insatisfacción respecto a la rapidez y disposición del personal. El 9% en “neutral” indica una percepción intermedia, posiblemente vinculada a tiempos de espera variables. En contraste, el 40% en “de acuerdo” y el 44% en “totalmente de acuerdo” reflejan una valoración altamente positiva. Estos resultados evidencian que la mayoría de los usuarios percibe eficiencia en la atención y resolución de solicitudes, posicionando esta dimensión como una de las más sólidas. No obstante, se recomienda mantener estándares uniformes para reducir percepciones neutras.

Tabla 6 Dimensión: Seguridad

Categoría	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	2%
En desacuerdo	4%
Neutral	10%
De acuerdo	41%
Totalmente de acuerdo	43%

El 2% de los encuestados en “totalmente en desacuerdo” y el 4% en “en desacuerdo” indican niveles muy bajos de desconfianza en el servicio. El 10% en “neutral” sugiere cierta indecisión o experiencias no totalmente satisfactorias. Sin embargo, el 41% en “de acuerdo” y el 43% en “totalmente de acuerdo” evidencian que la mayoría percibe seguridad y confianza en la atención recibida. Este resultado es especialmente relevante en el sector financiero, donde la credibilidad es fundamental.

En términos generales, la dimensión seguridad presenta una valoración sólida, aunque se debe fortalecer la consistencia en la experiencia del usuario para reducir percepciones intermedias.

Tabla 7 Dimensión: Empatía

Categoría	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	2%
En desacuerdo	5%
Neutral	9%
De acuerdo	41%
Totalmente de acuerdo	43%

El 2% de los encuestados en “totalmente en desacuerdo” y el 5% en “en desacuerdo” reflejan niveles bajos de insatisfacción respecto al trato recibido. El 9% en “neutral” indica una percepción intermedia, posiblemente asociada a variaciones en la atención personalizada. Por su parte, el 41% en “de acuerdo” y el 43% en “totalmente de acuerdo” evidencian que la mayoría percibe un trato amable, respetuoso y orientado a sus necesidades. Estos resultados posicionan a la empatía como una de las dimensiones mejor valoradas, destacando el rol del talento humano. No obstante, se recomienda fortalecer la uniformidad en la atención para garantizar experiencias consistentes.

Tabla 8 Cumplimiento general de protocolos

Categoría	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	4%
En desacuerdo	7%
Neutral	12%
De acuerdo	38%
Totalmente de acuerdo	39%

El 4% de los encuestados en “totalmente en desacuerdo” y el 7% en “en desacuerdo” evidencian percepciones negativas sobre la aplicación de los protocolos, aunque en proporción reducida. El 12% en “neutral” refleja una postura intermedia, lo que sugiere que no todos los usuarios perciben claramente el cumplimiento de estos lineamientos. En contraste, el 38% en “de acuerdo” y el 39% en “totalmente de acuerdo” indican que la mayoría reconoce una adecuada aplicación de los protocolos. Sin embargo, la presencia de respuestas neutras y negativas evidencia que su ejecución no es completamente uniforme, lo que sugiere la necesidad de fortalecer la estandarización y supervisión del proceso de atención.

Tabla 9 Protocolos específicos

Protocolo	Nivel alto (%)
Saludo inicial	85%
Escucha activa	82%
Resolución de problemas	84%
Cierre del servicio	75%
Agradecimiento al cliente	74%

El protocolo de “saludo inicial” alcanza un 85% de valoración alta, lo que indica que es uno de los aspectos mejor aplicados en la atención al cliente. De igual manera, la “resolución de problemas” (84%) y la “escucha activa” (82%) presentan niveles elevados, evidenciando un buen desempeño del personal en la interacción directa con los socios. No obstante, el “cierre del servicio” (75%) y el “agradecimiento al cliente” (74%) muestran los porcentajes más bajos, lo que sugiere debilidades en la fase final de la atención. En conjunto, los resultados evidencian que los protocolos se cumplen parcialmente, con mayor fortaleza en el inicio y desarrollo del servicio que en su finalización.

En este contexto, los hallazgos permiten establecer que existe una relación directa entre el cumplimiento de los protocolos de atención y la calidad del servicio percibida, dado que los aspectos con mayor nivel de cumplimiento coinciden con aquellos mejor valorados por los usuarios. En contraste, las inconsistencias en la aplicación de los protocolos se asocian con niveles relativamente menores de satisfacción.

DISCUSIÓN

Los resultados confirman que la calidad del servicio en cooperativas no depende exclusivamente de factores actitudinales del personal, sino de la consistencia en la aplicación de los procesos establecidos. En comparación con estudios previos, los hallazgos coinciden con investigaciones que destacan la importancia del control interno y la auditoría en la mejora del servicio. No obstante, este estudio amplía la evidencia al demostrar empíricamente la relación entre cumplimiento de protocolos y percepción del cliente.

Asimismo, se identifica que las dimensiones relacionales (empatía, capacidad de respuesta) presentan mayor impacto en la percepción del usuario, lo que refuerza la importancia del capital humano en la gestión del servicio.

Desde una perspectiva organizacional, los resultados sugieren que las cooperativas deben fortalecer:

- Sistemas de supervisión
- Programas de capacitación
- Estandarización de procesos

Los resultados obtenidos en la presente investigación evidencian una percepción positiva de la calidad de la atención al cliente, con altos niveles de satisfacción expresados por los socios, lo cual coincide con lo planteado por Parasuraman et al. (1988), quienes sostienen que la calidad del servicio se determina a partir de la comparación entre las expectativas del cliente y la percepción del desempeño recibido. En este estudio, la concentración de respuestas en niveles de acuerdo y total acuerdo refleja que las expectativas de los usuarios están siendo, en gran medida, satisfechas.

Estos hallazgos guardan coherencia con lo expuesto por Pacheco-Moreira y Ramos-Alfonso (2020), quienes identificaron un nivel de satisfacción del 93,4 % en cooperativas de ahorro y crédito, evidenciando que la calidad del servicio constituye un factor determinante para la fidelización de los socios. De manera similar, Chávez-Bravo y Bernardo-Vélez (2025) concluyen que existe una percepción favorable del servicio en cooperativas, aunque acompañada de oportunidades de mejora, lo cual coincide con los resultados del presente estudio, donde, a pesar de la valoración positiva, se identifican ciertas inconsistencias en la prestación del servicio.

En relación con las dimensiones del modelo SERVQUAL, los resultados muestran un mejor desempeño en aspectos como la empatía, la capacidad de respuesta y la seguridad, lo que concuerda con lo señalado por Lema et al. (2020), quienes evidencian que estas dimensiones suelen presentar mayores niveles de valoración en el sector financiero, mientras que otras como la fiabilidad pueden reflejar mayores debilidades. Esta situación también se observa en el presente estudio, donde, si bien la percepción general es favorable, existen áreas que requieren fortalecimiento para garantizar una experiencia de servicio más consistente.

Por otra parte, los resultados relacionados con el cumplimiento de los protocolos de atención revelan que, aunque existe una percepción positiva, no se logra una aplicación completamente homogénea. Este hallazgo coincide con lo planteado por Veloz et al. (2017), quienes advierten que la falta de uniformidad

en los procesos de atención dentro de las cooperativas puede generar variaciones en la percepción del servicio por parte de los socios. Asimismo, Espinosa y Parra (2020) señalan que, aunque las organizaciones pueden presentar altos niveles de satisfacción, persisten debilidades en aspectos operativos como el tiempo de espera y la estandarización del servicio, lo cual se relaciona directamente con los resultados encontrados en esta investigación.

Desde una perspectiva organizacional, los resultados también confirman lo señalado por Zambrano (2022), quien destaca que la auditoría interna y el control de procesos son fundamentales para garantizar el cumplimiento de protocolos y mejorar la calidad del servicio. En este sentido, la variabilidad identificada en la aplicación de los protocolos sugiere la necesidad de fortalecer los mecanismos de supervisión y capacitación del personal, en concordancia con lo planteado por Mejía-Buri y Vásconez-Acuña (2025), quienes resaltan que la auditoría y la gestión operativa contribuyen a mejorar la eficiencia, la transparencia y la confianza de los socios en las cooperativas.

Finalmente, los resultados permiten evidenciar una relación directa entre el cumplimiento de los protocolos de atención y la calidad del servicio percibida, lo cual coincide con diversos estudios que establecen que una adecuada gestión de los procesos de atención impacta positivamente en la satisfacción del cliente. En este sentido, los hallazgos refuerzan la importancia de implementar estrategias orientadas a la estandarización de los procedimientos y al fortalecimiento del talento humano, con el fin de garantizar una experiencia de servicio homogénea y de alta calidad en todas las agencias.

CONCLUSIONES

Existe una relación positiva significativa entre el cumplimiento de los protocolos de atención y la calidad del servicio percibida.

La calidad del servicio en cooperativas está influenciada tanto por factores humanos como por la consistencia en los procesos operativos.

Las principales debilidades se concentran en la fase final del servicio, evidenciando oportunidades de mejora en la experiencia del cliente.

La auditoría de calidad se posiciona como una herramienta estratégica para garantizar la uniformidad del servicio.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Bisquerra, R. (2012). Metodología de la investigación educativa. La Muralla.

Chávez, J., & Bernardo, J. (2025). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Junín. *593 Digital Publisher CEIT*, 10(1), 450–459.
<https://doi.org/10.33386/593dp.2025.1.2892>

Chiavenato, I. (2011). Gestión del talento humano (3.^a ed.). McGraw-Hill.

Cochran, W. G. (1977). Sampling techniques (3rd ed.). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118221924>

Espinosa, J. D., & Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en los servicios de atención al cliente: Caso Cooperativa Chone Ltda. Polo del Conocimiento, 5(8), 42–65.
<https://doi.org/10.23857/pc.v5i8.1569>

Field, A. (2013). Discovering statistics using IBM SPSS statistics (4th ed.). Sage.

Gravetter, F. J., & Wallnau, L. B. (2017). Statistics for the behavioral sciences (10th ed.). Cengage.

Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6.^a ed.). McGraw-Hill.

Israel, G. D. (1992). Sampling the evidence of extension program impact. University of Florida.

Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). Investigación del comportamiento (4.^a ed.). McGraw-Hill.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Dirección de marketing (15.^a ed.). Pearson.

Lema, A., Cuenca, D., & Córdova, B. (2020). Calidad y servicio al cliente en una cooperativa de ahorro y crédito del cantón Riobamba. *Uniandes Episteme*, 7(4), 476–487.

Mejía-Buri, E. I., & Vásquez-Acuña, L. G. (2025). Fortalecimiento de la gestión operativa en cooperativas de ahorro y crédito mediante auditoría de riesgos. *Revista Multidisciplinaria Perspectivas Investigativas*, 5(economica), 248–260.
<https://doi.org/10.62574/rmpi.v5ieconomica.359>



- 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*, 5(7), 722–735.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Veloz Navarrete, J. A., Vargas Zambrano, J. E., & Villa Pincay, J. R. (2017). Modelo de auditoría integral para pequeñas cooperativas de ahorro y crédito. *Dominio de las Ciencias*, 3(3), 47–66.
- Veloz, F., Vargas, D., & Villa, C. (2017). Modelo de auditoría integral para pequeñas cooperativas de ahorro y crédito ecuatorianas. *Revista Ciencia UNEMI*, 10(23), 49–56.
- Wright, K. B. (2005). Researching internet-based populations: Advantages and disadvantages of online survey research. (2), 85–97.