

**Importancia del servicio al cliente en el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas que laboran en la unidad de Experiencia del Cliente de Coopealianza R.L, en el periodo 2021-2022**

Estudiantes:

Evelyn Araya Acuña

Jéssica Calderón Díaz

Universidad Nacional

Escuela de Secretariado Profesional

Licenciatura en Administración de Oficinas

Grupo 80: Seminario de Investigación para Administración de Oficinas

Responsable Académico:

Máster Digna Valverde Fallas

Julio, 2023

Sede Regional Brunca, Campus Pérez Zeledón

## TRIBUNAL EXAMINADOR

Trabajo Final de Graduación presentado el 16 de junio de 20223, en la ciudad de San Isidro de El General, Pérez Zeledón, San José, Costa Rica, como requisito para optar al grado de Licenciatura en Administración de Oficinas.

El trabajo presentado se da por aprobado por los miembros del Tribunal Examinador.

Miembros del Tribunal Examinador



M.A. Yalile Jiménez Olivares

Decana, Sede Región Brunea



M.Sc. Josué Naranjo Cordero

Director Académico



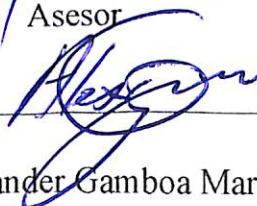
M Sc. Digna Valverde Fallas

Director Trabajo Final de Graduación



MBA Erick Madrigal Villanueva

Asesor



M Ed. Alexander Gamboa Martínez

Asesor

## **DEDICATORIA**

A todos mis familiares y amigos que de una u otra manera me ayudaron y apoyaron en los momentos que más lo necesité, esos pequeños granos de arena me ayudaron a llegar hasta aquí.

A mi esposo, William, que ha sido un pilar fundamental en mi vida, mi fortaleza y mi apoyo incondicional durante todo este proceso.

Jessica Calderón Díaz

A mi familia y a mi novio, que han estado acompañándome en todo este proceso, me han apoyado y han sido un pilar fundamental en mi vida para lograr esta meta.

Evelyn Araya Acuña

## **AGRADECIMIENTOS**

Damos nuestro más sincero agradecimiento a la Unidad de Experiencia del Cliente y a Coopealianza en general por brindarnos la oportunidad de realizar la investigación en esta cooperativa.

A la Universidad Nacional, por todos los aprendizajes obtenidos que nos han ido forjando personal y profesionalmente a lo largo de estos años de carrera, a los profesores que fueron parte de este crecimiento que con su vocación inculcaron ese amor por esta institución y por la carrera.

A la M Sc. Digna Valverde Fallas, tutora del proyecto, quien estuvo acompañándonos en todo este proceso, por todo el tiempo que sacó para ayudarnos a llevar a cabo esta investigación, su apoyo fue un sostén importante que nos permitió lograr esta meta.

A los lectores M Ed. Alexander Gamboa Martínez y MBA. Erick Madrigal Villanueva, por la colaboración brindada en la elaboración de esta investigación, por los aportes y observaciones que fueron importantes para efectuar de la mejor manera este trabajo.

## TABLA DE CONTENIDOS

TRIBUNAL EXAMINADOR .....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTOS .....	iv
TABLA DE CONTENIDOS .....	v
ACRÓNIMOS.....	17
RESUMEN EJECUTIVO.....	18
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN .....	20
1 Planteamiento del problema.....	21
1.1 Descripción del problema de estudio .....	21
1.1.1 <i>Pregunta de investigación</i> .....	22
1.2 Objetivos .....	23
1.2.1 <i>Objetivo general</i> .....	23
1.2.2 <i>Objetivos específicos</i> .....	23
1.3 Antecedentes .....	23
1.3.1 <i>Antecedentes históricos</i> .....	23
1.3.2 <i>Antecedentes teóricos</i> .....	24
1.3.3 <i>Antecedentes metodológicos</i> .....	25
1.4 Justificación .....	26
1.5 Viabilidad de la investigación.....	28
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	30

2 Marco Teórico.....	31
2.1 Contexto organizacional .....	31
2.1.1 <i>Universidad Nacional</i> .....	32
2.1.2 <i>Facultad de las Ciencias Sociales</i> .....	32
2.1.3 <i>Escuela de Secretariado Profesional</i> .....	34
2.1.4 <i>Coopealianza</i> .....	34
2.1.5 <i>Unidad de Experiencia del Cliente</i> .....	36
2.2 Fundamentación teórica.....	38
2.2.1 <i>Políticas organizacionales</i> .....	38
2.2.1.1 Normas.....	38
2.2.1.2 Directrices .....	38
2.2.1.3 Protocolos .....	39
2.2.1.4 Procesos de evaluación. ....	39
2.2.2 <i>Servicio al cliente</i> .....	40
2.2.2.1 Atención telefónica. ....	40
2.2.2.2 Atención presencial.....	40
2.2.2.3 Atención por correo electrónico.....	41
2.2.2.4 Atención por redes sociales .....	41
2.2.3 <i>Desempeño laboral</i> .....	41
2.2.3.1 Productividad.....	42

2.2.3.2 Eficacia. ....	42
2.2.3.3 Eficiencia. ....	42
2.2.3.4 Rendimiento laboral.....	42
2.2.3.5 Motivación personal.....	43
2.2.3.6 Satisfacción. ....	43
2.2.3.7 Satisfacción laboral. ....	43
2.2.3.8 Satisfacción clientes.....	44
2.2.3.9 Ambiente laboral.....	44
2.2.3.10 Ambiente de confianza .....	45
2.2.3.11 Distracciones en la oficina. ....	45
2.2.3.12 Abandono de llamadas.....	46
2.2.4 <i>Capacitación</i> .....	46
2.2.4.1 Capacitación laboral.....	47
2.2.4.2 Inducción.....	47
2.2.4.3 Manejo de quejas. ....	48
2.2.4.4 Organización del tiempo. ....	48
2.2.4.5 Cliente difícil. ....	49
2.2.4.6 Vocabulario formal. ....	49
2.2.4.7 Inteligencia emocional.....	50
2.2.4.8 Habilidades blandas. ....	50

2.2.4.9 Comunicación asertiva.....	51
2.2.4.10 Escucha activa.....	51
2.2.4.11 Lenguaje corporal. ....	52
2.2.4.12 Dicción.....	52
2.2.4.13 Empatía. ....	52
2.2.4.14 Agilidad.....	53
2.2.4.15 Proactividad. ....	53
2.2.5 <i>Impacto emocional y físico</i> .....	53
2.2.5.1 Impacto emocional.....	54
2.2.5.2 Estrés.....	54
2.2.5.3 Síndrome de Burnout. ....	55
2.2.5.4 Desgaste emocional. ....	55
2.2.5.5 Depresión. ....	55
2.2.5.6 Fatiga y carga mental.....	56
2.2.5.7 Impacto físico.....	56
2.2.6 <i>Enfermedades causadas por el trabajo</i> .....	57
2.2.6.1 Insomnio. ....	57
2.2.6.2 Trastornos alimenticios.....	58
2.2.6.3 Pérdida de cabello.....	59
2.2.6.4 Acné.....	59



2.2.6.5 Dolores musculares.....	59
2.2.6.6 Actividades que velan por la salud mental de los colaboradores.....	60
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO .....	61
3 Marco Metodológico.....	62
3.1 Enfoque de la Investigación.....	62
3.1.2 <i>Tipo de Investigación</i> .....	63
3.2 Alcances de la investigación.....	63
3.3 Fuentes de información.....	64
3.3.1 <i>Fuentes primarias</i> .....	64
3.3.2 <i>Fuentes secundarias</i> .....	64
3.3.3 <i>Fuentes terciarias</i> .....	65
3.4 Técnicas e Instrumentos de Investigación .....	65
3.4.1 <i>Técnicas</i> .....	65
3.4.1.1 Observación .....	65
3.4.1.2 Entrevista. ....	65
3.4.1.3 Encuesta. ....	66
3.4.2 <i>Instrumentos</i> .....	66
3.4.2.1 Guías de observación. ....	66
3.4.2.2 Tablas de cotejo. ....	67
3.4.2.3 Cuestionario. ....	67

3.4.2.4 Guía de entrevista .....	67
3.5 Diseño muestral .....	68
3.5.1 <i>Población de estudio</i> .....	68
3.5.2 <i>Tipo de muestreo</i> .....	68
3.5.3 <i>Tamaño de la muestra</i> .....	69
3.5.4 <i>Selección y distribución de la muestra</i> .....	71
3.6 Definición operacional de las variables .....	72
3.6.1 <i>Variable 1. Servicio al cliente</i> .....	72
3.6.1.1 Definición operacional.....	72
3.6.2 <i>Variable 2. Políticas organizacionales</i> .....	72
3.6.2.1 Definición operacional.....	72
3.6.3 <i>Variable 3. Desempeño laboral</i> .....	72
3.6.3.1 Definición operacional.....	72
3.6.4 <i>Variable 4. Capacitación</i> .....	73
3.6.4.1 Definición operacional.....	73
3.6.5 <i>Variable 5. Impacto emocional y físico</i> .....	73
3.6.5.1 Definición operacional.....	73
3.6.6 <i>Variable 6. Enfermedades causadas por el trabajo</i> .....	74
3.6.6.1 Definición operacional.....	74
3.7 Cuadro de variables.....	74

3.7.1 <i>Definición conceptual de la variable</i> .....	74
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	79
4.1 Análisis e interpretación de la información .....	80
4.1.1 Variable: Servicio al cliente .....	80
4.1.2 Variable 2: Políticas Organizacionales .....	87
4.1.3 Variable 3: Desempeño laboral.....	91
4.1.4 Variable 4: Capacitaciones. ....	94
4.1.5 Variable 5: Impacto emocional.....	96
4.1.6 Variable 6: Enfermedades causadas por el trabajo. ....	101
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	105
5.1 Conclusiones.....	107
5.1.1 Objetivo 1.....	107
5.1.2 Objetivo 2.....	108
5.1.3 Objetivo 3.....	110
5.2 Recomendaciones .....	112
5.2.1 Objetivo 1.....	112
5.2.2 Objetivo 2.....	112
5.2.3 Objetivo 3.....	114
Bibliografía .....	115
Anexos .....	127

## Índices de cuadros

Cuadro 1 Cuadro de Variables .....	75
Cuadro 2 Empatía y trato brindado por parte de los colaboradores.....	80
Cuadro 3 Rapidez del servicio en respuesta y resolución.....	81
Cuadro 4 Resolución de las necesidades o consultas del cliente .....	82
Cuadro 5 Recomendación de los clientes a la cooperativa .....	84
Cuadro 6 Observación Servicio al Cliente.....	85
Cuadro 7 Conocimiento de los colaboradores de la existencia de políticas y/o protocolos en la Unidad de Experiencia del cliente .....	88
Cuadro 8 Necesidad de fortalecimiento de políticas y/o protocolos de atención al cliente para mejorar el desempeño laboral y productivo de los colaboradores .....	89
Cuadro 9 Eficiencia y eficacia de los procesos de evaluación realizados por la cooperativa para medir el desempeño laboral .....	91
Cuadro 10 Opinión de los colaboradores de la eficiencia y eficacia de los procesos de evaluación para medir el desempeños laboral y productivo en la cooperativa .....	93
Cuadro 11 Productividad y desempeño laboral. ....	94
Cuadro 12 Capacitaciones necesarias para mejorar el desempeño laboral y productivo. ....	95
Cuadro 13 Frecuencia con la que se siente afectado emocionalmente el colaborador al brindar atención al cliente .....	97
Cuadro 14 Respaldo y/o apoyo que brinda la organización cuando el colaborador tiene una situación difícil.....	99
Cuadro 15 Frecuencia con la que la organización realiza actividades para velar por la salud mental y física de los colaboradores .....	100

Cuadro 16 Enfermedades causadas debido a la presión del trabajo ..... 102

## Índices de Gráficos

Gráfico 1 Empatía y trato brindado por parte de los colaboradores .....	81
Gráfico 2 Rapidez del servicio en respuesta y resolución .....	82
Gráfico 3 Resolución de las necesidades o consultas del cliente.....	83
Gráfico 4 ¿Recomienda a Coopealianza con otras personas?.....	84
Gráfico 5 Conocimiento de los colaboradores sobre la existencia de políticas y/o protocolos ....	88
Gráfico 6 Necesidad de fortalecimiento de políticas y/o protocolos .....	90
Gráfico 7 Eficiencia y eficacia de los procesos de evaluación realizados por la cooperativa para medir el desempeño laboral .....	92
Gráfico 8 Capacitaciones que los colaboradores consideran necesarias para mejorar su desempeño laboral y productivo .....	96
Gráfico 9 Frecuencia en la que existe afectación emocional sobre los colaboradores al brindar servicio al cliente .....	98
Gráfico 10 Respaldo y/o apoyo que brinda la organización cuando el colaborador tiene una situación difícil.....	100
Gráfico 11 Frecuencia con la que la organización realiza actividades para velar por la salud mental y física de los colaboradores .....	101
Gráfico 12 Enfermedades dadas debido a la presión causada por el trabajo .....	103

## Índice de Anexos

Anexo 1. Ejemplo de una guía de entrevista.....	127
Anexo 2. Carta enviada a la empresa.....	128
Anexo 3. Carta Asesor 1 .....	129
Anexo 4. Carta asesor 2 .....	130
Anexo 5. Carta aprobación comité asesor.....	131
Anexo 6. Matriz presentación de temas .....	132
Anexo 7. Aprobación anteproyecto asesor 1 .....	133
Anexo 8. Aprobación anteproyecto asesor 2 .....	135
Anexo 9. Instrumentos .....	137
Anexo 10. Aprobación instrumentos asesor 1 .....	142
Anexo 11. Aprobación instrumentos asesor 2 .....	143
Anexo 12: Carta Aval para defensa (Tutora).....	144
Anexo 13: Carta aval para defensa (Asesor 1).....	145
Anexo 14: Carta Aval para defensa (Asesor 2) .....	146
Anexo 15: Circular con asignación para defensa pública.....	147

## ACRÓNIMOS

Para una mejor comprensión del lector, se encuentra la siguiente lista de acrónimos y abreviaturas utilizadas en este trabajo de investigación.

**OMS:** Organización Mundial de la Salud.

**RL:** Responsabilidad Limitada.

**RAE:** Real Academia Española.

**TCA:** Trastornos de Conducta Alimentaria.

**TCANE:** Trastornos de Conducta Alimentaria no Especificado.



## RESUMEN EJECUTIVO

El tema de la presente investigación es: Importancia del servicio al cliente en el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas que laboran en la unidad de Experiencia del Cliente de Coopealianza R.L, en el periodo 2021-2022, el propósito de esta investigación es demostrar la importancia que tiene la atención al cliente en la carrera de Administración de Oficinas y si este influye en el desempeño laboral y productivo de los colaboradores.

Esta investigación se desarrolla bajo el enfoque mixto, permitiendo así cumplir con los objetivos planteados mediante la observación y apoyo de informantes o participantes que trabajan dentro de la institución. Esto permite recolectar datos que aportan información necesaria para guiar a los investigadores con el desarrollo del tema. El Tipo de investigación que se aplica es la descriptiva, también se aplica el método analítico.

En cuanto a las técnicas e instrumentos, se utiliza la técnica de observación para conocer los procesos que se aplican en la organización en cuanto a servicio al cliente de los administradores de oficinas, también, se lleva a cabo una entrevista a los líderes de la organización para conocer si existen políticas que utilizan para brindar un servicio al cliente de calidad, así como la forma en que miden el desempeño laboral y productivo de sus colaboradores. Para finalizar, se realiza una encuesta a los administradores de oficinas para conocer su opinión acerca de si consideran necesario que existan políticas y/o protocolos. Los instrumentos utilizados para aplicar dichas técnicas fueron la guía de observación, tablas de cotejo, cuestionarios y guía de entrevista.

Al finalizar la investigación, se obtiene como conclusión la eficacia por parte de los colaboradores y la satisfacción de los clientes y asociados con respecto a la atención que se

brinda en esta unidad, sin embargo, se muestra que hay una deficiencia por parte de la cooperativa en temas de evaluación de desempeño laboral, capacitaciones a sus colaboradores, y brindar la importancia que amerita la salud mental y física de sus colaboradores.

**CAPÍTULO I:**  
**INTRODUCCIÓN**

---

### **Planteamiento del problema**

En este apartado se encuentra el planteamiento del problema, una breve descripción de dónde surge el problema a investigar, así como la pregunta de investigación. Se contemplan también el objetivo general y tres objetivos específicos los cuáles son la guía para encaminar este estudio, así como los antecedentes y justificación de la investigación.

### **Descripción del problema de estudio**

El servicio al cliente es una parte esencial en cada empresa esto porque es la primera impresión que se llevan los clientes. Del servicio al cliente depende, en gran parte, si las personas desean o no consumir los productos y/o servicios, también va a depender si van a seguir consumiéndolos a largo o corto plazo y que además, brinden una recomendación, por lo cual, los administradores de oficinas y carreras afines, tienen como parte de su formación académica que llevar cursos de servicio al cliente, donde se les enseña a manejar todo tipo de clientes y lo que deben hacer en cada situación para que puedan brindar el mejor servicio posible a la hora de poner en práctica su profesión.

Ante lo anterior, hace falta pensar qué conlleva esto más allá de la preparación que recibieron los profesionales en esta área, por ejemplo, si las empresas aplican o no protocolos, si la organización brinda capacitaciones a sus colaboradores, si estos deben seguir un manual de servicio al cliente, etc. Además, es importante conocer si los clientes están satisfechos con esta atención, esto a razón de que según Robayo (2017):

El servicio al cliente es un factor clave para la maximización de las ventas de una empresa. Cuando se recibe un buen servicio, una buena atención, y un buen producto o servicio, detrás de esto hay un cliente satisfecho y tres referidos. Un cliente satisfecho que seguramente volverá a comprar y sus referidos que serán clientes prospecto. (p. 15)

---

Una parte importante de la atención al cliente es conocer la influencia que tiene este con respecto al desempeño laboral y productivo de cada uno de los colaboradores, y las estrategias que tienen las organizaciones para medir estas áreas, procesos que en ocasiones pasan desapercibidos, según Guerra y Sosa (2015):

La clave está en volcar los esfuerzos de la organización en atender y mantener satisfechos a sus colaboradores; brindarles la posibilidad de poner en práctica sus habilidades para lograr un equilibrio entre la eficiencia en el trabajo, y el desempeño de sus funciones mientras se concentran en las necesidades de los clientes. (p. 113)

Hay un factor que puede llegar a ser ignorado, y es el estado emocional de los colaboradores, de este depende que tan productivos puedan llegar a ser y que tan bueno sea el servicio al cliente que brindan, por lo cual este punto tiene que ser analizado para saber qué es lo que los hace sentir motivados o no.

El conocer la importancia del estado emocional en los colaboradores puede llegar a servir en un futuro a organizaciones, brindándoles información importante de cómo manejar esta área de una manera correcta, y así puedan ayudar a sus colaboradores a tener mayor motivación para ejercer sus labores diarias.

### ***Pregunta de investigación***

¿Cuál es la importancia del servicio al cliente en el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas en la unidad de Experiencia al Cliente de Coopealianza R.L., en el periodo 2021-2022?

---

## **Objetivos**

### ***Objetivo general***

Analizar la importancia del servicio al cliente y su influencia en el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas de la Unidad de Experiencia del Cliente para el fortalecimiento de la calidad del servicio brindado.

### ***Objetivos específicos***

1. Conocer la opinión de los clientes y asociados de la cooperativa, con respecto a la calidad del servicio que se brinda por medio de la Unidad de Servicio al Cliente.
2. Describir los procesos de evaluación que realiza la empresa para medir el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas con el fin de comprobar la necesidad de políticas, protocolos y/o capacitaciones enfocadas al servicio al cliente.
3. Determinar el impacto emocional y físico que les genera a los administradores de oficinas brindar un servicio al cliente de manera eficiente y su influencia en el desempeño laboral y productivo.

## **Antecedentes**

### ***Antecedentes históricos***

En Coopealianza R.L., se han llevado a cabo distintas investigaciones, la más reciente se dio por los autores Rojas, et al (2018), con el título “Evaluación del programa banca para el desarrollo implementado por Coopealianza para las micros, pequeñas y medianas empresas del cantón de Pérez Zeledón” pero ninguna de ellas ha tenido un enfoque relacionado con la presente tesis, por lo que se está incursionando en un ámbito nuevo para esta organización.

---

Por otra parte, en una investigación realizada en la sucursal del Banco Nacional del cantón central de Puntarenas, por el autor Rojas (2018) con el título de “Impacto económico generado por las políticas y estrategias de servicio al cliente, aplicadas por la Sucursal del Banco Nacional de Costa Rica en el cantón central de Puntarenas, en el último semestre del año 2017” uno de los objetivos es investigar las fortalezas y debilidades que poseen las estrategias implementadas en servicio al cliente del Banco Nacional, para identificar si existe un impacto económico, dando como resultado que la hipótesis es verdadera, además, se identificó que una de las fortalezas que tiene es el clima organizacional, donde la comunicación con su superior es buena, lo que dio como resultado que los colaboradores brinden un mejor servicio al cliente.

### *Antecedentes teóricos*

En una revista científica elaborada por Vargas (2013) se explica que el servicio al cliente va más allá de la atención al cliente, es un conjunto de aspectos relacionados con los clientes, este tiene características como intangible, variable, no puede ser almacenado, produce y consume a la vez.

Por otra parte, en un trabajo de investigación elaborada por Martínez (2017) que lleva por tema, Influencia de la productividad en la calidad del servicio de atención al cliente en la empresa De Laborum Plus SAC del año 2017, da como resultado que la productividad tiene un efecto positivo en el servicio al cliente, y en este mismo se llega a la conclusión de que en esta organización no se aplican protocolos de servicio al cliente y se llevan a cabo muy pocas capacitaciones al respecto por lo que sus colaboradores tienen que diseñar estrategias entre ellos mismos para poder llevar a cabo el servicio al cliente, ellos sienten que su productividad no es la mejor y los clientes describen el servicio dado como deficiente en cuanto a la rapidez y la calidad

---

de las soluciones brindadas, sin embargo, se encuentran satisfechos con la amabilidad y el trato que les dieron, al final los usuarios calificaron la calidad del servicio brindado como baja.

En una investigación realizada por Ramos (2013), se llega a la conclusión de que los clientes consideran que una buena atención al cliente hará que la empresa tenga una mejor productividad y más éxito, ya que lo que ellos buscan es un buen servicio, además, en otra conclusión se recalcó muchos de los factores que baja la calidad al servicio al cliente es que los colaboradores no conocen bien los productos y por lo tanto cuando se les realizan consultas no dan respuestas satisfactorias a los clientes o tardan mucho en brindar su servicio.

En un artículo elaborado por Yépez (2019), llamado Síndrome de Burnout: El mal de los trabajadores que tratan con clientes y usuarios. Visiones desde el punto de vista ergonómico, se habla de que los desencadenantes más comunes del síndrome de Burnout son la sobrecarga de tareas, el trabajo en turnos, la falta de claridad en los roles, relaciones interpersonales deficientes dentro de la organización, el trato con clientes y usuarios conflictivos o problemáticos, la falta de preparación para afrontar las demandas del trabajo, la estructura y clima organizacional, el estilo de liderazgo entre otros.

### ***Antecedentes metodológicos***

En este apartado se cuenta con una investigación que trata de una Propuesta de un protocolo de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio en el área de venta y posventa de América Móvil Perú S.A.C. sede Mall Aventura Plaza Trujillo, del autor Vicente (2016), él realiza una investigación en temas de atención al cliente, donde el primer objetivo es identificar los puntos en los que dicha empresa se encuentra fallando para luego proponer un protocolo de atención al cliente, la metodología a utilizar es la de métodos inductivos-deductivo, además del método deductivo. Por otro lado, las técnicas de recopilación de datos es análisis



---

documental, y encuestas; y como instrumentos se lleva a cabo los reportes y los cuestionarios. Por último, el autor usa un diseño de investigación descriptivo-transversal.

Ahora, en cuanto a la parte emocional de las personas que trabajan brindando servicio al cliente, en un artículo llamado Burnout en atención al cliente en Call Centers, elaborado por Urrea et al., (2021), se habla sobre el síndrome de Burnout, una de sus causas es el estrés laboral, también se dice que por sus características se pueden ver afectadas las relaciones interpersonales, las condiciones laborales, entre otros factores. Una de las poblaciones más afectadas por este síndrome son las personas que se dedican a la atención al cliente, el fin de esta investigación es buscar procesos organizacionales que permitan mejora la calidad de vida de los trabajadores.

### **Justificación**

La presente investigación se basa en conocer la importancia de brindar un servicio al cliente de calidad y la influencia que este tiene en el desempeño laboral y productivo.

Con este estudio se pretende indagar cuál es el proceso que cumple Coopealianza R.L. en cuanto a la atención de servicio al cliente que deben utilizar los administradores de oficinas, propiamente en una unidad en específica, llamada Unidad de Experiencia del Cliente, la cual es la encargada de recibir llamadas telefónicas de los asociados y clientes para hacer sus debidas consultas, también conocer de qué manera se mide el desempeño laboral y productivo para verificar si existe algún control estricto que regule las labores de sus colaboradores.

Como parte de las labores que realizan los administradores de oficinas y puestos afines como secretariado, asistente administrativo, recepcionista y demás, el servicio al cliente es parte fundamental en su quehacer diario, debido al contacto frecuente con los clientes.

---

Para llevar a cabo esta labor tan importante, es necesario que las personas encargadas, cuenten con habilidades para realizar un trabajo de calidad y que esto se vea reflejado en su desempeño laboral y productivo en la empresa.

El papel que cumple la secretaria ejecutiva dentro de la empresa es vital, ya que es la persona que más próxima está al cliente o beneficiario que utiliza diariamente los servicios de la empresa. La calidad de la atención es muy importante, debe hacerlo en forma ágil, oportuna, consciente y con buena predisposición, es entonces la calidad de ese servicio lo que determina el resultado de su trabajo y el progreso en buena parte de la empresa. (Basurto, 2015, p. 1)

Por otro lado, consultar a asociados de la empresa acerca del grado de satisfacción del servicio que se les brinda vía telefónica. Y también, indagar si existe influencia en la salud mental y física de los administradores de oficinas que brindan estos servicios ya que deben asegurarse de brindar un servicio al cliente de calidad y tener un buen desempeño laboral y productivo.

La finalidad de este trabajo es realizar un estudio que demuestre la importancia que tiene para los administradores de oficinas el servicio al cliente, ya que las labores que ejercen no solamente tienen que ver con redacción de documentos, toma de actas, organizar agendas, gestión documental, recibir llamadas telefónicas, resolver dudas y consultas y este tipo de labores por las que generalmente se les conoce a las personas encargadas de trabajar en una oficina, sino que se refleje el servicio al cliente como parte significativa en sus tareas del día a día.

---

Es fundamental para la empresa contar con empleados que muestren empatía y habilidades competitivas para estar en contacto con los clientes y que esto sea reflejado en el desempeño tanto de la empresa como de sus colaboradores.

Se pretende que la investigación sea un aporte para Coopealianza R.L., con el objetivo de conocer qué tan eficientes son los procesos que utilizan de servicio al cliente en la unidad de acuerdo con la opinión de sus clientes, si existen aspectos en los que deben mejorar el servicio que brindan. También, si se deben tomar medidas de acuerdo con el impacto emocional que tienen los colaboradores, al tener contacto frecuente con el cliente y mostrarse siempre alegres, serenos, y mostrar empatía por los demás, por otra parte, conocer si las instalaciones o el lugar de trabajo son las adecuadas para poder realizar sus labores. Se brinda una serie de recomendaciones, según los resultados obtenidos en la investigación, que pueden ayudar con el mejoramiento en cuanto a aspectos de servicio al cliente que ofrece la empresa.

Además, pretende ser un aporte para la Escuela de Secretariado Profesional, ya que se beneficiará con el aprendizaje obtenido de los resultados de la investigación, para informarse y tomar alguna medida de refuerzo y darles más énfasis a temas relacionados con servicio al cliente en los planes de estudio de la carrera Administración de Oficinas.

### **Viabilidad de la investigación**

El presente trabajo de investigación es viable, ya que cuenta con el aval de Coopealianza R.L., para tener accesibilidad a la información que se necesita a través de consultas directas al jefe de capacitación y soporte, autorización para aplicar los instrumentos a colaboradores y clientes, realizar observaciones, y demás requerimientos que sean necesarios para cumplir con los objetivos de la investigación.

---

Además, las estudiantes de la carrera Administración de Oficinas cuentan con los conocimientos académicos para efectuar esta investigación, así como el tiempo suficiente para poder realizar las indagaciones pertinentes.

**CAPÍTULO II:**  
**MARCO TEÓRICO**

### **Marco Teórico**

En esta sección se abarcan diferentes conceptos teóricos que van meramente ligados con la presente investigación, esto con el propósito de guiar al lector y que la lectura sea de fácil comprensión, todo esto por medio de fuentes científicas y/o confiables.

Según Hernández, et al. (2014),

El marco teórico es un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible que puede estar vinculado con nuestro planteamiento del problema, una vez planteado el problema de estudio, se tienen los objetivos, pregunta de investigación, la relevancia y viabilidad de la investigación, se procede a sustentar teóricamente el estudio. (p. 60)

Para esto, se debe analizar conceptualizaciones de investigaciones previas al problema de estudio, iniciando primeramente con el contexto organizacional, seguidamente con la fundamentación teórica.

En el contexto organizacional se pretende acercar al lector a la organización en dónde surgió el problema de estudio, hacerlo adentrarse en el entorno en el cual se realiza la investigación,

Por otra parte, la fundamentación teórica que abarca conceptos teóricos previos, vinculados al problema de investigación.

#### **Contexto organizacional**

Como postulantes de la carrera Licenciatura en Administración de Oficinas, es importante recalcar el contexto de la Universidad Nacional, así como de la Escuela de Secretariado Profesional.

Por otra parte, se presenta una pequeña inducción acerca de lo que es Coopealianza, como su historia, algunas de sus funciones y órganos que la representan, también una breve

explicación de lo que es la unidad de Experiencia del cliente, unidad en la que realiza la investigación.

### ***Universidad Nacional***

La Universidad Nacional abre sus puertas el 14 de marzo de 1973, inaugurando su primer curso lectivo, por su entonces rector Benjamín Núñez.

Es una institución que promueve la justicia, el bien común, el respeto irrestricto a la dignidad humana; cumple su misión mediante la rendición de cuentas, promueve una oferta académica, políticas de admisión y programas de becas especialmente dirigidos a los sectores menos favorecidos. (Universidad Nacional, 2021, párr. 1)

Entre los principios de la universidad, se encuentran reflejados el humanismo, la responsabilidad ambiental, conocimiento transformador, inclusión de los sectores menos favorecidos, participación democrática, equidad.

Está compuesta por tres centros, Centro de Estudios Generales, Centro de Investigación y Docencia en Educación, Centro de Investigación, Docencia y Extensión Artística, y por cinco facultades, Facultad de Ciencia Exactas y Naturales, Facultad de Ciencias Sociales, Facultad de Filosofía y Letras, Facultad de Ciencias de la Salud y Facultad de Tierra y Mar.

Entre sus sedes se encuentran, Pérez Zeledón, Coto, Liberia, Nicoya, Sarapiquí, Omar Dengo, Benjamín Núñez, Interuniversitaria.

### ***Facultad de las Ciencias Sociales***

La Facultad de las Ciencias Sociales tiene como propósito crear profesionales con una formación humanística e integral, que los haga sobresalir de otras instituciones de formación profesional. La misión de la Facultad de las Ciencias Sociales, según la Universidad Nacional (2021), es la siguiente:

Es el conjunto de Unidades Académicas en Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Costa Rica, que promueve la construcción y socialización del conocimiento, así como la formación de profesionales que contribuyen a la transformación de la sociedad en busca del bien común, en su contexto nacional y global, mediante la docencia, extensión, investigación y otras formas de producción. (párr. 1)

Así como su visión es la siguiente:

La Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Costa Rica, será reconocida como el referente académico en el ámbito nacional e internacional por sus procesos de excelencia e innovación en la docencia, la investigación, la extensión y otras formas de producción de conocimiento. Propiciará el desarrollo humano sustentable de las personas y los colectivos de manera integral, equitativa e incluyente mediante el diálogo de saberes, la interdisciplinariedad, el pensamiento crítico y el compromiso social. (Universidad Nacional, 2021, párr. 2)

Por otra parte, cuenta con una serie de objetivos estratégicos los cuales son pilar fundamental para cumplir su propósito de crear profesionales con una preparación académica de excelencia, en busca del bien común, críticos, humanísticos, y demás. Estos objetivos son los siguientes:

1. Promover la construcción y socialización del conocimiento, para contribuir con la transformación de la sociedad.
2. Promover procesos de excelencia e innovación en la actividad sustantiva para ser reconocida como un referente académico en el ámbito nacional e internacional.
3. Integrar a los estudiantes en el quehacer académico de la Facultad para potenciar habilidades diversas.



4. Desarrollar una gestión ágil, integral, incluyente y flexible para contribuir con la sinergia en el desarrollo de los procesos académicos y administrativos de la Facultad.

5. Promover estilos de vida saludables y espacios de convivencia universitaria en la facultad, para el fortalecimiento de la identidad y el sentido de pertenencia sustentable de las personas y los colectivos de manera integral, equitativa e incluyente mediante el diálogo de saberes, la interdisciplinariedad, el pensamiento crítico y el compromiso social.

### ***Escuela de Secretariado Profesional***

La Escuela de Secretariado Profesional está adscrita a la facultad de las Ciencias Sociales, la cual se encarga de formar profesionales en las carreras Administración de Oficinas y Educación Comercial.

“La Administración de Oficinas es la disciplina que estudia la gestión ejecutiva de los procesos administrativos de oficina en empresas y organizaciones y, Educación Comercial forma profesorado para la formación técnico-profesional en las especialidades de secretariado y administración de oficinas” (Universidad Nacional, 2021, párr. 2).

### ***Coopealianza***

Coopealianza fue fundada el 22 de agosto de 1971, por un grupo de más de mil asociados, con la fusión de dos pequeñas cooperativas situadas en el distrito de San Isidro de El General, Coopehosani y Coopezel.

Esta cooperativa se destacaba por ofrecer servicios de ahorro y crédito a sus asociados que se implementaban con suministro agrícolas y artículos para el hogar, actualmente los servicios que se ofrecen se han ido expandiendo.

Parte de la historia de la expansión de esta cooperativa a territorio nacional ha sido por medio de fusiones con otras pequeñas cooperativas, primero en el distrito de Pejibaye, Platanares, Acosta, Grecia, hasta convertirse en una cooperativa con presencia a lo largo del territorio costarricense.

“Con 50 años, se ha consolidado a nivel nacional, cuenta con 50 oficinas, ubicadas en 34 cantones y 7 provincias, lo que le ha permitido incidir de forma positiva en la calidad de vida de las comunidades” (Coopealianza, 2021, párr. 3).

Parte de los servicios que ofrece la oficina central, ubicada en San Isidro del General de Pérez Zeledón, exactamente 50 metros oeste del Mercado Municipal, se encuentran opciones de ahorro, crédito, servicios funerarios, descuentos comerciales, entre otros.

Según Coopealianza, la visión de esta cooperativa es “Ser la entidad financiera preferida de los asociados, por la experiencia de servicio, la transparencia y rendición de cuentas de las personas que gobiernan y gestionan, para garantizar la sostenibilidad y permanencia” (Coopealianza, 2021, párr. 17).

También, parte de la cultura organizacional, para esta cooperativa el talento humano es su mayor valor, ya que consideran que el activo más valioso son sus colaboradores, es por lo que siguen creciendo e invierten en su desarrollo integral.

Coopealianza, está compuesta por cuatro órganos representativos, los cuales son:

**Consejo Administrativo:** es el depositario de la autoridad de la Asamblea General y el órgano que está a cargo de la dirección superior de las operaciones sociales, la fijación de sus políticas y el establecimiento de reglamentos requeridos para la dirección de Coopealianza R.L.

**Consejo de Vigilancia:** responsable de la fiscalización, supervisión y control de la Cooperativa.

Consejo de Educación y Bienestar Social: tiene como propósito fomentar la educación cooperativa y fortalecer los procesos relacionados con los programas sociales de la Cooperativa.

Tribunal Electoral: organiza y dirige los procesos eleccionarios de Coopealianza R.L. con excepción de su propia elección, la cual estará a cargo del que esté presidiendo la Asamblea General.

### ***Unidad de Experiencia del Cliente***

La unidad de Experiencia del cliente es la encargada de recibir llamadas telefónicas de asociados y clientes de la cooperativa a nivel nacional, ya que, únicamente la sucursal de Pérez Zeledón cuenta con esta unidad, por lo tanto, las consultas, dudas, inquietudes, entre otros, que tengan los asociados o clientes de todo el país, son contestadas en esta. También se encargan de dar seguimiento a los correos electrónicos, mensajes, consultas por medio de la página web y redes sociales.

Esta unidad fue creada en 2015, en la sucursal central de San Isidro de El General, Pérez Zeledón. Las funciones que se realizan, según datos proporcionados por Coopealianza (2022), son las siguientes:

1. Atender de forma oportuna y eficiente los casos en los que asociados y clientes soliciten información sobre productos, servicios, campañas de la cooperativa, o de otro tipo.
2. Proporcionar respuesta inmediata y/o dar seguimiento a las unidades correspondientes sobre los casos remitidos a dependencias internas a fin de garantizar la atención oportuna del caso presentado.
3. Brindar información de forma proactiva a asociados y clientes sobre productos, servicios y campañas que mantenga la cooperativa.

4. Atender de forma oportuna y eficiente las llamadas y casos que ingresan al número telefónico, correos electrónicos, boletas de buzones de sugerencias, sitio “Contáctenos” y otros medios que utilicen asociados y clientes para manifestar disconformidades.
5. Seguimiento de los casos pendientes y del nivel de satisfacción de los asociados y clientes, respecto a las soluciones brindadas por la cooperativa.
6. Analizar a los asociados o clientes potenciales para generar ofertas de productos o servicios que se ajusten a las necesidades de este.
7. Proponer a los asociados o clientes las ofertas de crédito, canalizarlas al centro de ventas de ser necesario y dar un seguimiento hasta el cierre del caso.
8. Realizar la apertura directa de cuentas de ahorro vista y plazo.
9. Realizar la apertura de servicios complementarios tales como: Alianza Asistencias, Pólizas de Renta, planes dentales, afiliación de servicios Sinpe, app y sitio web.
10. Brindar apoyo en el proceso de gestión y atención del flujo de solicitudes de empadronamiento, que realicen los canales de venta.

En esta unidad se atienden a asociados y clientes de la organización, cuenta con un total de nueve colaboradores los cuales se encargan de realizar cada una de las funciones antes mencionadas, a su vez cuenta con un supervisor y el jefe a cargo de la unidad (jefe de capacitación y soporte).

Su finalidad es, resolver problemas, consultas, dudas, para satisfacer al asociado y cliente, brindando respuesta en el menor tiempo posible, también lograr el menor número de abandono de llamadas que ingresan diariamente.

El puesto de los colaboradores de esta unidad lleva por nombre Asesores de Servicio al Cliente, sin embargo, para fines de esta investigación se utiliza como sinónimo Administradores de Oficinas.

### **Fundamentación teórica**

En este apartado se encuentran términos de diferentes conceptos que ayudan al lector a comprender mejor la investigación, a su vez, tiene como fin darle sustento al problema de investigación.

#### ***Políticas organizacionales***

Son aquellas que regulan el comportamiento de los colaboradores y los procedimientos que deben acatar para llevar a cabo sus funciones, Gracia et al. (2019) señala que:

Gracias a las políticas organizacionales, se pueden fomentar valores en la empresa en capacidad de regular el comportamiento y el clima organizacional, ya que ayuda en el fomento de la productividad empresarial en cuanto a los servicios que presta a la comunidad. Las políticas organizacionales hacen referencia a las normas, directrices, protocolos que se manejen en las empresas. (p. 160)

**Normas.** Las normas, se pueden definir según Graeber (2015) como: “las que delimitan lo que está permitido y lo que no. Se debe tener en cuenta lo que se puede hacer, lo que no y cuál es el objetivo para conseguir con dichas normas” (p. 458). Por lo que se puede decir que las normas son un conjunto de directrices y protocolos que dictan que es lo correcto y que no, o cuáles acciones se pueden realizar y cuáles no, estas son explicadas en capacitaciones.

**Directrices.** La palabra directriz se puede tomar como un sinónimo de norma, una definición dada por la Real Academia Española (2014) (definición 3) dice que es:

“Instrucción o norma que ha de seguirse en la ejecución de algo” (definición 3). Por lo que se puede deducir que los significados de ambas palabras son relativamente iguales.

**Protocolos.** En una definición dada por Sánchez (2017):

En sentido amplio, nos referimos a las normas relacionales o usos sociales de cada cultura, normas que admiten un grado más amplio de discrecionalidad, pues abarcan desde lo que es la etiqueta, las buenas maneras y las reglas de comportamiento. Por tanto, va referido no solo a normas jurídicas, sino a cuestiones más elementales como puedan ser los modales en la mesa, como pueda ser la etiqueta en el vestir (el acudir con una determinada vestimenta a un determinado tipo de acto) u otras cuestiones como puedan ser, por ejemplo, en una empresa, el establecer una determinada normativa para sus directivos mediante un determinado Manual de Protocolo, para lograr así homogeneizar su imagen pública. (p. 160)

En este caso en específico se abarcará la definición de protocolo como un conjunto de normativas para colaboradores, por medio de Manuales de Protocolos.

**Procesos de evaluación.** Los procesos de evaluación son aquellos que van enfocados en conocer el rendimiento y aprendizaje de una persona.

Según la RAE, proceso significa “Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial” (Real Academia Española, 2014, definición 3). Por otro lado, la RAE define evaluación como “Acción y efecto de evaluar” (Real Academia Española, 2014, definición 1). Por lo que se puede entender el proceso de evaluación como una operación artificial enfocada a la acción de evaluar.

### *Servicio al cliente*

El servicio al cliente es la atención que se le brinda a los clientes, puede darse para ofrecer un servicio o un producto, como se citó en Beloso (2016) lo define como “un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar apropiado y se asegure de un uso correcto del mismo” (p. 385)., el suministrador de este servicio debe estar capacitado correctamente, el servicio al cliente es de vital importancia para la organización, a razón de que esta es la primera impresión que se llevarán las personas y de este depende si esa persona se quiera convertir en cliente frecuente, para poder brindar este de la manera más optima el servicio se deben tomar en cuenta diferentes aspectos. Existen diferentes ámbitos en los que se puede dar el servicio al cliente, como lo son la atención telefónica, la clásica que es la presencial, la que se da por correo electrónico y la más nueva que es por medio de redes sociales.

**Atención telefónica.** La atención telefónica es aquella que se da por medio de las llamadas telefónicas, esta se brinda en todas las empresas y aunque el proceso de la atención al cliente por este medio es diferente, no la hace menos importante, según Hidalgo (2016) “la atención telefónica es aún más considerada que la personal porque sólo cuenta con el canal auditivo para implantar una comunicación efectiva” (p. 12). Es por esto que los colaboradores encargados de llevar a cabo este proceso deben estar altamente capacitados.

**Atención presencial.** La atención presencial es aquella que se da cara a cara, en esta el colaborador y el cliente tienen un contacto más cercano, es por este motivo que es importante que se cuiden las expresiones faciales y que se hable de una manera cortés, para que la comunicación pueda ser efectiva. Según la RAE se define atención como:

“Cortesía, urbanidad, demostración de respeto u obsequio” (Real Academia Española, 2014, definición 2) y define presencial como:

“Que implica la presencia de la persona concernida” (definición 2), por lo tanto, atención presencial se puede definir como cortesía o demostración de respeto con la persona que se encuentra presente.

**Atención por correo electrónico.** El correo electrónico es un medio de comunicación que se ha utilizado desde hace tiempo, este es fácil de usar y práctico, es utilizado por las organizaciones porque es un medio formal de comunicarse, “en la actualidad en la mayoría de las empresas se acude al correo electrónico para relacionarse con los demás, a la hora de comunicarse con los clientes, con los proveedores, los bancos para realizar gestiones en los organismos públicos, etc” (Fernández y Fernández, 2017, p. 19).

**Atención por redes sociales.** La atención por redes sociales es toda aquella que involucra las TICS. Con la emergencia sanitaria, han venido surgiendo nuevos medios de comunicación, los que más han llegado a resaltar han sido las redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp, TikToc, etc, muchas empresas utilizan este método para comunicarse con sus clientes, pero al ser algo tan nuevo, muchas organizaciones no tienen una estrategia o protocolo definido para la atención al cliente por este medio, según García, et al. (2013) “habrá dos tipos de empresa, aquellas que han nacido en el mundo online y su atención al cliente nace y evoluciona naturalmente, y aquellas más tradicionales que irán adoptando la atención en el mundo social” (pp. 11-12).

### ***Desempeño laboral***

El desempeño laboral se puede definir como: “el grado en el cual el empleado cumple con los requisitos de trabajo, existen diversos factores que pueden influir, como lo es la cantidad



de trabajo, la responsabilidad, el estado de ánimo de la persona, etc” (Chain y San Martin, 2015, p. 160). Como se citó en Milkovich y Boudrem. Este va a depender de la productividad, de la eficiencia, eficacia y el rendimiento que tenga dicho colaborador en el cumplimiento de los requisitos, estas variables pueden definir si el desempeño es muy bueno, bueno, regular o malo.

**Productividad.** La productividad puede definirse como la capacidad que posee una persona para producir, una definición dada por Cespedes et al. (2016) “la productividad puede entenderse como la cantidad de producto por unidad de trabajo” (p. 13). En esta parte es importante incluir la eficacia y la eficiencia, porque un colaborador productivo, pero poco eficaz y eficiente, no es un buen aporte a la organización.

**Eficacia.** Por otra parte, se encuentra la eficacia, esta se basa en el cumplimiento puntual de las tareas, se define como “capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera” (Real Academia Española, 2014, definición 1), por esto, se puede decir que un colaborador es eficaz cuando el resultado de las tareas que se le brindó cumple con las expectativas.

**Eficiencia.** En cuanto a la eficiencia, se interpreta como la realización de tareas, con la menor cantidad de recursos posibles, o con la misma cantidad de recursos, pero con una productividad mayor, Rojas et al. (2017) define la eficiencia como “producir el máximo resultado con el mínimo de recursos” (p. 4).

**Rendimiento laboral.** En el rendimiento laboral se fusiona la productividad, la eficacia y la eficiencia, por lo tanto, se puede mencionar que el rendimiento laboral es realizar la mayor cantidad de tareas en el menor tiempo posible utilizando los materiales que se tienen a la mano o la menor cantidad de materiales posible, y así al final obtener los resultados esperados, la RAE define rendimiento como:

“Proporción entre el producto o el resultado obtenido y los medios utilizados” (Real Academia Española, 2014, definición 2).

**Motivación personal.** La motivación es la forma en que una persona lleva a cabo una tarea o acción, esto le permite explotar su máximo potencial, lo contrario a cuando la motivación no es la adecuada, una definición más exacta dada por Maslow, 1992, como se citó en García, et al. (2016) dice que “la motivación es un aspecto intrínseco del ser, el cual está basado en el interés del individuo, quien solo se motiva cuando recibe un beneficio. Las acciones del bien común están basadas en el propio interés de la persona” (p. 1). Por lo que se puede mencionar que las acciones anteriormente mencionadas, se realizarán con el máximo de motivación si al final del día va a traer un beneficio propio.

**Satisfacción.** Según la RAE (2022), el termino de satisfacción se refiere a la “acción o efecto de satisfacer o satisfacerse” (definición 1). Es un estado armónico en el que la persona se siente a gusto, complacido, feliz por alguna situación que pasa en su entorno.

**Satisfacción laboral.** La satisfacción laboral puede definirse, como lo mencionan Pujol y Dabos (2018):

En términos de dos categorías conceptualmente distintas. Por un lado, se encuentra la satisfacción laboral cognitiva, la cual surge como resultado de un proceso de evaluación más consciente de las características del trabajo y de su comparación con un *standard* cognitivo. Por el otro, está la llamada satisfacción laboral afectiva, la cual constituye un constructo unidimensional y es representativa de una respuesta emocional positiva del empleado hacia el trabajo como un todo. (p. 5)

De tal modo, satisfacción laboral no solamente abarca la satisfacción que un empleado pueda sentir al estar a gusto con su trabajo, de hacer lo que le gusta, estar cómodo con su puesto,

sino que también parte de sentirse satisfecho abarca la parte emocional, la afectiva, los lazos o vínculos que se puedan crear en un ambiente laboral.

**Satisfacción clientes.** La satisfacción de los clientes va enfocada en satisfacer las necesidades de los clientes, para esto la organización debe contar con personal capacitado que se esmere y conozca de lo importante que es para la organización brindar una buena atención, porque depende de este que el cliente vuelva a adquirir sus productos o servicios. Enfocado en tener que satisfacer sus necesidades a través de un servicio prestado por el personal. La satisfacción del cliente implica, según Parra et al. (2018) “centrarse en el cliente, propiciar una relación de ganar- ganar, diseñar el ambiente apropiado para una armónica interacción social y un entorno comercial que invite a permanecer en el establecimiento” (párr. 3).

Contar con profesionales aptos para tratar con personas es esencial para lograr que el cliente se siente satisfecho con la atención que se le brinda, otros factores que también forman parte de esto son: “en el servicio, usos de tecnologías actualizadas, garantías en el servicio y predisposición del personal hacia el cliente enfocado en sus necesidades. Teniendo que considerar la opinión del cliente, esta se debe evaluar” (Parra et al., 2018, párr. 3).

**Ambiente laboral.** “El término ambiente laboral se refiere a todas las condiciones y factores que influyen en el trabajo (físico, social, psicológico) y condiciones ambientales como los factores del entorno: iluminación, temperatura y ruido; así como toda la gama de influencias ergonómicas” (Contreras et al., 2014, p. 61). Factores como una sana convivencia dentro de la organización, excelente comunicación, respeto, tolerancia, son importantes para tener un buen ambiente laboral, así como contar con las condiciones físicas necesarias para laborar como equipo ergonómico, que exista una iluminación y temperatura adecuada, así como el ruido, para que esto no afecte en el desempeño laboral de los colaboradores.

**Ambiente de confianza.** La RAE (2022), define ambiente como el “conjunto de condiciones o circunstancias físicas, sociales económicas, etc, de un lugar, una colectividad o una época” (definición 3), también define confianza como “esperanza firme que se tiene de alguien o algo” (definición 1). Por lo tanto, un ambiente de confianza es un entorno en donde las personas sienten seguridad de que determinadas situaciones se den de la manera adecuada, por el bienestar de todos.

**Distracciones en la oficina.** En lugares de trabajo, centros educativos, reuniones, conversatorios, charlas, centros religiosos, entre otros, existen diferentes factores que pueden generar distracciones, por ende, el incumplimiento o demora en la realización de actividades o bien concentrarse en lo que se está haciendo.

El término interrupción es definido como una situación en la que un profesional deja de realizar una actividad para abordar una cuestión externa. Por su parte, el término distracción se refiere al acto de dejar de realizar una acción por sentirse atraído por otra. Distracciones e interrupciones son conceptos diferentes, aunque íntimamente relacionados, ya que, por ejemplo, las interrupciones pueden ser causa de distracciones. (Méndez, 2013, p. 80)

Las distracciones se pueden dar de diferentes maneras, ya que, al estar, por ejemplo, en un ambiente laboral, las personas pueden estar propensas a no prestar mucha atención a lo que está haciendo y distraerse fácilmente con aspectos relacionados a su entorno.

Las causas principales de las distracciones suelen ser: la fatiga, el uso de equipos electrónicos, hablar con los compañeros de trabajo, el desorden en tu espacio de trabajo, fumar en horario de trabajo, tener su mente en otra cosa, no prestar mucha atención a lo que está haciendo. (Acosta, 2021, párr. 5-6)

Por ende, aquí la importancia de saber cómo manejar cada situación e impedir que factores tan sencillos como hablar con los compañeros de trabajo, pueda ser un distractor muy grande e impedir el cumplimiento de labores.

**Abandono de llamadas.** Abandono de llamadas es cuándo no se logran contestar todas las llamadas que entran, por ejemplo, a un centro de atención telefónica, Chavat (2016) define el abandono de llamadas, de la siguiente manera:

La cantidad de agentes disponibles para atender las llamadas es significativamente menor a la tasa de arribo de estas, creándose una congestión de llamadas. Este escenario provoca que muchos clientes desistan en su espera y finalicen la llamada antes de ser atendida por un agente. (p. 1)

Por lo tanto, el abandono de llamadas se da cuando, no hay agentes disponibles para atender todas las llamadas entrantes, esto puede pasar en franjas horarias específicas o en días específicos, en donde los clientes suelen llamar con mayor frecuencia provocando que se sature el sistema de llamadas y los agentes encargados no logren atender a todos los clientes y ahí es donde se da el abandono de llamadas.

### ***Capacitación***

Las capacitaciones son procesos donde se orienta a los colaboradores sobre distintos temas, normas o protocolos. Una definición más clara dice que “es el proceso de desarrollar cualidades en los recursos humanos, preparándolos para que sean más productivos y contribuyan mejor al logro de los objetivos de la organización” (Chiavenato, 2009) como se citó en (Nowell, 2015, p. 8). Por lo que se puede decir que las capacitaciones ayudan al cumplimiento de objetivos, brindado conocimiento al cliente externo de la organización.

Se define capacitación como “la búsqueda de cumplir con las necesidades que se están presentando ya sea dentro de la empresa o sociedad, va dirigida a la mejora, el resultado debe ser calidad” (Cejas y Acosta, 2012, p. 154). La capacitación es la forma en que se orienta a las personas a hacer mejoras en lo que hacen, logrando tener resultado más eficientes y productivos.

**Capacitación laboral.** Es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito es preparar, desarrollar e integrar a los recursos humanos que se encuentren desarrollando una actividad laboral determinada. Va dirigida al perfeccionamiento técnico del trabajador para que éste se desempeñe eficientemente en las áreas asignadas, logrando con ello la obtención de resultados de calidad, un excelente desempeño, servicio y un perfil ajustado a las necesidades del entorno. (Cejas y Acosta, 2012, p. 153)

La finalidad de la capacitación laboral que se ejecutan en las empresas es preparar de la mejor manera a sus colaboradores en el puesto de trabajo que desempeñan, crear un perfil de trabajo que se adapte a las exigencias que requiere su puesto para que así su productividad sea la mejor.

**Inducción.** Bermúdez (2011) hace referencia al termino inducción a:

Recibir a los nuevos colaboradores, algunas organizaciones invitan a los candidatos a visitar sus instalaciones, a hacer breves pasantías, para adaptar y ajustar al nuevo empleado a la organización, y así minimizar sus temores, ansiedades, y generar rápidamente el sentido de gratitud y pertenencia, logrando su contribución inmediata y efectiva en la empresa. (pp. 121-122)

La inducción es ese proceso en el cual los colaboradores son orientados para que conozcan parte de la empresa en donde van a laborar, cuáles son sus funciones, sus compañeros,

jefes, y demás, para que tengan un breve conocimiento del ambiente laboral y de las labores que les corresponde ejecutar en su jornada laboral.

**Manejo de quejas.** El manejo de quejas es la forma de actuar ante esos reclamos, en el caso de una organización las quejas llegan por medio de correo electrónico, llamadas telefónicas, personalmente, o buzón de sugerencias, mensajes y otros medios. Una queja, “Es la expresión de molestia o incomodidad ante una acción, inacción o reacción determinada, ya sea por el propio comportamiento o por las circunstancias que se producen en el entorno (Rivera, 2018, par.1). Estas quejas generalmente vienen de clientes externos e internos que exponen sus disconformidades ante alguna situación que no es de su agrado, por lo tanto, el manejo de quejas es cuando la organización analiza las quejas expuestas y actúan para lograr la conformidad con sus clientes.

**Organización del tiempo.** “Gestionar el tiempo significa dominar el propio tiempo y trabajo, en lugar de ser dominado por ellos. Es una de las claves para alcanzar los objetivos y metas propuestos” (Recuerda et al., 2012, p. 4).

Organizar el tiempo es un factor esencial en todos los aspectos de la vida, en el ámbito familiar, profesional, laboral, tiempo de ocio, para lograr cumplir con las actividades que forman parte de la vida cotidiana. Si no se organiza el tiempo, se corre el riesgo de no lograr cumplir con las tareas propuestas, y hacer sacrificios que perjudiquen otros ámbitos, por ejemplo, si no se organiza el tiempo en la oficina, se tendrá que laborar más horas de lo habitual para lograr cumplir con las tareas diarias y el tiempo que estaba destinado para pasar con la familia o amigos se ve afectado. También, si no se organiza bien el tiempo en el trabajo, se ve afectado su desempeño laboral y productivo dentro de la organización.

**Cliente difícil.** No todos los clientes son fáciles de manejar, algunos clientes cuentan con ciertas características que puede dificultar la atención brindada, algunos tipos de clientes difíciles que se pueden encontrar según Silva (2022), son los siguientes:

Cliente impulsivo: El consumidor impulsivo es aquel que demuestra impaciencia y agitación.

Cliente discutiador: Demuestra aire de superioridad, va dispuesto a discutir o quejarse.

Cliente indeciso: Le cuesta tomar decisiones, siempre está dudando sobre adquirir una compra o servicio.

Cliente confundido: No tiene claro lo que quiere o necesita.

Cliente silencioso: Habla muy poco, es difícil de interpretar.

Cliente negociador: Quiere aprovechar todas las oportunidades de recibir algún beneficio. (párr. 15-29)

Es importante saber reconocer el tipo de cliente con el que se está tratando, para así lograr brindar la atención correcta y que al final el cliente salga satisfecho que es lo que al final se anda buscando.

**Vocabulario formal.** Sotillos (2022), define vocabulario formal como “el registro del habla que usamos cuando estamos en contextos de mayor formalidad y más ajenos a nuestra familiaridad o entorno íntimo. Podrían ser ejemplos una comunicación entre jefe-empleado, alumno- profesor o médico-paciente” (párr. 1).

El vocabulario formal se emplea en situaciones las cuales requieren cierto grado de protocolos y formalidad, no es lo mismo hablar con un familiar o amigo muy cercano, con el que cual se tiene la confianza se utilizar un vocabulario popular o informal, al estar en una reunión de negocios, o brindando atención a un cliente, o situaciones que requieren de rectitud y formalidad.



**Inteligencia emocional.** Una definición de inteligencia emocional dada por Arrabal (2018) dice que “La inteligencia emocional es la capacidad de aceptación y la gestión consciente de las emociones teniendo en cuenta la importancia que tienen en todas las decisiones y pasos que damos durante nuestra vida, aunque no seamos conscientes de ello” (p. 7). Entendiéndose de esta manera, que la inteligencia emocional es tener el control de nuestras emociones, y que las personas pueden ser o no conscientes de que la poseen, o sea, que puede ser aprendido a lo largo de la vida, o puede ser algo que la persona trae naturalmente.

Maldonado (2021) como cita David Goleman, también define inteligencia emocional como:

La capacidad de motivarnos a nosotros mismos, de perseverar en el empeño a pesar de las posibles frustraciones, de controlar los impulsos, de diferir las gratificaciones, de regular nuestros propios estados de ánimo, de evitar que la angustia interfiera con nuestras facultades racionales y, por último, la capacidad de empatizar y confiar en los demás.  
(párr. 4)

La inteligencia emocional, es saber y comprender cuáles son no solamente los pensamientos y emociones propias, sino también las de los demás, ponerse en sus zapatos, ser más empáticos, y saber manejar las emociones.

**Habilidades blandas.** El termino de habilidades blandas se ha popularizado en las organizaciones, tanto así, que muchas de ellas dejaron de darle tanta importancia a las notas académicas y comenzaron a tomar en cuenta las habilidades blandas que tienen los candidatos a los puestos. Existen dos tipos de habilidades blandas, se encuentra:

Las cognitivas, estas:

“Se refieren a la capacidad de una persona de “interpretar, reflexionar, razonar, pensar de manera abstracta y asimilar ideas complejas, resolver problemas y generalizar de lo que se aprende”, y las no cognitivas: “se refieren a la capacidad de una persona de relacionarse con otros y consigo mismo, comprender y manejar las emociones, establecer y lograr objetivos, tomar decisiones autónomas y confrontar situaciones adversas de forma creativa y constructiva” (Ortega, 2016, p. 3).

Por lo que se puede concluir que las habilidades blandas son aquellas que le permiten a la persona a desarrollarse tanto académicamente como socialmente, le ayudan a sobresalir en las labores del trabajo y permite las buenas relaciones.

**Comunicación asertiva.** Se considera como la habilidad y aptitud comunicativa, en función a la capacidad se puede resolver situaciones y conflictos de una forma acertada, manifestar sentimientos, pensamientos y emociones sin perturbar o atropellar los derechos del otro, teniendo en cuenta que la misma sitúa en una actitud de escucha para así ser escuchado. (Lemes et al., 2020, p. 149)

La comunicación asertiva es conocer cómo comunicarse de manera efectiva, expresar las ideas, pensamientos, emociones, pero también saber escuchar las de los demás, y tratar de comprender sus puntos de vista.

**Escucha activa.** La escucha activa consiste en una forma de comunicación que transmite ideas claras sin irrumpir al receptor; se realiza con libertad teniendo en cuenta lo que piensa y sienten los demás. Se escucha atentamente, analizando, razonando y comprendiendo la información que se está transmitiendo en la conversación de una o varias personas. (Hernández y Lesmes, 2017, p. 84)

Parte importante de una comunicación efectiva es saber escuchar, prestar atención a lo que está comunicando el emisor, entender sus ideas, opiniones, respetar el espacio de los demás, comprender la información, esto se le conoce como escucha activa.

**Lenguaje corporal.** El lenguaje corporal es una forma de comunicación no verbal, es expresarse por medio de movimientos corporales, la mirada, gestos faciales, la forma en que se mueven las manos, posiciones, y demás.

La información no se transmite con las palabras, sino también a través de los movimientos corporales, las miradas, la sonrisa, la tensión del cuerpo, las posiciones, las distancias, la forma de sentarse, hablar, etc. Va más allá de las palabras, transmite sentimientos y el estado interior del interlocutor. (Chávez, 2015, p. 11)

**Dicción.** En la comunicación, la forma de hablar es importante para que se dé comprensión del mensaje, el tono de la voz, la fluidez, organizar la ideas, son aspectos por considerar, el termino dicción, es la palabra correcta para expresarlo.

“La dicción incluye la pronunciación exacta de los sonidos, la entonación, la acentuación, nociones de fonética. Permite que el mensaje que llegue al emisor sea coherente y con una pronunciación correcta” (Carranza y Alessandroni, 2013, p. 6).

La dicción, es central para tener una buena comunicación, es una forma de hablar correctamente, considerando sonidos, entonación, usar las palabras correctas, acomodar las ideas, que permite que el mensaje sea percibido lo más entendible posible.

**Empatía.** La empatía, en palabras sencillas, puede definirse como ponerse en el lugar de los demás, esto quiere decir que, si a una persona está pasando por un momento difícil, los demás deben ser comprensivos, en una definición más exacta “...se trata de un proceso psicológico de deducción, en el que la observación de los demás, la memoria, el conocimiento y el

razonamiento se combinan para permitir la comprensión de los pensamientos y sentimientos de otras personas” (Moya Albiol, 2018, p. 7). Este proceso se puede dar de manera natural para algunas personas, pero para otras conlleva trabajo y esfuerzo, donde inclusive estas deben recibir capacitaciones, y mucha práctica para poder desarrollar esta habilidad.

**Agilidad.** En la atención al cliente la agilidad es una habilidad muy importante, ya que se debe actuar de manera inteligente, además, esto hace que la productividad aumente, una definición dada por Hadida y Troilo (2020) dice que “Ser ágil significa responder al cambio con éxito en un entorno incierto y turbulento, ser capaz de adaptarse a circunstancias impredecibles” (p. 3). Esta es la razón por la que es importante que esta sea desarrollada por toda persona que brinde el servicio, ya que este se da en tiempo real y no se sabe qué tipo de situación se vaya a presentar.

**Proactividad.** Esta definición puede entenderse como el ofrecimiento de la ayuda antes de que esta sea solicitada, una persona proactiva es aquella que toma la iniciativa y no espera a que le soliciten que actúe, la proactividad implica una anticipación al ofrecimiento del servicio, no esperar a que las personas vayan en busca de lo que necesitan. (Velasco Risco, 2020, p. 6)

### ***Impacto emocional y físico***

El impacto emocional y físico se refiere a las consecuencias que puede sufrir una persona por ciertas acciones que esté tomando o situaciones que esté enfrentando en su vida, este puede ser tanto positivo como negativo, las diferentes definiciones que menciona la RAE (2014), indican que impacto significa “huella o señal que deja un impacto, efecto de una acción realizada bruscamente, un golpe emocional, o un efecto producido por la opinión de una disposición de la

autoridad” (definición 2, 3. 4 y 5). Por lo que se puede decir que la palabra impacto tiene una relación directa con lo emocional y lo físico.

**Impacto emocional.** Serrano y Ibáñez (2015) citando a Bisquerra (2000), definen emoción como “un estado complejo del organismo caracterizado por una excitación o perturbación que predispone a la acción. Las emociones se generan como respuesta a un acontecimiento externo o interno” (p. 465). Una emoción, es lo que cada ser humano sienta con respecto a las situaciones que se le presenta, ya sea tristeza, felicidad, angustia, nervios, frustración, miedo. Las emociones se ven afectadas según el entorno que nos rodea, en el ambiente familiar, escolar, entre amigos, y en el trabajo.

Trabajos en donde se debe estar en contacto con clientes, “en los que, además de realizar tareas físicas o mentales, también deben expresar emociones durante las interacciones que realizan con las personas usuarias del servicio” (Serrano y Ibáñez, 2015, p. 466).

Esto puede provocar afectaciones en los colaboradores, ya que perjudican sus emociones y puede ser el causante de enfermedades debido a la presión que tiene en el trabajo, algunas de esas enfermedades causadas por el impacto emocional en los trabajadores son estrés, síndrome de Burnout, fatiga y carga mental.

**Estrés.** El estrés es un factor muy común en el ambiente laboral, más si este se lleva a cabo bajo presión. “Este se define como la respuesta fisiológica, psicológica y de comportamiento de un individuo que intenta adaptarse y ajustarse a presiones internas y externas” (Del Hoyo, 2004) citado por (Sanchez Aragonés, 2016, p. 6). “Existen dos tipos, el Eustres que es el positivo y el Distrés que es el negativo, este último se manifiesta en una demanda intensa o prolongada de actividad y exigencias, que pueden afectar la salud física y psicológica” (Sánchez Aragonés, 2016. p. 6), si no se trata a tiempo, como se mencionó

anteriormente, este puede llegar a afectar a la persona físicamente, presentándose en la caída del cabello, acné, enfermedades de la piel, etc.

**Síndrome de Burnout.** También llamado síndrome del trabajador quemado, fue nombrado de esta manera porque hace referencia a toda la carga y presión que se recarga sobre los trabajadores, Saborío Morales y Hidalgo Murillo (2015) citando a P. Gil-Monte (s.f.) es “una respuesta al estrés laboral crónico integrado por actitudes y sentimientos negativos hacia las personas con las que se trabaja y hacia el propio rol profesional, así como por la vivencia de encontrarse agotado” (p. 2)., por lo cual se puede inferir que el síndrome de Burnout es una consecuencia psicológica de no tratar el estrés provocando así una falta de motivación, desgaste emocional y empatía.

**Desgaste emocional.** El desgaste emocional es muy común que se dé cuando el ambiente no es el adecuado, según González (2020):

El desgaste emocional consiste en un estado de agotamiento que se produce como consecuencia de sentirnos sobrepasados en algún ámbito de nuestras vidas. Este puede tener diferentes causas, como ambientes tensos, donde la persona no se sienta tranquila y no pueda expresarse con libertad. (párr. 2-3)

**Depresión.** La depresión es un mal que asecha constantemente a toda la población, actualmente el concepto es más reconocido gracias a que las enfermedades mentales se han vuelto un tema más relevante y ya no se minimizan tanto como en tiempos pasados.

En un episodio depresivo, la persona experimenta un estado de ánimo deprimido (tristeza, irritabilidad, sensación de vacío) o una pérdida del disfrute o del interés en actividades, la mayor parte del día, casi todos los días, durante al menos dos semanas. Se presentan varios otros síntomas, entre los que se incluyen la dificultad de concentración, el

sentimiento de culpa excesiva o de autoestima baja, la falta de esperanza en el futuro, pensamientos de muerte o de suicidio, alteraciones del sueño, cambios en el apetito o en el peso y sensación de cansancio acusado o de falta de energía. (OMS, 2021, párr. 4)

Aunque en la actualidad se realizan campañas para concientizar acerca de este tema, todavía existen tabúes en diferentes ámbitos, un ejemplo de este es el laboral, donde muchas organizaciones todavía no toman este tema como algo prioritario y secundan la salud mental de sus colaboradores sin tomar en cuenta algo tan importante como lo es la depresión y todos los efectos que esta causa en las personas.

**Fatiga y carga mental.** La fatiga y carga mental se puede definir como exceso de preocupaciones, “cuando existe un desequilibrio prolongado entre la capacidad del organismo y el esfuerzo que se debe realizar para dar respuesta a las necesidades del ambiente” (Serrano y Ibáñez, 2015, p. 476). En ambientes laborales que se llevan bajo presión, la fatiga y la carga mental son comunes, ya que las personas deben presionarse y esforzarse, en muchas ocasiones, sobre sus propias capacidades.

**Impacto físico.** El impacto físico se puede dar por presiones, desgaste, exigencias en el trabajo. En el escenario laboral que nos encontramos, marcado por la globalidad y la inestabilidad, donde prima la necesidad de reducción de costes, la demanda en el aumento de la productividad y de la satisfacción del cliente, un menor nivel de autonomía, una mayor sobrecarga debido a la reducción de personal, el aumento de las demandas emocionales, o que los objetivos del trabajo no estén bien definidos. (Carvajal y Rivas, 2011, p. 73)

Estos aspectos pueden ocasionar consecuencias físicas en los colaboradores y se ve reflejado generalmente con la aparición de enfermedades a causa del estrés laboral, como pérdida

de cabello, dolores de espalda, síndrome de burnout, desórdenes alimenticios, enfermedades de la piel, entre otras.

### ***Enfermedades causadas por el trabajo***

**Insomnio.** En ocasiones la posibilidad de lograr conciliar el sueño se torna difícil, esto se conoce como insomnio, es cual es “un trastorno del sueño consistente en la imposibilidad para iniciar o mantener el sueño, o de conseguir una duración y calidad de sueño adecuada para restaurar la energía y el estado de vigilia normal” (Sarrais y Castro, 2017, p. 122).

El insomnio puede causarse por diferentes circunstancias por las que está pasando quien lo padece, pueden ser factores ambientales o bien factores personales, que al final le impiden dormir bien, y esto lleva a padecer otras enfermedades.

El insomnio extrínseco se da debido a factores ambientales tales como problemas con la higiene del sueño, abuso de sustancias, situaciones de estrés (problemas de tipo laboral, familiar, de salud...) y un insomnio intrínseco debido a factores personales como el insomnio psicofisiológico, insomnio primario o idiopático, apneas obstructivas del sueño, síndrome de las piernas inquietas y alteración del ritmo circadiano. (Sarrais y Castro, 2017, p. 124)

El dormir mal durante largos periodos de tiempo, puede afectar la salud de las personas, tanto física como mental, una persona que se encuentre laborando y padezca de insomnio puede bajar su rendimiento laboral debido a la falta de sueño, sin embargo, como se menciona anteriormente, una de sus causas puede ser provocada por el mismo trabajo o ambiente laboral en que se encuentre.



**Trastornos alimenticios.** Los trastornos alimenticios se pueden dar por diferentes razones, una mala alimentación la cual se basa en ingerir grandes cantidades de alimentos dañinos para el organismo provocando aumento de peso, o bien comer en pocas cantidades, provocando pérdida de peso.

Vellisca et al. (2016) “Los trastornos alimentarios se caracterizan por alteraciones graves de la conducta alimentaria. Se clasifican los trastornos de la conducta alimentaria (TCA) en tres categorías: anorexia nerviosa (AN), bulimia nerviosa (BN) y trastorno de la conducta alimentaria no especificado (TCANE)” (p. 2).

Para entender mejor estos términos, lo explican Vellisca et al. (2016) de la siguiente forma:

Las dos primeras categorías son trastornos específicos, y la tercera categoría incluye los casos que no cumplen todos los criterios diagnósticos, pero en los que sí existe una alteración de la conducta alimentaria.

La AN (Anorexia Nerviosa) se caracteriza por una pérdida progresiva de peso, ocasionada por la propia persona, a través de la disminución o evitación de la ingesta.

La BN (Bulimia nerviosa) se identifica por una preocupación continua por la comida, con deseos irresistibles de comer, presentando episodios recurrentes de ingesta de grandes cantidades de alimentos, en un espacio corto de tiempo y con un sentimiento de pérdida de control, de no poder parar de comer.

La tercera categoría TCANE (Trastorno de la conducta alimentaria no especificada) se describe por manifestar alteraciones de la ingesta que no cumplen todos los criterios necesarios para poder diagnosticar un trastorno específico. Suelen ser

pacientes con sintomatología propia de la AN o BN pero que no cumplen con todos los criterios para ser un cuadro completo. (p. 2)

Las personas que padecen de estos trastornos sufren de problemas no solamente físicos sino también psicológicos, los cuales deben ser vistos por especialistas que le ayuden a superar o manejar estas enfermedades provocadas por los trastornos alimenticios.

**Perdida de cabello.** La pérdida de cabello es más evidente en mujeres, sin embargo, esta no distingue género, puede darse cuando se sufre de mucho estrés, Sanoja (2020) citando a Garnacho (s.f.) “El proceso se conoce como efluvio telógeno agudo y puede darse por una enfermedad o por una situación de mucha tensión” (párr. 3). Esta como muchas otras enfermedades, es una consecuencia física de la mala salud mental.

**Acné.** Cuando se tiene una situación difícil en la vida, muchas personas presentan acné, “esto se debe a que el estrés afecta distintas hormonas y activa las glándulas que producen el sebo” (González, 2020, párr. 4). Es por esto que cuando se presenta mucha tensión aparece el acné.

**Dolores musculares.** Los dolores musculares pueden presentarse debido a la tensión muscular que se sufre cuando no existe salud mental adecuada, según Oliver Muñoz (2020), “los dolores musculares pueden tener un origen diverso y uno de ellos está relacionado con el hecho de padecer una alteración psicológica que está afectando a nuestro cuerpo” (párr. 3). Esto puede llegar a causar daños a largo plazo.

**Actividades que velan por la salud mental de los colaboradores.** Existen varios factores dentro de la organización que pueden afectar el bienestar mental de los trabajadores como las cargas laborales, el estrés, un ambiente laboral pesado, el agotamiento, entre otros. Realizar actividades internas en la organización para velar por la salud mental de los trabajadores es una manera de asegurarse de contar con colaboradores eficientes, que puedan desempeñar de la mejor manera en sus labores diarias y así aumentar la productividad de la organización.

Algunas de las actividades que propone Ortiz (2022), que se pueden implementar que velen por la salud mental de los colaboradores son las siguientes:

- Incitar al equilibrio entre vida laboral y personal de los trabajadores.
- Tener una cultura de formación y capacitación continua, que permita a los trabajadores mantenerse en constante desarrollo profesional.
- Asegurarse de que cada colaborador tiene claras sus funciones y responsabilidades.
- Fomentar a los colaboradores a participar activamente.
- Realizar jornadas de salud mental en la organización.
- Establecer equilibrio en la carga de trabajo, recordar que los colaboradores deben descansar y tener tiempo para su vida personal. (párr. 16)

Al implementar estas actividades se puede lograr que los colaboradores mejoren en este aspecto de salud mental y no se vean tan afectados debido a las cargas y el estrés que les pueda causar su trabajo. También es importante como organización mantenerse en constante actualización acerca de estos temas.

**CAPÍTULO III:**  
**MARCO METODOLÓGICO**

---

### **Marco Metodológico**

En esta sección se desarrolla el enfoque de investigación el cual es mixto de tipo descriptivo, además se explican los alcances de la investigación mediante 4 pasos, por otra parte, se describen las fuentes de información las cuales abarcan las primarias, las secundarias y las terciarias, se mencionan las técnicas e instrumentos utilizados para poder cumplir con los objetivos planteados y se hace una amplia descripción de estos. También, se abarca todos los aspectos del diseño muestral tales como: la población de estudio, el tipo de muestreo, el tamaño de la muestra, la selección y distribución de la muestra. Por último, se desarrolla la definición operacional de cada una de las variables, donde se explica la manera que se mide cada una de estas.

#### **Enfoque de la Investigación**

Esta investigación se desarrolla bajo el enfoque mixto, permitiendo así cumplir con los objetivos planteados mediante la observación y apoyo de informantes o participantes que trabajan dentro de la institución. Esto permite recolectar datos que aportan información necesaria para guiar a los investigadores con el desarrollo del tema.

Este enfoque se basa según Hernández, et al. (2014), “en un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación, implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (pp. 134-135).

Por lo tanto, el enfoque mixto es el que más se adapta a la investigación, debido al análisis de la información que se pretende recolectar por medio de los participantes.

Las técnicas por utilizar para recolectar la información son la observación, entrevistas y encuestas.

---

***Tipo de Investigación***

El Tipo de investigación que se aplica es la descriptiva, según lo señala Cauas (2015) “especifica las propiedades importantes del sujeto de estudio, personas, grupos, o cualquier fenómeno que es sometido al análisis” (p. 6). Se escoge la investigación descriptiva para especificar características y propiedades de los sujetos de estudios para un adecuado análisis y conocer cuáles son sus necesidades.

También se aplica el método analítico, el cual como lo mencionan Lopera, et al. (2010), es un análisis del discurso, con base en los procesos de entender, criticar, contrastar e incorporar, y las actitudes generales de escucha, análisis e intervención. Es central la captación de los distintos elementos o posiciones que componen toda situación o discurso.

Esto con la finalidad de analizar la información recolectada, para brindar un resultado más atribuible a la investigación con respecto a la importancia que tiene el servicio al cliente en el desempeño laboral y productivo.

**Alcances de la investigación**

El propósito de esta investigación es analizar cuáles factores del servicio al cliente afectan, el desempeño laboral y productivo de los trabajadores de Coopealianza, esto sirve para que la organización obtenga un punto de referencia para conocer si los métodos de atención al cliente implementados dan buenos resultados.

El primer paso para llevar a cabo este proyecto es investigar las políticas que se aplican en la empresa, tales como protocolos de atención al cliente y/o capacitaciones, el fin es conocer si en esta empresa el servicio al cliente es un proceso sistematizado o si los colaboradores deben regirse por sus propias experiencias y estudios que han llevado a cabo fuera de la organización para poder brindar este servicio, si se presenta el segundo caso, se investigará la necesidad de la

---

existencia de dichas políticas para un funcionamiento óptimo de la unidad de Experiencia del Cliente.

El segundo paso es conocer la opinión de los usuarios con respecto al servicio al cliente, esto con el propósito de saber si la atención al cliente que los colaboradores ofrecen es la ideal, o si existe alguna deficiencia en esta.

El tercero es describir qué tipo de estrategias utilizan la empresa Coopealianza R.L., para calificar o evaluar el desempeño laboral y productivo que brindan sus colaboradores en sus tareas diarias, y por último realizar una indagación del impacto emocional que conlleva para los administradores de oficinas el trabajar en atención al cliente, tales como el estrés o el síndrome de Burnout, y como estos afectan en su rendimiento laboral.

### **Fuentes de información**

#### ***Fuentes primarias***

Las fuentes primarias son los sujetos de investigación, una definición dada por Cruz (2019) dice que “contiene información original que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más” (p. 28), un ejemplo de fuente primaria son novelas, obras de teatro, poemas, películas, videos. En la presente tesis, las fuentes primarias son trabajos de investigación, tesis, proyectos, documento y revistas científicas encontradas de los diferentes repositorios de las universidades, además de libros y literatura pertinente al tema.

#### ***Fuentes secundarias***

Las fuentes secundarias son aquellas en las que se busca información, pero no de primera mano, son datos que ya han pasado por las manos de varias personas, según Cruz (2019) “están diseñada para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes o a sus contenidos, como

---

enciclopedias, antologías, reseñas de películas, artículos, etc” (p. 28). En la presente tesis, las fuentes secundarias son diccionarios, bases de datos, etc.

### ***Fuentes terciarias***

Estas son aquellas que se encuentran citadas en algún documento, una definición más específica dice que son “guías virtuales o físicas que contienen información sobre las fuentes secundarias” (Cruz, 2019, p. 28). Para este trabajo de investigación, las fuentes terciarias son los diferentes artículos consultados que contienen citas bibliográficas importantes para esta investigación.

## **Técnicas e Instrumentos de Investigación**

### ***Técnicas***

***Observación.*** Se utiliza la técnica de observación para conocer los procesos que se aplican en la organización en cuanto a servicio al cliente de los administradores de oficinas.

Esta técnica es la más recomendada para las investigaciones cualitativas, permitiendo adquirir información sobre un fenómeno o suceso, su finalidad es obtener datos de un tema en específico por lo que se debe tener claro lo que se va a observar. (Guerrero, 2016, p. 6)

En este caso, la finalidad de la observación es conocer los procedimientos que se aplican para brindar el servicio al cliente en la Unidad de Experiencia del Cliente de Coopealianza R.L.

***Entrevista.*** Se lleva a cabo una entrevista a los líderes de la organización para conocer si existen políticas que utilizan para brindar un servicio al cliente de calidad, así como la forma en que miden el desempeño laboral y productivo de sus colaboradores.

La entrevista se caracteriza por ser un proceso comunicativo, donde nos guiamos por los objetivos establecidos en función a nuestros intereses. La finalidad de la entrevista es acceder a la perspectiva de los participantes, como lo indica Schettini y Cortazzo (2016) “comprender sus



---

percepciones y sus sentimientos; sus acciones y sus motivaciones. Apunta a conocer las creencias, las opiniones, los significados y las acciones que los sujetos y poblaciones les dan a sus propias experiencias” (p. 19).

Ayudando así la entrevista a recolectar la información deseada y brindando datos de suma importancia para la presente investigación.

**Encuesta.** La encuesta es, según Aguilar y Liez citando a López y Fachelli (2015), “una técnica de la investigación científica que se centra en la interrogación de los sujetos para obtener, mediante el cuestionario como instrumento de medición, datos e informaciones de manera sistemática sobre una problemática de investigación previamente identificada” (p. 35).

Estas son aplicadas a los administradores de oficinas para conocer su opinión acerca de si consideran necesario que existan políticas de atención al cliente para la unidad en la que laboran, también conocer si la atención al público tiene un impacto en su ámbito emocional y físico, también se aplican a los clientes de la organización para conocer su opinión con respecto al servicio al cliente que se les brinda.

### ***Instrumentos***

**Guías de observación.** Este instrumento da una guía clara de los datos que se deben recolectar por medio de la observación, Campos y Lule (2012) expresaron que “la guía de observación hace que no se pierda de vista el objetivo que se quiere investigar. Además, esta ayuda a que se registren los datos que son recolectados, de una manera exitosa y segura” (p. 56). Se utiliza esta guía para observar el trabajo de los administradores de oficinas en la Unidad de Experiencia del Cliente. Se realiza un total de 15 visitas para la observación.

**Tablas de cotejo.** Las tablas de cotejo o más popularmente llamadas listas de cotejo, según lo mencionó Multimedia UNED (s.f.) “Es un instrumento de evaluación que contiene una lista de criterios o desempeños de evaluación, previamente establecidos, en la cual únicamente se califica la presencia o ausencia de estos mediante una escala dicotómica, por ejemplo: si-no, 1-0” (párr. 1).

Se utiliza también la tabla de cotejo para aplicar a los clientes, la cual cuenta con una serie de preguntas en donde deben calificar de 1 a 5, siendo 5 la calificación más alta y 1 la más baja, considerando para efectos de análisis de datos que 5 es excelente, 4 muy bueno, 3 bueno, 2 regular y 1 malo. Aclarar que únicamente en la última interrogante con respecto a si recomendaría a Coopealianza, se considera para efectos de análisis que 5 es siempre, 4 casi siempre, 3 es algunas veces, 2 es casi nunca, y 1 es nunca.

**Cuestionario.** Los cuestionarios son instrumentos que se componen de distintas interrogantes, Meneses (2016) refirió a los cuestionarios como “los instrumentos estandarizados para la recolección de datos. Estos serán utilizados a la hora de aplicar las encuestas, contendrán preguntas abiertas y cerradas con el fin de conseguir los datos que se requieren recolectar y la opinión de los participantes” (p. 7). Guerrero (2016) aclaró que se “recomienda que los cuestionarios no tengan más de treinta preguntas” (p. 7)., esto a razón de que es muy cansado para el participante responder tantas preguntas y aún más si son preguntas abiertas. Este cuestionario se aplica a los administradores de oficinas para conocer su opinión acerca de las políticas y protocolos de servicio al cliente de la unidad en la que laboran y también indagar si existe algún impacto emocional o físico debido a su labor atendiendo al público.

**Guía de entrevista.** Se utiliza una entrevista no estructurada, lo que significa que las preguntas son más abiertas al cambio, y pueden llegar a variar de una entrevista a otra.

---

Estas preguntas deben realizarse de forma que no se pierda o se desvíen de los objetivos de la investigación, para asegurar la correcta recolección de los datos, el formato de estas preguntas depende del tipo de entrevista que se vaya a elegir. Esta se aplica a la jefatura de la Unidad de Experiencia del Cliente.

### **Diseño muestral**

#### ***Población de estudio***

Se le conoce a la población de estudio, como el “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (Hernández, et al., 2014, p. 174).

La población participante del estudio son personas que se encuentran involucradas con el servicio al cliente que se brinda en la organización. En este caso, funcionarios de la unidad de Experiencia del cliente Coopealianza R.L, ya que estos cumplen con laborales relacionas con el servicio al cliente y administración de oficinas. Por otra parte, se toma opiniones de algunos asociados que realizan llamadas a la organización, para conocer si las estrategias de servicio al cliente utilizadas en la empresa son eficientes.

#### ***Tipo de muestreo***

El tipo de muestreo que se utiliza es el no probabilística o dirigido, Hernández, et al. (2014), definen las muestras no probabilísticas como “aquellas en las que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador“ (p. 386).

Por lo tanto, las personas elegidas para la recolección de datos son aquellas que cumplen con funciones de servicio al cliente en Coopealianza R.L., sucursal San Isidro de El General, propiamente en la Unidad de Experiencia del cliente

### ***Tamaño de la muestra***

“Para determinar el tamaño de la muestra, se realiza la fórmula para muestra finita, se le define a muestra finita cuando se conoce el tamaño de la muestra” (Carrillo, 2015, p. 24).

En este caso se va a utilizar la población que se deriva de los funcionarios de la unidad de Experiencia del cliente en Coopealianza R.L., sucursal San Isidro de El General, en la cual está basada la investigación, ya que, según datos proporcionados por la empresa, estas ocupaciones se encuentran en contacto frecuente con los clientes y tienen funciones de administradores de oficinas, siendo su principal función atender llamadas telefónicas de asociados y clientes. El total de la población son los nueve colaboradores que se encuentran laborando en esta unidad.

Para determinar el tamaño de la muestra, se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Vargas (2014), explica cada aspecto que contiene la fórmula para obtener el tamaño de la muestra de la siguiente manera:

Z = valor estándar de la distribución probabilística normal para el nivel de confianza establecido (si 95 % ? z = 1,96)

e= error probable

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso

N = Población o universo

n = tamaño de la muestra

Si no se cuenta con información sobre la probabilidad de éxito o fracaso, se recomienda usar p = q = 0,5 Por otra parte, el error (e) máximo recomendable debe ser 0.1. (p. 91)

En este caso para determinar el tamaño de la muestra de los funcionarios, propiamente de la unidad de Experiencia del cliente en Coopealianza R.L., sucursal San Isidro de El General, se utiliza un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5%. En cuanto a la probabilidad de fracaso y probabilidad de éxito se utiliza el 0.5 recomendado. Por lo que la fórmula queda de la siguiente manera:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 9}{0.05^2(9 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 8,81$$

Una vez aplicada la fórmula para obtener el tamaño de la muestra, dio como resultado 8,81, por lo tanto, el tamaño a utilizar será de 9 participantes en total, lo que quiere decir que se utilizará el 100% de la población en el caso de los colaboradores de la unidad de Experiencia del cliente.

Para el tamaño de muestra de los clientes de Coopealianza, que realizan llamadas telefónicas a esta unidad, según datos proporcionados por funcionarios de la Cooperativa, se proyecta un aproximado de 465 llamadas telefónicas que ingresaron por día, tomando en cuenta datos relacionados a los últimos meses del año 2021, de estas se calcula que 93 llamadas que ingresaron diariamente son de asociados.

Por lo tanto, para calcular su tamaño se aplica la siguiente fórmula utilizando un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5%, y un 0,5 para probabilidad de fracaso y para probabilidad de éxito.

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 93}{0.05^2(93 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 75$$

---

En este caso, según los resultados obtenidos en la fórmula aplicada, se utiliza un total de 75 asociados de Coopealianza R.L, que realizan llamadas telefónicas a la unidad de Experiencia del cliente como sujetos de estudio para esta investigación y así evaluar el servicio al cliente que se brinda en esta unidad.

### ***Selección y distribución de la muestra***

La selección y distribución de la muestra se realiza por conveniencia, “permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador” (Otzen y Manterola, (2017, p. 230).

La selección se realiza eligiendo a las personas que cuentan con puestos en los que tienen contacto frecuente con los clientes en la organización según datos proporcionados por la cooperativa. La distribución se realiza mediante la siguiente manera, ya que el tamaño de la muestra es de 9 participantes, y la población de estudio es de 9 participantes, se utiliza el 100 % de la población, esto en el caso de los colaboradores de la unidad de Experiencia del cliente.

Para realizar las encuestas a los colaboradores se realiza un formulario digital el cual es enviado a los colaboradores para que sean contestados.

En cuanto a los clientes, su selección y distribución se hace de acuerdo con la accesibilidad, disponibilidad y proximidad con el cliente para poder aplicar los instrumentos, en total 75 asociados se pretende que sean encuestados. Para esto se procura entrevistar unos 8 asociados por día, lo que quiere decir que se necesita un total de 10 días para entrevistar la totalidad de asociados según la muestra obtenida, sin embargo, cabe mencionar que queda sujeto a la disposición que los usuarios tengan para ser entrevistados, por lo que puede tardar un poco más de lo esperado. La aplicación del instrumento se realizará por medio de llamadas

---

telefónicas, cada asociado que llame a la unidad de Experiencia del cliente, se le preguntará si desea contestar una pequeña encuesta relacionada a la atención que recibió, si su respuesta es acertada, se transfiere su llamada a las personas a cargo de la investigación para aplicar el debido instrumento y así recolectar la información.

### **Definición operacional de las variables**

La definición operacional es aquella que indica el instrumento o método utilizado para medir cada variable, así como la medida que se utiliza para definir los resultados, está constituida por una serie de procedimientos o indicaciones para realizar la medición de una variable definida conceptualmente. (Espinoza, 2019, p. 175)

#### ***Variable 1. Servicio al cliente***

**Definición operacional.** Para medir esta variable se utiliza una encuesta donde sí más del 80 % de los clientes califica de 4 a 5 la atención brindada, se considera que el servicio al cliente brindado es de calidad sí es menor al 80% es de baja calidad.

#### ***Variable 2. Políticas organizacionales***

**Definición operacional.** Se utiliza una encuesta para la medición de esta variable, si el 70% afirma que no conoce políticas o protocolos de servicio al cliente, se afirma la falta de estos en la organización y si el 70% afirma que, existe una falta de fortalecer las políticas y protocolos, se considera que se debe mejorar estos aspectos para el buen funcionamiento y eficiencia en la unidad de experiencia del cliente.

#### ***Variable 3. Desempeño laboral***

**Definición operacional.** Para esta variable se utiliza una encuesta, si el 80% de los colaboradores encuestados afirma que los procesos de evaluación de desempeño laboral aplicados por la cooperativa son eficientes, se considera que la evaluación empleada es asertiva,

---

y si es menor de 80 % significa que la cooperativa debería tomar más importancia a estos temas y contar con mejores métodos para evaluar el desempeño laboral de sus colaboradores, además, se utiliza una observación que se mide por medio de una tabla de cotejo donde si el 90% de la calificación está entre siempre y casi siempre, se considera que los colaboradores tienen un buen desempeño laboral, si es menor a ese porcentaje, significa que el desempeño laboral y productivo de los colaboradores debe mejorar, y la cooperativa debe tomar medidas, por ejemplo, en cambiar o actualizar la forma en que miden el trabajo de los colaboradores.

#### ***Variable 4. Capacitación***

**Definición operacional.** Para medir esta variable se utiliza una encuesta donde si uno de los tipos de capacitaciones es elegida en 5 ocasiones o más por los colaboradores, se considera que esa capacitación debería brindarse en la organización para que sus trabajadores mejoren su desempeño laboral, si es menor, se considera que de igual manera es una capacitación importante de impartir en la organización, pero se debe de dar más prioridad a las que son elegidas mayoritariamente.

#### ***Variable 5. Impacto emocional y físico***

**Definición operacional.** Para esta variable se utiliza una encuesta, si el 80% afirma que el atender clientes afecta emocional y físicamente a los colaboradores, se considera que la jefatura de Unidad de Experiencia del Cliente debe tomar medidas para evitar este impacto en los trabajadores debido a las cargas laborales, si es menor al 80%, se considera que los colaboradores no están siendo frecuentemente afectados emocional y físicamente por la carga laboral, sin embargo, es algo que se debe estar monitoreando con frecuencia por la salud y bienestar de los trabajadores.



---

***Variable 6. Enfermedades causadas por el trabajo***

**Definición operacional.** Para medir esta variable se utiliza una encuesta, donde si el 50 % o más afirma padecer alguna enfermedad a causa de su trabajo, se considera que la jefatura de Unidad de Experiencia del Cliente debe tomar medidas para evitar el exceso de presión laboral que provoca enfermedades en sus trabajadores, si es menor al 50% se considera que las cargas laborales que tienen los colaboradores en esta unidad se encuentran equilibradas y no son motivo de padecimientos de enfermedades.

**Cuadro de variables*****Definición conceptual de la variable***

Básicamente, como lo dice Espinoza (2019) “constituye una abstracción articulada en palabras conceptualmente, para facilitar su comprensión y su adecuación a los requerimientos prácticos de la investigación. Es definirla” (p. 175. Es decir, es describir cada variable conceptualmente.

**Cuadro 1** *Cuadro de variables.*

**Objetivo 1:**  
 Conocer la opinión de los clientes y asociados de la corporativa, con respecto a la calidad del servicio que se brinda por medio de la Unidad de Servicio al Cliente.

<b>Variable</b>	<b>Subvariables</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición instrumental</b>
Servicio al cliente	Atención telefónica,	Atención que se le da al cliente para ofrecer un producto o servicio.	Instrumento 1
	presencial,		Pregunta 1 a la 6
	herramientas digitales		Instrumento 3
	Calidad de servicio		Pregunta 1 a la 12

**Objetivo 2:**  
 Describir los procesos de evaluación que realiza la empresa para medir el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas con el fin de comprobar la necesidad de políticas, protocolos y/o capacitaciones enfocadas al servicio al cliente.

<b>Variable</b>	<b>Subvariables</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición instrumental</b>
Políticas organizacionales	Normas	Comportamientos que se deben seguir para cumplir con los objetivos de la empresa.	Instrumento 2
	Directrices		Preguntas de 1 y 2
	Protocolos		
	Capacitaciones		

Desempeño laboral	Productividad, eficacia, eficiencia, rendimiento laboral, motivación personal, satisfacción laboral, satisfacción clientes, ambiente de confianza, distracciones en la oficina, abandono de llamadas	Grado en el que un empleado cumple con los requisitos de calidad en su trabajo	Instrumento 2  Preguntas 3.      Instrumento 3 guía de observación  Ítems 13, 14 y 15
Capacitación	Capacitación laboral, inducción, manejo de quejas, organización de tiempo, cliente difícil, vocabulario formal, inteligencia emocional, habilidades blandas, comunicación asertiva, escucha	Preparar e integrar al colaborador. Va dirigido al perfeccionamiento y eficiencia en las áreas asignadas.	Instrumentos 2  Pregunta 4

activa, lenguaje  
corporal, dicción.

Objetivo 3: Determinar el impacto emocional y físico que les genera a los administradores de oficinas brindar un servicio al cliente de manera eficiente y su influencia en el desempeño laboral y productivo.

Variable	Subvariables	Definición conceptual	Definición instrumental
Impacto emocional y físico	Impacto emocional Impacto físico	Consecuencias emocionales y físicas que puede sufrir una persona	Instrumento 2 Pregunta de la 5, 6, 7, 9 y 10
Enfermedades causadas por el trabajo	Insomnio, trastornos alimenticios, síndrome de Burnout, estrés, pérdida de cabello, acné, dolores de espalda, cuello y hombros, ansiedad, depresión, dolor de cabeza, desgaste emocional,	Enfermedades producidas por consecuencias de condiciones del trabajo.	Instrumento 2 Pregunta 8

---

enfermedades de la  
piel

---

**Nota:** elaboración propia (2022).

**CAPÍTULO IV:**  
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

### Análisis e interpretación de la información

En este apartado se realiza un análisis de la información recolectada por medio de diferentes instrumentos tales como tabla de cotejo y encuestas. Estos se aplican a los colaboradores, clientes y la Unidad de Experiencia del Cliente en general, con el objetivo de recolectar la información necesaria que responda a los objetivos de esta investigación. Los instrumentos se elaboran tomando como guía las variables, con el fin de obtener la información esperada.

#### Variable: Servicio al cliente

Se aplica una encuesta a 75 asociados, para conocer la calidad de servicio al cliente que brindan los colaboradores del departamento de Experiencia del cliente, dando los siguientes resultados:

#### Cuadro 2

Empatía y trato brindado por parte de los colaboradores.

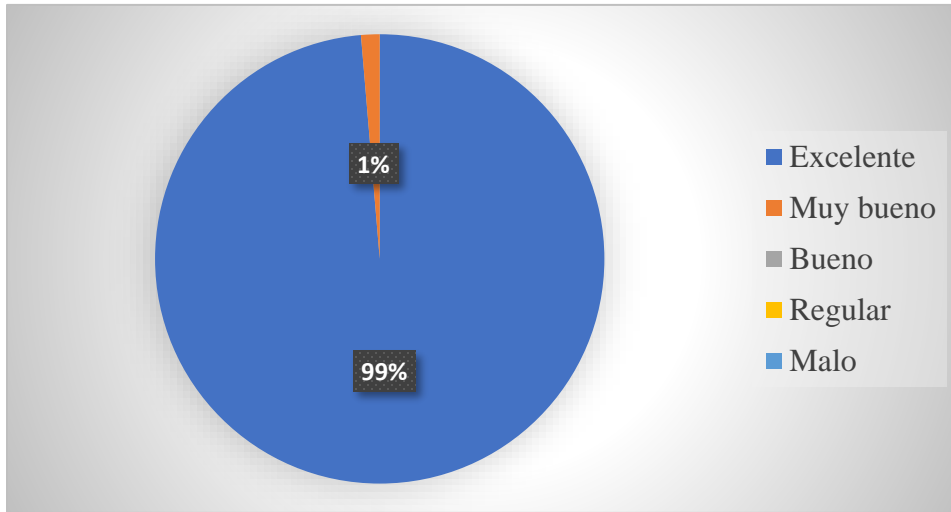
Criterios	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
	5	4	3	2	1
Respuestas	74	1	0	0	0

**Nota:** Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada a asociados, 2022.

En el Cuadro 1, del total 74 participantes califican como excelente la empatía y el trato brindado por los colaboradores y solo un participante lo califica como muy bueno. Lo que indica que los funcionarios realizan una excelente labor en cuanto al trato de los clientes, lo cual es esencial para brindar un servicio al cliente exitoso.

**Gráfico 1**

*Empatía y trato brindado por parte de los colaboradores.*



**Nota:** Elaboración propia con datos del cuadro 2.

En el Gráfico 1 se muestra que el 99% de los participantes califican la empatía y el trato brindado por los colaboradores como excelente. Por lo cual, esto indica que los colaboradores brindan un adecuado servicio al cliente en cuanto a trato brindado hacia los clientes.

**Cuadro 3**

*Rapidez del servicio en respuesta y resolución.*

Criterios	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
	5	4	3	2	1
Respuestas	68	5	1	0	1

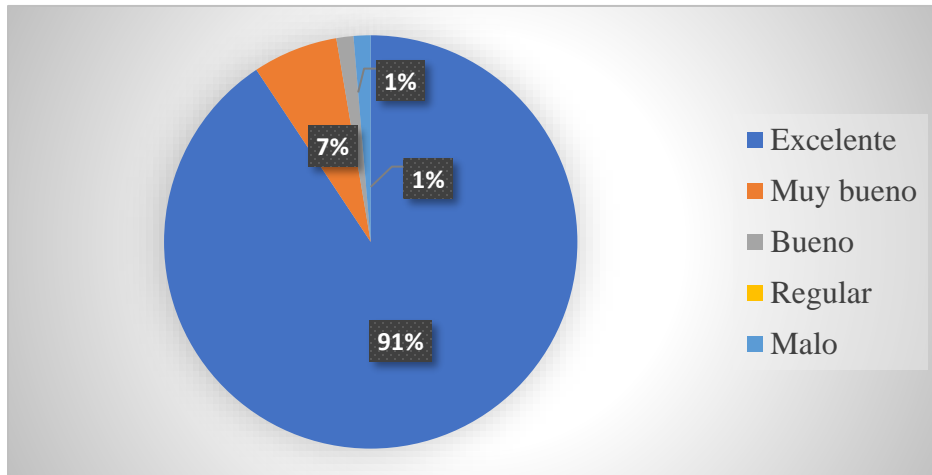
**Nota:** Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada a asociados, 2022.



El Cuadro 2 indica que 68 personas califican excelente la rapidez del servicio en respuesta y resolución, mientras que cinco indican que es muy bueno, una persona lo califica como bueno y una persona como malo. Con estos datos, se puede apreciar que el servicio brindado por los funcionarios de la cooperativa es rápido, esta característica es esencial para la satisfacción de los clientes.

**Gráfico 2**

*Rapidez del servicio en respuesta y resolución.*



**Nota:** Elaboración propia con datos del cuadro 3.

Un 91% de los participantes califican como excelente la rapidez del servicio en respuesta y resolución, un 7% lo califican como muy bueno, un 1% como bueno y 1% como malo. La rapidez en respuesta y resolución es vital para la satisfacción de los clientes.

**Cuadro 4**

*Resolución de las necesidades o consultas del cliente.*

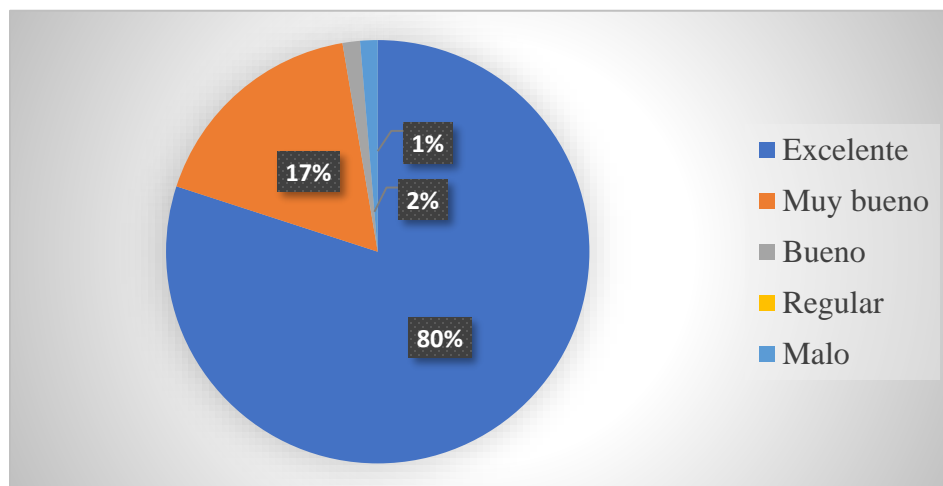
Criterios	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
	5	4	3	2	1
Respuestas	60	13	1	0	1

**Nota:** Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada a asociados, 2022.

En el cuadro 3, la cantidad de 60 participantes indican que su necesidad o consulta fue resuelta de manera excelente, 13 indican que fue muy buena, un participante indica que buena y uno indica que mala. Con los datos recolectados, se demuestra que las personas se encuentran satisfechas con las soluciones brindadas y que los colaboradores de la cooperativa tienen los conocimientos necesarios para resolver las necesidades de los clientes que acuden a este medio.

### Gráfico 3

*Resolución de las necesidades o consultas del cliente.*



**Nota:** Elaboración propia con datos del cuadro 4.

En el gráfico 3 se indica que un 80% de la muestra califica como excelente la resolución de las necesidades o consultas del cliente, un 17% la califica como muy bueno, un 2% bueno y un 1% como malo. Estos datos indican que los funcionarios de la cooperativa tienen los conocimientos necesarios para satisfacer las necesidades de los clientes.

**Cuadro 5**

*Recomendación de los clientes a la cooperativa.*

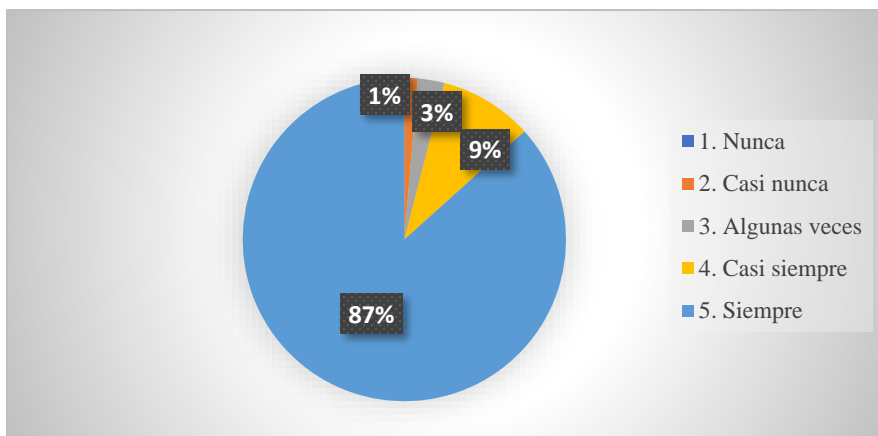
Criterios	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
	5	4	3	2	1
Respuestas	65	7	2	1	0

**Nota:** Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada a asociados, 2022.

En el Cuadro 4, en total 65 participantes contestaron que están dispuestos a recomendar siempre a la cooperativa, 7 participantes contestaron que casi siempre, 2 algunas veces y 1 que casi nunca. Lo que demuestra el posicionamiento de la cooperativa en el mercado cuyos clientes están dispuestos a recomendar debido a su grado de satisfacción con la atención que se les brinda.

**Gráfico 4**

*¿Recomienda a Coopealianza con otras personas?*



**Nota:** Elaboración propia con datos del cuadro 5.

En esta interrogante se les consulta a los asociados si recomendaría a Coopealianza, dando como resultado que un 87% indica que recomendaría a la cooperativa y solamente un 13% señala que no siempre recomendarían a la cooperativa. Estos datos demuestran que los clientes se encuentran satisfechos con los servicios recibidos.

También, se aplica una observación a los colaboradores de la Unidad de Experiencia del Cliente acerca del servicio que ofrecen a los asociados, de la cual se realiza un total de 15 visitas y de estas se obtienen los siguientes resultados.

### Cuadro 6

#### *Observación Servicio al Cliente.*

Criterios de calificación	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca
Utiliza un saludo estandarizado al contestar las llamadas	15			
Busca soluciones	13	2		
Brinda una respuesta rápida	1	11	2	
Maneja una dicción adecuada	13	2		
Utiliza una entonación correcta	13	2		
Muestra disposición para colaborar	14	1		
Domina el tiempo durante las llamadas		4	11	
Controla los tiempos de espera		4	11	
Utiliza un vocabulario claro y concreto	12	2		

Demuestra una escucha activa	2	11	2
Realiza una despedida estandarizada	15		
Emplea un lenguaje corporal apropiado.		3	12

**Nota:** Elaboración propia, con datos de la observación aplicada a colaboradores de la cooperativa, 2022.

En la observación aplicada a los colaboradores, se tiene como resultados que los criterios que cumplen la categoría siempre son los siguientes: utilización de un saludo estandarizado al contestar las llamadas el cual le brinda mayor formalidad al servicio, además, les brinda a los colaboradores más seguridad de un correcto manejo de la llamada. Búsqueda de soluciones, los funcionarios siempre demuestran estar interesados en buscar soluciones a los problemas que se presentan durante el día. Manejo de una dicción adecuada, los dependientes siempre usan un tono de voz formal y claro, lo que denota respeto hacia los clientes, de una manera que ellos puedan captar el mensaje. Utilización de una entonación correcta, esto permite que los clientes puedan escuchar de manera adecuada sin que se malinterprete el mensaje. Muestra de disposición para colaborar, lo que permite que los clientes se sientan cómodos con el servicio brindados; utilización de un vocabulario claro y concreto, esto ayuda a que no se pierda el objetivo del mensaje ayudando a que lo dicho por los colaboradores no quede a interpretaciones. Realización de una despedida estandarizada, igualmente que el saludo, ayuda a brindarle mayor formalidad a la llamada.

Los criterios que cumplen con la categoría casi siempre son los siguientes: Brindar una respuesta rápida, se observa que los colaboradores brindan respuestas rápidas, esto ayuda a que

---

los clientes queden satisfechos con el servicio, sin embargo, por diferentes razones, en algunos casos se tarda en brindar la respuesta lo que provoca abandono de llamadas y descontentos por parte de los clientes y demostrar una escucha activa, en la mayoría de las ocasiones los funcionarios demostraron una escucha activa, lo cual es vital para poder brindar una solución acertada.

Por último, los criterios que cumplen con la categoría algunas veces son los siguientes: dominar el tiempo durante la llamada, es esencial saber dominar los tiempos durante la llamada, pues sí la llamada se extiende mucho el cliente tiende a impacientarse pues no tiene una solución rápida, provocando de esta manera que quede insatisfecho. Controlar los tiempos de espera, debido a no saber controlar los tiempos de espera, muchos de los clientes abandonan la llamada, por lo que lo ideal es que el funcionario intente enfocarse solamente en la llamada y si necesita realizar consultas externas, no debe desviarse del tema para que esta acción no tome más tiempo del necesario y emplear un lenguaje corporal apropiado, mantener una postura adecuada no solamente denota más interés en la acción que se está realizando, sino que también evita futuras lesiones.

### **Variable 2: Políticas Organizacionales**

Con el fin de conocer si existe o no la necesidad de contar con políticas y/o protocolos de atención al cliente, en la Unidad de Experiencia del Cliente, se realiza una encuesta a los colaboradores, de la cual se obtuvieron los siguientes resultados.

**Cuadro 7**

*Conocimiento de los colaboradores de la existencia de políticas y/o protocolos en la Unidad de Experiencia del cliente.*

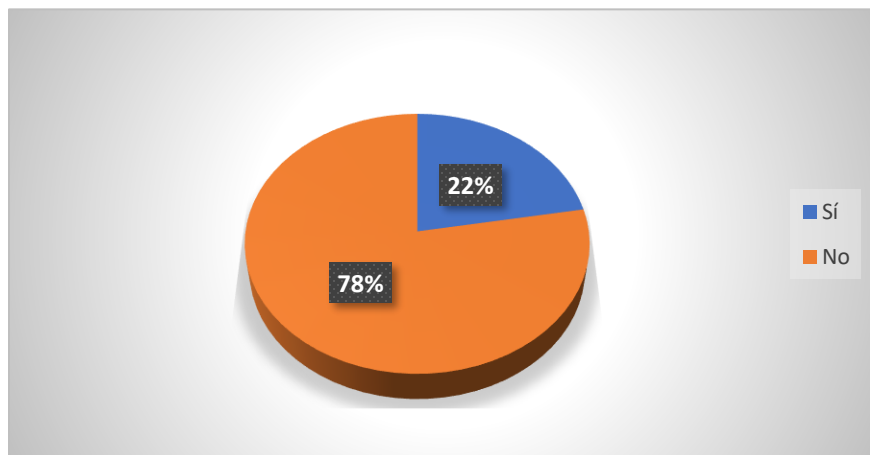
Criterios	Respuestas	Porcentaje
Sí	2	22%
No	7	78%
Total	9	100%

**Nota:** Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada a colaboradores, 2022.

En el Cuadro anterior, se pregunta a los participantes acerca de su conocimiento sobre políticas y/o protocolos en la unidad donde laboran, ya que con éstas se puede regular el comportamiento y los procedimientos que realizan los colaboradores para llevar a cabo sus funciones. Se obtiene como resultado que 7 de los participantes responden que no conocen de la existencia de políticas y protocolos en la unidad donde laboran, mientras que 2 participantes responden que sí conocen la existencia de estas.

**Gráfico 5**

*Conocimiento de los colaboradores sobre la existencia de políticas y/o protocolos.*



**Nota:** Elaboración propia con datos del cuadro 7.

Como se observa en el Gráfico 6, un 78 % de los colaboradores indican que no tienen conocimiento sobre las políticas y/o protocolos organizacionales que sirvan de guía y estandaricen los procesos de atención al cliente para brindar un mejor servicio y un 22% afirman sí conocer sobre estas políticas.

Con este resultado se puede observar la falta por parte de la cooperativa de contar con políticas o protocolos establecidos para la Unidad de Experiencia del cliente que sirvan de guía para sus colaboradores y más aún cuando se trata de una labor tan importante como lo es la atención a clientes.

### **Cuadro 8**

*Necesidad de fortalecimiento de políticas y/o protocolos de atención al cliente para mejorar el desempeño laboral y productivo de los colaboradores.*

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Sí	8	89%
No	1	11%
Total	9	100%

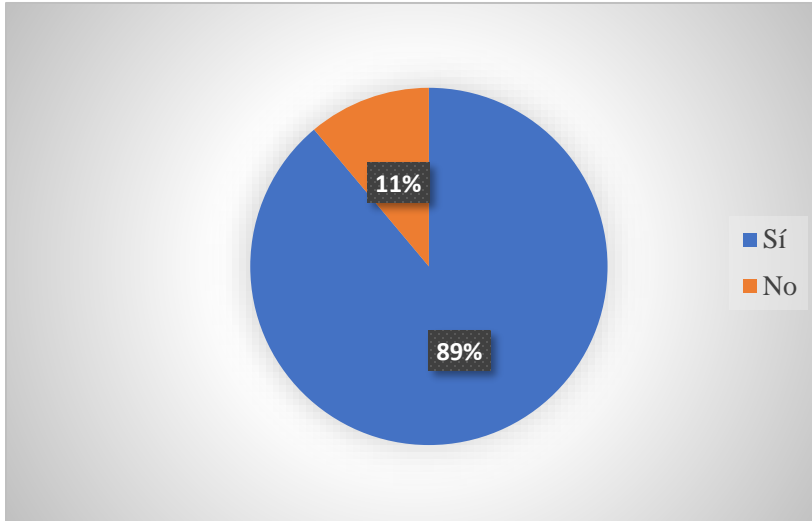
**Nota:** Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada a colaboradores, 2022.

En esta interrogante, 8 participantes contestan que sí es necesario el fortalecimiento de políticas y/o protocolos de atención al cliente para mejorar el desempeño laboral y productivo de los colaboradores, y 1 de ellos indica que no es necesario. Esto indica la necesidad por parte de los colaboradores de contar con una guía para atención a clientes que simplifiquen la atención, donde puedan brindar una atención estandarizada y conozcan cómo actuar ante las diferentes situaciones que se enfrentan el día a día con los clientes.



**Gráfico 6**

*Necesidad de fortalecimiento de políticas y/o protocolos.*



**Nota:** Elaboración propia con datos del cuadro 8.

Un 89% de la muestra indica que sí hay necesidad de fortalecer las políticas y/o protocolos, las justificaciones generales a esta interrogante resaltan que les gustaría brindar un servicio más estandarizado a los asociados para ofrecer una mayor calidad y formalidad, tener más orden, para que exista una mayor comunicación, además indican que de esta manera pueden mejorar en su desempeño laboral y productivo. Además, se refleja la necesidad de tener una guía que indique cómo actuar ante las situaciones que se les presenta. Mientras que un 11% indica que no es necesario el fortalecimiento o implementación de estas.

---

**Variable 3: Desempeño laboral****Cuadro 9**

*Eficiencia y eficacia de los procesos de evaluación realizados por la cooperativa para medir el desempeño laboral.*

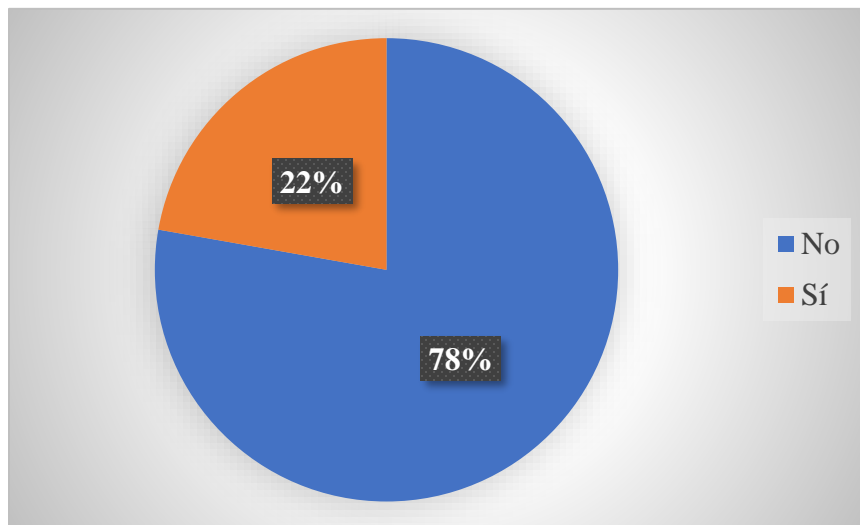
Criterios	Respuestas	Porcentaje
Sí	2	78%
No	7	22%
Total	9	100%

**Nota:** Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada a colaboradores, 2022.

En el Cuadro 8, se contabiliza que 7 de los participantes indican que los procesos de evaluación para medir el desempeño laboral y productivo no son eficientes ni eficaces, sin embargo 2 de los participantes indican que sí lo son. Los procesos de evaluación para medir el desempeño laboral son esenciales para cualquier organización, estos ayudan a medir la productividad de los colaboradores, y tener un mayor control en las cargas de trabajo.

**Gráfico 7**

*Eficiencia y eficacia de los procesos de evaluación realizados por la cooperativa para medir el desempeño laboral.*



**Nota:** Elaboración propia con datos del cuadro 9.

El gráfico 7 da como resultados que un 78 % de los participantes consideran que los procesos de evaluación para medir el desempeño laboral realizados por la cooperativa no son eficientes ni eficaces, un 22% consideran que sí lo son. Estos procesos son necesarios para conocer la eficiencia de cada uno de los funcionarios.

**Cuadro 10**

*Opinión de los colaboradores de la eficiencia y eficacia de los procesos de evaluación para medir el desempeño laboral y productivo en la cooperativa.*

Criterios de respuesta	Participantes con opiniones en común
No se mide de forma correcta las cargas de trabajo.	4
No existe un proceso de evaluación.	2
Se puede mejorar	1
Se evalúa la calidad de atención y el tiempo requerido para cada consulta	1

**Nota:** Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada a colaboradores, 2022.

En la Tabla 2, se observa que 4 de los participantes opinan que no se mide correctamente las cargas de trabajo, un participante dice que no tiene claro la manera en que los evalúan, además, otro colaborador dice que no están orientados en esta área, por otro lado, uno de los participantes indica que pueden mejorar y solamente uno indica que les miden la calidad de atención y el tiempo entre cada llamada.

Se realiza una observación a los colaboradores durante 15 días, para analizar algunos criterios acerca de las distracciones que pueden existir en su lugar de trabajo, se aplica la siguiente tabla de cotejo:

**Cuadro 11***Productividad y desempeño laboral.*

Criterios de calificación	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca
Se distrae frecuentemente hablando con los compañeros	1	11	2	1
Existe contaminación sonora	15			
Distracción con redes sociales				15

**Nota:** Elaboración propia, con datos de la observación aplicada a colaboradores, 2022.

En el Cuadro 9 se observa que los criterios que cumple con Siempre son: Existe contaminación sonora, este es un problema que tiene que evitarse en todo tipo de oficinas, ya que el ruido contribuye al estrés ya a la desconcentración. Los criterios que cumplen con casi siempre son: Se distrae frecuentemente con los compañeros, las conversaciones entre compañeros es una causa muy común que debe de disminuir lo más posible, por último, los criterios que cumplen con Nunca son: Distracción con redes sociales, en los últimos años esto ha incrementado por la facilidad de acceso.

**Variable 4: Capacitaciones.**

Con el fin de conocer las capacitaciones que los colaboradores consideran necesarias para un mejor desempeño laboral y productivo en la cooperativa, se realiza una encuesta con distintas opciones, a continuación, se muestran los resultados:

**Cuadro 12**

*Capacitaciones necesarias para mejorar el desempeño laboral y productivo.*

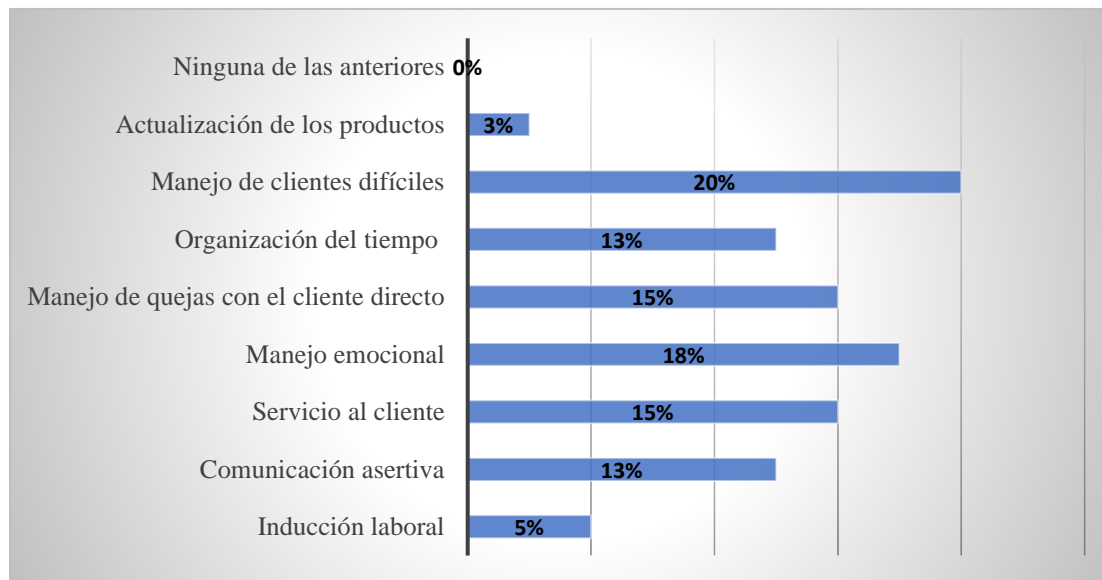
Capacitaciones	Votos
Inducción laboral	2
Comunicación asertiva	5
Servicio al cliente	6
Manejo emocional	7
Manejo de quejas con el cliente directo	6
Organización del tiempo	5
Manejo de clientes difíciles	8
Actualización de los productos	1
Ninguna de las anteriores	0
Total de participantes:	9

**Nota:** Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada a colaboradores, 2022.

La capacitación con más votos es Manejo de clientes difíciles con un total de 8 votos de 9 participantes, la que obtuvo 7 votos de 9 es Manejo emocional, seguida por Servicio al cliente y Manejo de quejas con el cliente directo con una cantidad de 6 votos de 9, las capacitaciones que obtuvieron 5 votos de 9 fueron Comunicación asertiva y Organización del tiempo, finalizando con Inducción laboral y Actualización de los productos las cuales fueron las menos votadas. Se refleja la necesidad por parte de los colaboradores de recibir capacitaciones, ya que esta es una de las formas en que se orienta a los trabajadores a hacer mejoras en lo que hacen, logrando tener resultados más eficientes y productivos.

**Gráfico 8**

*Capacitaciones que los colaboradores consideran necesarias para mejorar su desempeño laboral y productivo.*



**Nota:** Elaboración propia con datos del cuadro 12.

En el Gráfico 8 se puede observar los votos obtenidos por cada capacitación: la capacitación de Manejo de clientes difíciles obtuvo 20% de los votos, siguiendo por manejo de emociones con 18%, las siguientes más votadas fueron Manejo de quejas, servicio al cliente con 15% de votos, por último, comunicación asertiva y organización del tiempo con 13% de votos.

Esto recalca la necesidad de implementar este tipo de actividades dentro de la organización para que los colaboradores se mantengan actualizados y refuercen su conocimiento en cuanto a servicio al cliente.

**Variable 5: Impacto emocional.**

La salud emocional está vinculada con el desempeño laboral y productivo de los colaboradores de las organizaciones, es por lo que se realiza una encuesta dirigida a estos para

determinar qué factores les afecta y que medidas toma la organización para que esta no se deteriore en sus trabajadores.

### **Cuadro 13**

*Frecuencia con la que se siente afectado emocionalmente el colaborador al brindar atención al cliente.*

Criterios	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Respuestas	0	0	5	4	0

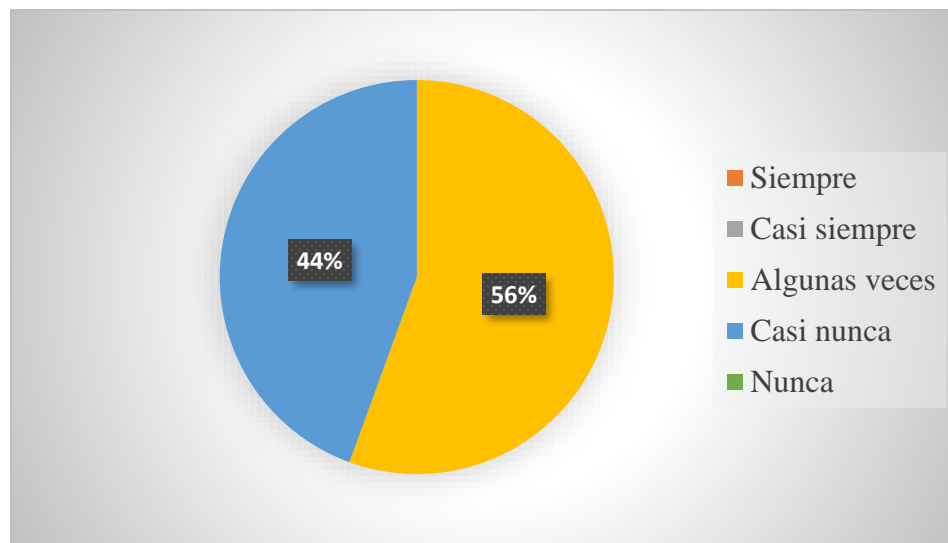
**Nota:** Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada a colaboradores, 2022.

En el presente trabajo de investigación se menciona que brindar atención al cliente puede llegar a afectar a los colaboradores de manera emocional, en el Cuadro 11 se evidencia sí esto es un factor que perjudique a los participantes, por lo que 5 personas opinan que se sienten afectados emocionalmente algunas veces por brindar servicio al cliente, 4 de ellos indican que casi nunca se sienten afectados emocionalmente por este motivo.



**Gráfico 9**

*Frecuencia en la que existe afectación emocional sobre los colaboradores al brindar servicio al cliente.*



**Nota:** Elaboración propia con datos del cuadro 13.

En el Gráfico 9 se observa que un 56% de los participantes se sienten afectados emocionalmente algunas veces por brindar servicio al cliente, y un 44% casi nunca se siente afectados, dando cabida a todas las enfermedades que esto puede causar en los colaboradores.

**Cuadro 14**

*Respaldo y/o apoyo que brinda la organización cuando el colaborador tiene una situación difícil.*

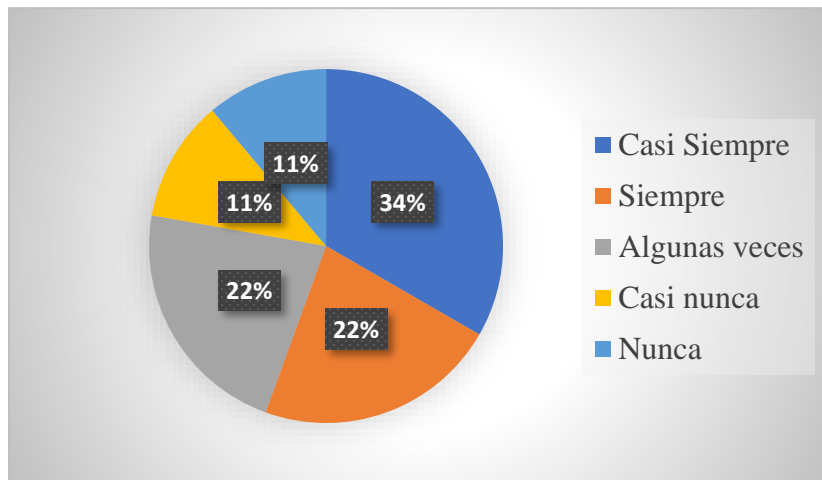
		Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Criterios	Siempre	siempre	veces	nunca	Nunca
Respuestas	2	3	2	1	1

**Nota:** Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada a colaboradores, 2022.

En esta interrogante, 3 de los participantes indican que la organización casi siempre les brinda respaldo y/o apoyo cuando presentan una situación difícil, por otro lado, 2 sujetos indican que siempre reciben apoyo, y 2 mencionan que algunas veces reciben respaldo. Sin embargo, un funcionario indica que casi nunca recibe el apoyo por parte de la empresa o jefatura y otro que nunca. Este es un factor que se debe mejorar por parte de la organización, ya que es importante que los colaboradores se sientan seguros ante cualquier amenaza que puedan recibir por parte de los clientes, es importante recordar que existen clientes difíciles, los cuales se pueden alterar por detalles que están fuera del control de los funcionarios.

**Gráfico 10**

*Respaldo y/o apoyo que brinda la organización cuando el colaborador tiene una situación difícil.*



**Nota:** Elaboración propia con datos del cuadro 14.

El Gráfico 10 muestra que 34% de los participantes indican que casi siempre se sienten respaldados y/o apoyados por la organización cuando presentan situaciones difíciles, un 22% indican que siempre y otro 22% que algunas veces, finalizando con un 11% que indica que casi nunca y otro 11% que indica que nunca. El respaldo de la organización les brinda a los colaboradores más confianza y les ayuda a sentirse motivados.

**Cuadro 15**

*Frecuencia con la que la organización realiza actividades para velar por la salud mental y física de los colaboradores.*

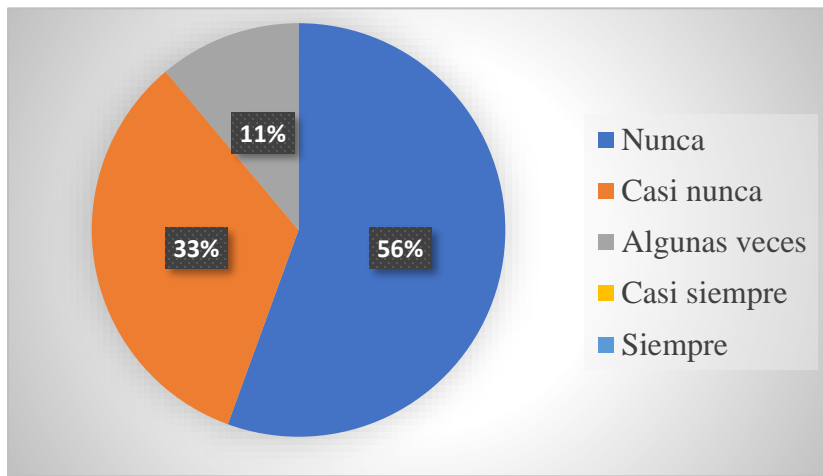
Criterios	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Respuestas	0	0	1	3	5

**Nota:** Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada a colaboradores, 2022.

En el Cuadro 13 se evidencia que 5 de los participantes indican que nunca se realizan actividades, 3 sujetos indican que casi nunca y 1 persona indica que siempre, este tipo de actividades son importantes para que el colaborador aumente su motivación y de esta manera aumente su productividad y eficiencia.

### Gráfico 11

*Frecuencia con la que la organización realiza actividades para velar por la salud mental y física de los colaboradores.*



**Nota:** Elaboración propia con datos del cuadro 15.

En este Gráfico, 56% de los participantes indican que en la cooperativa nunca se realizan actividades para velar por la salud mental y física de los colaboradores, un 33% indican que casi nunca y un 11% indican que algunas veces. Estas actividades ayudan a mejorar la productividad de los colaboradores.

### Variable 6: Enfermedades causadas por el trabajo.

Con el fin de reconocer las enfermedades que han sufrido o sufren los colaboradores debido a las cargas de trabajo, se plantea una interrogante con distintas opciones, en las cuales

cada colaborador deberá marcar cuál o cuáles enfermedades ha sufrido, de la misma se obtuvieron los siguientes resultados.

### **Cuadro 16**

*Enfermedades causadas debido a la presión del trabajo.*

Crterios	Cantidad de veces seleccionada
Insomnio	4
Cambios de humor	6
Estrés	9
Pérdida de cabello	3
Acné	2
Dolores de espalda, cuello y hombros	8
Ansiedad	6
Depresión	3
Pérdida de apetito	2
Dolor de cabeza	8
Enfermedades de la piel	4
Trastornos alimenticios	3
Ninguna de las anteriores	0
Cantidad de participantes:	9

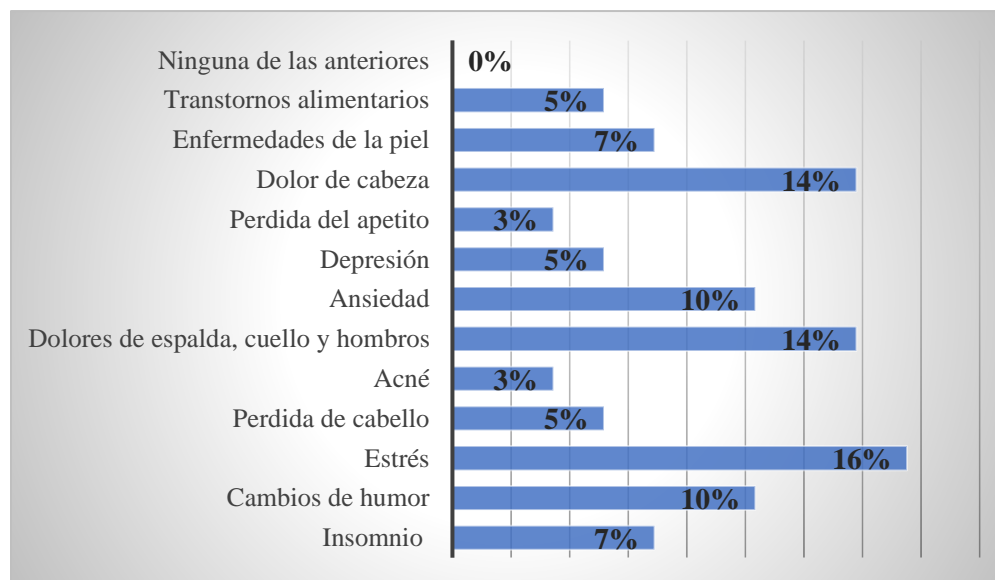
**Nota:** Elaboración propia, con datos de la encuesta aplicada a los colaboradores, 2022.

En el Cuadro anterior se observa que todos los participantes eligen al menos una enfermedad que padecen o padecieron debido al trabajo, entre las frecuentes se encuentra el estrés seleccionado en 9 ocasiones por distintos funcionarios. Dolores de espalda, cuello, y hombros, y dolores de cabeza seleccionado en 8 ocasiones. La ansiedad y cambios de humor se señala 6 veces. Enfermedades de la piel e insomnio es seleccionada en 4 ocasiones. Pérdida de cabello y trastornos alimentarios y depresión seleccionado en 3 ocasiones y entre las menos señaladas, lo que quiere decir que son las menos padecidas por los colaboradores se encuentra el acné y perdida del apetito.

Las enfermedades causadas por el trabajo se refieren a las consecuencias que puede sufrir una persona por ciertas acciones que esté presentando en su ámbito de trabajo, por ejemplo, no contar con un equilibrio en la carga laboral.

### Gráfico 12

*Enfermedades dadas debido a la presión causada por el trabajo.*



**Nota:** Elaboración propia con datos del cuadro 16.

---

En el Gráfico anterior, se observa que las enfermedades que más sufren los participantes debido a la carga laboral, se encuentra el estrés, seguida por dolores de cabeza, espalda, cuello y hombros, además de ansiedad y cambios de humor, también enfermedades de la piel e insomnio.

Esas son las enfermedades que más prevalecen y todas representan síntomas del síndrome de Burnout o síndrome del trabajador quemado. Según los datos obtenidos, se ve reflejado que los colaboradores están siendo afectados por la carga laboral que deben cumplir el día a día, esto puede provocar que el desempeño laboral y productivo se vea disminuyendo, por lo que es importante velar por la salud de los trabajadores y equilibrar sus cargas laborales.

**CAPITULO V:**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**



En este capítulo se llevan a cabo las conclusiones, las cuales son todo lo que se aprende a lo largo de esta investigación y donde se ve si se cumplieron o no los objetivos planteados, por otra parte, se desarrollan las recomendaciones, las cuales son propuestas para solucionar los problemas que se logran detectar tanto en la cooperativa en general como en el departamento de Atención del Cliente, según Hernández, et al. (2014), se deben seguir los siguientes pasos:

- a) derivan conclusiones, b) explicitan recomendaciones para otras investigaciones (por ejemplo, sugerir nuevas preguntas, muestras, abordajes) y se indica lo que prosigue y lo que debe hacerse, c) evalúan las implicaciones de la investigación (teóricas y prácticas), d) establece cómo se respondieron las preguntas de investigación y si se cumplieron o no los objetivos, e) relacionan los resultados con los estudios previos (comparándose nuestra narrativa general y producto —por ejemplo modelo, fenómeno o descripción cultural—, con la revisión de la literatura, analizando si descubrimos las mismas categorías, temas y perspectivas, así como qué cuestiones son similares y distintas y qué nuevas experiencias surgieron), f) comentan las limitaciones de la investigación, g) destaca la importancia y significado de todo el estudio y h) discuten los resultados inesperados. (p.522)

En esta investigación las conclusiones y las recomendaciones se llevan a cabo según cada objetivo planteado para que el lector tenga una guía y pueda seguirlas con mayor claridad.

## Conclusiones

### Objetivo 1

Conocer la opinión de los clientes y asociados de la corporativa, con respecto a la calidad del servicio que se brinda por medio de la Unidad de Servicio al Cliente.

#### Servicio al cliente

Los colaboradores brindan un excelente trato y poseen una excelente empatía, por otra parte, la rapidez del servicio en respuesta y resolución también son excelentes, además se detecta que la resolución de las necesidades o consultas del cliente son satisfactorias siendo calificadas por la mayoría de los clientes como resueltas de manera excelente, por último, los clientes sí recomendarían la cooperativa, lo que indica que estos están satisfechos con el servicio al cliente recibido.

No se posee con un protocolo establecido, pero los colaboradores logran establecer sus propias normas como el saludo y despedida estandarizados, buscan soluciones de manera efectiva dando eficiencia y eficacia en sus labores, brindan respuestas rápidas, manejan un lenguaje adecuado y utilizan una entonación correcta a la hora de brindar atención telefónica al cliente. Por otro lado, a pesar de contar siempre con disposición para colaborar, no siempre se domina el tiempo durante las llamadas, esto se debe a que en ocasiones no se tiene una solución inmediata para el cliente por lo que las llamadas son más extensas e impiden controlar el tiempo de estas, a pesar de que se mide su duración.

Los colaboradores muestran una escucha activa, sin embargo, en ocasiones se distraen escuchando las conversaciones de los compañeros, y no siempre mantienen un lenguaje corporal apropiado, sentándose con una postura inadecuada, provocando de esta manera mostrar poco interés en la actividad que está realizando, además de que esto puede provocar consecuencias

físicas a largo plazo, no obstante, los administradores de oficinas tienen un excelente desempeño brindando atención al cliente.

## **Objetivo 2**

Describir los procesos de evaluación que realiza la empresa para medir el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas con el fin de comprobar la necesidad de políticas, protocolos y/o capacitaciones enfocadas al servicio al cliente.

### Procesos de evaluación

La Unidad de Experiencia del Cliente no cuenta con políticas y/o protocolos que sirvan de guía y apoyo para los colaboradores de esta unidad en la atención a clientes, lo cual se considera una necesidad y una de las partes que debe fortalecer la cooperativa, ya que al tratarse de una unidad en donde los colaboradores están en contacto frecuente con los colaboradores, no solamente por medio de llamadas telefónicas, también por WhatsApp, correo electrónico, página web y redes sociales.

Es necesario que cuenten con un instrumento que les permita brindar una atención estandarizada, también que indique un procedimiento a seguir, posibles respuestas, también, un aspecto importante a resaltar es, que indique cómo actuar ante diferentes situaciones, por ejemplo, cuando se tiene a un cliente difícil, de esta manera el colaborador puede saber cómo actuar ante estas situaciones y le puede permitir brindar una atención más eficiente y solucionar de la mejor manera las inquietudes de estos. Por esta razón, se considera que es importante para la Unidad de Experiencia del Cliente, contar con políticas y/o protocolos de atención para los clientes y así mejorar la calidad del servicio que brindan.

### Desempeño laboral

La cooperativa no cuenta con un sistema eficiente y eficaz para medir el desempeño laboral, las cargas de trabajo no se miden de manera correcta o son mal medidas, además algunos de los colaboradores no tienen claro la forma en que los evalúan ya que el software donde ellos registran los casos no mide el verdadero de trabajo, por lo que se concluye que si esta es la manera en que la cooperativa controla el desempeño laboral, realmente no están tomando en cuenta todo el trabajo realizado por los funcionarios, por lo tanto el método aplicado es ineficiente e inexacto, dando resultados poco acertados sobre el desempeño laboral de cada uno.

Por otra parte, los administradores de oficinas en ocasiones se distraen hablando con los compañeros, haciendo que la concentración de los demás se vea afectada, lo que provoca que el desempeño laboral sea menor, así mismo, siempre hay contaminación sonora, debido a que trabajan en oficinas semi abiertas y muy juntas, lo que hace que cuando dos o más personas estén atendiendo una llamada al mismo tiempo haya bastante ruido, el único método de interrumpir el ruido son los audífonos que utilizan.

Cabe señalar que no se detectó en ningún momento que los funcionarios se distrajeran por medio de redes sociales o utilización del móvil, por lo que es un aspecto positivo a señalar ya que el uso de estos dispositivos y las redes sociales no son un problema en el desempeño laboral y productivo de los colaboradores.

### Capacitaciones

Por otro lado, se da a conocer también la falta de capacitaciones por parte de la organización, específicamente en la unidad en la cual está basada la investigación. Los colaboradores señalan que no reciben capacitaciones y señalan la necesidad de su implementación ya que con estas podrían mejorar su desempeño laboral y productivo y

especializarse no solamente en atención a clientes, sino también en otras áreas relacionadas.

Entre las capacitaciones que más indican los colaboradores que se deben implementar se encuentra el manejo de clientes difíciles, manejo de quejas, manejo emocional, organización de tiempo, comunicación asertiva, entre otras.

Las capacitaciones ayudan a los colaboradores a prepararse para realizar las funciones de mejor manera, también pueden ayudarles a especializarse en ciertas áreas o temas dentro de la organización, en este caso, la falta de capacitaciones a los colaboradores de esta unidad que se encarga de atención a clientes al no estar en constante actualización o preparación, puede afectar la calidad del servicio que brindan.

### **Objetivo 3**

Determinar el impacto emocional y físico que les genera a los administradores de oficinas brindar un servicio al cliente de manera eficiente y su influencia en el desempeño laboral y productivo.

#### **Impacto emocional**

Se concluye que el servicio al cliente sí es un factor que afecta a los participantes, pero no en gran medida, sin embargo, se logra detectar que el factor que les afecta la salud emocional es la presión que le ejerce la cooperativa.

Por otra parte, la organización no les brinda suficiente respaldo y/o apoyo durante las situaciones difíciles, de esta manera los colaboradores se sienten desanimados lo cual afecta tanto la parte emocional como productiva.

También, los administradores de oficinas señalan que Coopealianza nunca o casi nunca ha realizado actividades para velar por la salud mental y física, lo que indica que la cooperativa no le toma la importancia suficiente a la salud mental de sus colaboradores, ignorando de esta

manera que este es uno de los factores más importantes para el desempeño laboral y productivo de los colaboradores.

#### Enfermedades causadas por el trabajo

Los colaboradores en ocasiones sufren o han sufrido de algún desgaste físico o enfermedad causada por la carga laboral que llevan el día a día, en la indagación se descubre que todos los colaboradores han sufrido al menos una enfermedad. Se logra identificar que el estrés es una enfermedad que padecen la totalidad de colaboradores de esta unidad según la encuesta realizada, y entre las más frecuentes se encuentra dolores musculares, dolor de cabeza, ansiedad, cambios de humor, entre otras.

Con este resultado, se puede deducir que no solamente es importante para la organización velar por una excelente preparación de los colaboradores para que brinden un servicio de calidad, sino que también es importante velar por la salud física y mental de los colaboradores para que estos se sientan en las condiciones adecuadas para llevar a cabo su trabajo de la mejor manera y no se vea afectado su desempeño laboral.

## **Recomendaciones**

### **Objetivo 1**

Conocer la opinión de los clientes y asociados de la corporativa, con respecto a la calidad del servicio que se brinda por medio de la Unidad de Servicio al Cliente.

Se les recomienda a los colaboradores, seguir brindando la excelente calidad de servicio al cliente que brindan en la actualidad, siempre en pro de mejorar día con día, sin embargo, también se les recomienda que eviten las distracciones y las conversaciones innecesarias durante los tiempos de espera en las llamadas, que tengan un mayor control del tiempo sobre estas para que se disminuya el abandono de llamadas.

### **Objetivo 2**

Describir los procesos de evaluación que realiza la empresa para medir el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas con el fin de comprobar la necesidad de políticas, protocolos y/o capacitaciones enfocadas al servicio al cliente.

Una recomendación a los encargados de la Unidad de Experiencia del Cliente es la elaboración o implementación de políticas y protocolos enfocados en el servicio al cliente, donde los colaboradores puedan seguir una guía y así brindar un servicio más estandarizado, ya que, además de mejorar la atención, ayudaría a los colaboradores a saber cómo actuar ante distintas situaciones que se presentan el día a día con los clientes. Se debe tomar en cuenta que los clientes son la razón de ser de cada organización, por lo que se considera necesario esta implementación para mejorar la experiencia de los clientes al querer adquirir algún producto o servicio a través de esta unidad.

Para esto, se propone a la Unidad de Experiencia del cliente elaborar una guía especializada en atención a clientes por llamadas telefónicas, correo electrónico, WhatsApp, página web y redes sociales, para que así los colaboradores sigan un protocolo de atención estandarizado en cada ocasión que se presente, y de esta manera se podrían ver mejorías en la organización del tiempo, y la calidad del servicio que ofrecen y así lograr tener más clientes satisfechos.

Se le recomienda a la Unidad de Experiencia del cliente que cree un proceso o método eficaz y eficiente para medir el desempeño laboral y productivo de los colaboradores, ya que el actual es ineficiente e inexacto provocando que los dependientes se sientan presionados, lo cual está afectando su salud emocional y física, un mejor método de medición eficiente ayuda a que detecte si se está recargando a algunos funcionarios más que a otros, afectando de esta manera su productividad, por otra parte se les recomienda la creación de estrategias para la disminución del ruido dentro de las instalaciones.

Para brindar un servicio de calidad no solamente se requiere de saber tratar al cliente, esto conlleva de constante preparación y actualización, por esa razón, otra de las recomendaciones que se plantea para la Unidad de Experiencia del Cliente es programar cada cierto tiempo capacitaciones para sus colaboradores, no solamente de atención a clientes, sino también que abarque otros temas como la organización de tiempo, manejo emocional, comunicación asertiva, entre otros, que ayudan a los colaboradores a estar cada vez mejor preparados para asegurarse que la atención que se brinda en esta unidad sea de calidad y eficiente para los clientes.

Para estas capacitaciones se recomienda contratar especialistas en estos temas para que sean de formación provechosa para los colaboradores, también como sugerencia, se puede buscar



un coach especialista en atención a clientes, que les ayude a los trabajadores a mejorar la calidad en la atención que brindan.

### **Objetivo 3**

Determinar el impacto emocional y físico que les genera a los administradores de oficinas brindar un servicio al cliente de manera eficiente y su influencia en el desempeño laboral y productivo.

La totalidad de los colaboradores han sufrido o sufren alguna enfermedad debido a la carga laboral, por lo que se considera pertinente proponer a la Unidad de Experiencia del Cliente indagar acerca de las cargas laborales que tiene cada uno de los colaboradores para asegurarse de que exista un equilibrio, ya que de lo contrario esto puede estar afectando de manera directa su salud física o mental y puede verse reducido la productividad y la calidad en el desempeño de sus tareas diarias.

Por último, se le recomienda a la Unidad y a la cooperativa en general, tomar la importancia que amerita la salud mental de sus colaboradores, que realice actividades o talleres con profesionales en la salud mental, como psicólogos, que le permitan a sus dependientes poder sentirse de la mejor manera posible, relajados, tranquilos, motivados, para evitar el desgaste mental de estos y así obtener un mayor rendimiento laboral y productivo por parte de ellos.

**Bibliografía**

Acosta, D. (2021). *La distracción como un factor de accidentes*. Estilo Prevención.

<https://estiloprevencion.com/la-distraccion-un-factor-de-accidentes>

Aguilar Santos, J. Diez, Lebrak. (2021). Guía metodológica. Metodologías de Investigación (2da parte). Guía metodológica Sem 2 - Paradigmas y metodologías.pdf

Arrabal Martín, E. M. (2018). *Inteligencia Emocional*. Editorial Elearning.

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=bp18DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=inteligencia+emocional&ots=RrE-eif2Js&sig=mgr5dJiPhc7rsK8z2QE\\_i7ymf3c#v=onepage&q=inteligencia%20emocional&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=bp18DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=inteligencia+emocional&ots=RrE-eif2Js&sig=mgr5dJiPhc7rsK8z2QE_i7ymf3c#v=onepage&q=inteligencia%20emocional&f=false)

Basurto Zambrano, A. E. (2015). *Modelo de estrategias de servicio de atención al usuario para las secretarías del Gobierno Autónomo Decentralizado Municipal del cantón El Empelme, provincia Del Guayas, año 2015*. repositorio.uteq.edu.ec

<https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/5119>

Belloso Cachín, R. (2016). Cultura del servicio al cliente. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias sociales*, 18(3), 381-398. <https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>

Bermúdez Restrepo, H. (2011). La inducción en la empresa. Entre un proceso administrativo y un fenómeno sociológico. *Revista Urosario*, 13 (21), 117-142.

<https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/1905/1682>

Campos - Covarrubias, G., & Lule Martínez, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 7(13), 45-60.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>

- Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación. academia.edu.  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36805674/1-VARIABLES.pdf?1425133203=&response-content-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36805674/1-VARIABLES.pdf?1425133203=&response-content-disposition=inline-application/javascript)
- Carranza, R. Alessandroni, N. (2013). *Dicción, fonética y técnica vocal: el entrenamiento vocal en clave interdisciplinaria*. Repositorio Institucion de la UNLP.  
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/42515>
- Carrillo Flores, A. (2015). *Población y Muestra*. Universidad Autonoma del Estado de México, Escuela de Preparatoria. <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- Carvajal, R., y Rivas, S. (2011). Los procesos de estrés laboral y desgaste profesional (burnout): Diferenciación, actualización y líneas de intervención. *Revista Scielo*. 57 (1) 72-88.  
[https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0465-546X2011000500006](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0465-546X2011000500006)
- Céspedes, N., Lavado, P., & Ramírez Rondán, N. (2016). *Productividad en el Perú: medición, determinantes e implicancias* (N. Céspedes, P. Lavado, & N. Ramírez Rondán, Eds.). Universidad del Pacífico. <http://hdl.handle.net/11354/1083>
- Cejas Martínez, M., Acosta, J. (2012). La capacitación laboral: Alcances y perspectivas en tiempos complejos. Anuario Universidad de Carabobo.  
<http://servicio.bc.uc.edu.ve/derecho/revista/idc35/art06.pdf>
- Chavat, J. (2016). *Detección del riesgo de abandono de llamadas en un Call Center*. Instituto de Ingeniería Eléctrica. Montevideo, Uruguay.  
[https://eva.fing.edu.uy/pluginfile.php/147664/mod\\_page/content/5/informe\\_v1.pdf](https://eva.fing.edu.uy/pluginfile.php/147664/mod_page/content/5/informe_v1.pdf)
- Chávez, N. (2015). *Lenguaje y comunicación corporal*. Cajamarca-Perú.  
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=pm9JDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=lenguaje+y+comunicacion+corporal>

- enguaje+corporal+comunicaci%C3%B3n&ots=s6cXlJYJ7F&sig=2AuGsuI3NYlQwtLP  
G4zYca9eYa0#v=onepage&q=lenguaje%20corporal%20comunicaci%C3%B3n&f=false
- Chiang Vega, M. M., & San Martín Neira, N. J. (2015). Análisis de la satisfacción y el desempeño laboral en los funcionarios de la Municipalidad de Talcahuano. *Ciencia & Trabajo: C&T*, 17(54), 159–165. art01.pdf (conicyt.cl)
- Contreras, V., Rainaldos, K., y Cardona, L. (2014). Clima, ambiente y satisfacción laboral: un desafío para la enfermería. *Revista Cubana de enfermería*. 31 (1).  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-03192015000100007&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-03192015000100007&script=sci_arttext&tlng=en)
- Coopealianza.fi.cr. (25 de octubre de 2021). <https://coopealianza.fi.cr/quienes-somos-2020/>
- Cruz García, M.(2019). Fuentes de información. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 8(15), 57-58. <https://doi.org/10.29057/icea.v8i15.4864>
- Espinoza Freire, E. (2019). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa, segunda parte. *Revista scielo.eld.cu.*, 15(69).
- Fernández Rico, E. M., & Fernández Verde, L. (2017). Comunicación empresarial y atención al cliente 2.a edición. Ediciones Paraninfo.  
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=kAMoDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente,+correo+electr%C3%B3nico&ots=nCIXl8v9EC&sig=AjZPn066o2Y49g1xNQLIc2G4MnQ#v=onepage&q=atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20C%20correo%20electr%C3%B3nico&f=false>
- García, C. Núñez, R. Salas, N. y Suanya, O. (2013). *El cliente social: retos de la atención al cliente en el Universo de las Redes Sociales*. Profit Editorial.  
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4Y8mAAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq>

=atenci%C3%B3n+al+cliente+por+medio+de+redes+sociales&ots=sZAcoFVzuL&sig=Kabf\_fwEugYKoWglwgIVk\_\_Ezvg#v=onepage&q=atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20por%20medio%20de%20redes%20sociales&f=false

García, D. Londoño, C. Ortiz, N. (2016). Factores internos y externos que inciden en la motivación laboral. *Electrónica Psiconex* , 8(12), 1-9.

<https://revistas.udea.edu.co/index.php/Psyconex/article/view/326981>

González, M. (2020). Desgaste emocional: en qué consiste y cómo afrontarlo. *Psicología sanitaria*. <https://psicologosmadridmj.com/desgaste-emocional/>

González, P. (2020). Acné por estrés: cómo identificarlo y cómo tratarlo. *GQ*.

<https://www.gq.com.mx/estilo-de-vida/articulo/acne-por-estres-como-identificarlo-y-como-tratarlo>

Guerra, P., Sosa, M. (2015). Impacto del salario emocional en la calidad de vida de los colaboradores y su influencia en el servicio hacia el cliente externo. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/9900>

Guerrero-Bejarano, M. A. (2016). La investigación cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1(2), 1-9. <https://doi.org/10.33890/innova.v1.n2.2016.7>

Gracia Panta, E., Gracia Panta, G., Rodríguez Mera, L. (2019). Promoción de valores y políticas organizacionales a partir del derecho público en instituciones de seguridad ciudadana. *Revista Arbitraria de Ciencias Jurídicas*, 4(7) 156-161. DOI: 10.35381/racj.v4i7.369

Graeber, D. (2015). La utopía de las normas. De la tecnología, la estupidez y los secretos placeres de la burocracia. Joan Andreano Weyland (trad.). Barcelona, Ariel.

<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/24411.pdf>

- Hadida, S y Troilo, F. (2020). *La agilidad en las organizaciones: Trabajo comparativo entre metodologías ágiles y de cascada en un contexto de ambigüedad y transformación digital*. Econstor. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/238381/1/756.pdf>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (sexta ed.). Santa Fe: McGraw-Hill / Interamericana.  
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández Calderón, K. y Lesmes Silva, A. (2017). La escucha activa como elemento necesario para el diálogo. *Revista Convicciones*, 9 (1), 83-87. <https://docplayer.es/148331891-La-escucha-activa-como-elemento-necesario-para-el-dialogo.html>
- Hidalgo Tinoco, R. (2016). *El profesionalismo que presenta la secretaría ejecutiva en la atención telefónica y servicio al cliente interno y externo*. Universidad Técnica de Machala. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/8798/1/ECUACE-2016-SE-CD00012.pdf>
- Lemes Silva, A., Barrientos Monsalve, E., y Cordero Díaz, M. (2020). *Aibi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, 8 (1), 147-153.  
<https://repositorio.ufps.edu.co/bitstream/handle/ufps/338/Comunicai%c3%b3n%20asertiva%2c%20estrategia%20de%20competitividad%20empresarial.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lopera, J., Ramírez, C., Zuluaga, M., Ortiz, J. (2010). *El método analítico*. Centro de Investigación Sociales y Humanas (CISH), Universidad de Antioquia.  
[http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/8550/1/%20LoperaJuan\\_2010\\_MetodoAnalitico.pdf](http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/8550/1/%20LoperaJuan_2010_MetodoAnalitico.pdf)

- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA*.  
[https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163564/metinvsoccua\\_a2016\\_cap1-2.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163564/metinvsoccua_a2016_cap1-2.pdf)
- Marínez Gutierrez, K. (2017). *La productividad en la calidad del servicio de atención al cliente en la Empresa DeLaborum Plus SAC del año 2017*. Universidad Nacional de Trujillo  
[https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/11307/martinezgutierrez\\_karen.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/11307/martinezgutierrez_karen.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Maldonado, M. F. (2021, noviembre 11). Cuatro claves para desarrollar inteligencia emocional en los negocios | *iLab*. <https://ilab.net/develop-intelligence-emotional/>
- Méndez, M., Ambrioso, L. (2013). Factores del entorno del trabajo que influye en la ocurrencia de errores de administración en la medición. *Revista Scielo*. 36 (1), 77-85.  
<https://scielo.isciii.es/pdf/asisna/v36n1/revision2.pdf>
- Meneses, J. (2016). El cuestionario. *Universidad Oberta de Catalunya*.  
<https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/cuestionario.pdf>
- Moya Albiol, L. (2018). *Empatía, entenderla para entender a los demás*. Plataforma editorial.  
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=MPakDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=empat%C3%ADa&ots=0-JUswnWo6&sig=xL6YJe1WEPRtuNfMsi5YKZ-vXhQ#v=onepage&q=empat%C3%ADa&f=false>
- Multimedia UNED. (s.f.). Instrumentos. *Multimedia.uned.ac.cr*.  
[https://multimedia.uned.ac.cr/pem/recursos\\_pace/c-instrumentos-lista-cotejo.html](https://multimedia.uned.ac.cr/pem/recursos_pace/c-instrumentos-lista-cotejo.html)
- Nowell Lopez, C. (2015). Capacitación y Servicio al cliente. Universidad Rafael Landivar.  
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Nowell-Crysta.pdf>

- Olivares Muñoz, M. (2020). ¿Qué relación guardan dolor muscular, estrés y ansiedad?  
TOPDOCTORS. <https://www.topdoctors.es/articulos-medicos/que-relacion-guardan-dolor-muscular-estres-y-ansiedad>
- Organización Mundial de la Salud. (2021). Depresión. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/depression>
- Ortega Goodspeed, T. (2016). *Desenredando la conversación sobre habilidades blandas*. (Informe de educación). El Diálogo.  
<http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/20.500.12799/4844>
- Ortiz, R. (2022). Tips para promover la salud mental en el trabajo.  
[https://es.linkedin.com/pulse/tips-para-promover-la-salud-mental-en-el-trabajo-rosy-ortiz-?trk=pulse-article\\_more-articles\\_related-content-card](https://es.linkedin.com/pulse/tips-para-promover-la-salud-mental-en-el-trabajo-rosy-ortiz-?trk=pulse-article_more-articles_related-content-card)
- Otzen, T., & Monterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *Revista scielo.*, 35(1), 227-232. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Parra Suárez, R., Arce Vera, M., Guerrero Bejarano, M. 2018. La satisfacción laboral y su efecto en la satisfacción del cliente, un análisis teórico. *Revista Renova Research Journal.* 3(8), 140-146. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/879/1133>
- Pujol, L. y Dabos, G. (2018). Satisfacción laboral: una revisión de la literatura acerca de sus principales determinantes. *Revista Scielo. Estudios Gerenciales*, 34(146), 3-18.  
<https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2809>
- Ramos Palacio, G. M. (Enero de 2013). *Desempeño Laboral y su incidencia en la atención*. Universidad Técnica de Ambato.  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/3351/1/40%20o.e..pdf>
- Real Academia Española. (2022). Directriz. <https://dle.rae.es/directriz>



- Real Academia Española. (2022). Proceso. <https://dle.rae.es/proceso>
- Real Academia Española. (2022). Evaluación. <https://dle.rae.es/evaluaci%C3%B3n>
- Real Academia Española. (2022). Atención. <https://dle.rae.es/atenci%C3%B3n>
- Real Academia Española. (2022). Presencial. <https://dle.rae.es/presencial>
- Real Academia Española. (2022). Rendimiento. <https://dle.rae.es/rendimiento>
- Real Academia Española. (2022). Satisfacción. <https://dle.rae.es/satisfacci%C3%B3n>
- Real Academia Española. (2022). Ambiente. <https://dle.rae.es/ambiente>
- Real Academia Española. (2022). Confianza. <https://dle.rae.es/confianza>
- Real Academia Española. (2022). Impacto. <https://dle.rae.es/impacto>
- Recuerda, A., Juárez, D., Sempere, F. y Villalobos, A. (2012). La gestión del tiempo como habilidad directiva. *Revista de investigación*. <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2012/10/Gestion-de-tiempo.pdf>
- Rivera, La Rosa, M., (2018). La necesidad de reclamar o quejarse. Escuela Indecopi. <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/143803/articuloLanecesidaddereclamar.pdf>
- Robayo Rodríguez, A. (2017). *La importancia del servicio al cliente y el reflejo de las ventas en una empresa*. Universidad Militar Nueva Granada. <http://hdl.handle.net/10654/16203>
- Rojas, A. Umaña, K. Castro, M. Jiménez, R. (2018). Evaluación del programa banca para el desarrollo implementado por Coopealianza para las micros, pequeñas y medianas empresas del cantón de Pérez Zeledón. Universidad Nacional de Costa Rica. <https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/18057/Evaluacion%20del%20programa%20banca%20para%20el%20desarrollo%20coopealianza%20Perez%20Zeledon.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Rojas, M. Jaimes, L. y Valencia, M. (2017). *Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo*. *Revista Espacios*, 39(06), 11.  
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n06/a18v39n06p11.pdf>
- Rojas Molina, Y. (2018). *Impacto económico generado por las políticas y estrategias de servicio al cliente, aplicadas por la Sucursal del Banco Nacional de Costa Rica en el cantón central de Puntarenas, en el último semestre del año 2017*. Universidad Tecnica Nacional.  
<file:///C:/Users/J%C3%A9ssica/Downloads/Pol%C3%ADticas%20y%20estrategias%20BNCR.pdf>
- Saborio Morales, L y Hidalgo Murillo, L. (2015). Síndrome de Burnout. *Medicina Legal de Costa Rica*. 32(1). <https://www.scielo.sa.cr/pdf/mlcr/v32n1/art14v32n1.pdf>
- Sánchez Aragónes, N. (2016). Estrés en el trabajo. “Ni tanto que queme al santo, ni tan poco que no lo alumbre”. *Ministerios de Trabajo y Seguridad Social*.  
[https://www.cso.go.cr/temas\\_de\\_interes/psicosociales/Estres%20laboral%20un%20reto%20colectivo.pdf](https://www.cso.go.cr/temas_de_interes/psicosociales/Estres%20laboral%20un%20reto%20colectivo.pdf)
- Sánchez Gonzales, D. (2017). Protocolo y relaciones institucionales. *Estudios institucionales*,4(7), 158-167. <https://doi.org/10.5944/eeii.vol.4.n.7.2017.20633>
- Sanoja, M. (2020). Caída del pelo por estrés: cómo se reviere este angustioso efecto colateral de la pandemia. EL PAÍS. <https://elpais.com/buenavida/2020-09-10/caida-de-pelo-por-estres-como-se-revierte-este-angustioso-efecto-colateral-de-la-pandemia.html>
- Sarraís, F. Castro, P. (2007). El Insomnio. *Revista Scielo*, 30 (1), 121- 134.  
[https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1137-66272007000200011](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1137-66272007000200011)
- Serrano, M., Ibáñez, M. (2015). La prevención de las situaciones de impacto emocional en el ambiente laboral. Estudio teórico y análisis de su incidencia en el personal sanitario de la

- comunidad autónoma de Euskadi- España. *Revista Scielo*. Trabajo Social, N° (25) 463-392. [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1514-68712015000200025](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1514-68712015000200025)
- Schettini, P., & Cortazzo, I. (2016). Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa. *Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP)*.  
doi:<https://doi.org/10.35537/10915/53686>
- Silva, D. (2022). *Los 11 tipos de clientes y sus características: todo lo que necesitas saber para mejorar la relación con tus clientes*. Web Content y SEO Associate, LATAM.  
<https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-de-clientes-caracteristicas/>
- Sotillos, A. (2022). Lenguaje formal e informal. <https://www.unprofesor.com/lengua-espanola/lenguaje-formal-e-informal-con-ejemplos-2836.html>
- Universidad Nacional de Costa Rica. (25 de octubre de 2021). UNA Transparente
- Universidad Nacional de Costa Rica. (25 de octubre de 2021).  
<https://www.cienciassociales.una.ac.cr/index.php/quienes-somos/mision-y-vision>
- Universidad Nacional de Costa Rica. (25 de octubre de 2021).  
<https://www.secretariado.una.ac.cr/index.php/quienes-somos>
- Urrea Motta, A. M., Vega Ariza, M. M., & García Castilla, J. C. (2021). *Burnout en Atención al Cliente en Call Center*. Universidad corporativa de Colombia.  
[https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/34644/1/2021\\_burnout\\_atencion\\_cliente\\_callcenter.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/34644/1/2021_burnout_atencion_cliente_callcenter.pdf)
- Vargas-Jiménez, I. (2012). La entrevista en la investigación cualitativa. *Calidad en la educación superior*, 3(1), 119-139.

- [http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/COLECCION\\_UNPAN/BOL\\_DICIEMBRE\\_2013\\_69/UNED/2012/investigacion\\_cualitativa.pdf](http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/COLECCION_UNPAN/BOL_DICIEMBRE_2013_69/UNED/2012/investigacion_cualitativa.pdf)
- Vargas Biesuz, B. (2014). Tópico de inferencia estadística: El método inductivo y el problema del tamaño de la muestra. *Revista de Difusión Cultural y Científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 7(7). [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2071-081X2014000100007&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2071-081X2014000100007&script=sci_arttext)
- Vargas Vargas, G. (2013). El Servicio al cliente: ¡Más que un querer, un deber! *TEC empresarial*, I(1), 17-19. Obtenido de <https://hdl.handle.net/2238/5537>
- Velasco Rico, C. (2020). Personalización, proactividad e inteligencia artificial. ¿Un nuevo paradigma para la prestación electrónica de servicios públicos? *Derecho político*. [https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/43824/Velasco\\_IDP\\_Perso.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/43824/Velasco_IDP_Perso.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Vellisca, M., Latorre, S., Orejudo, S., Del Barrio, A., Moreno, L. & Esquivia, I. (2016). Motivo de abandono del tratamiento desde la perspectiva del paciente con un trastorno de la conducta alimentaria. *Revista Scielo*, 15 (4), 1-9. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy-15-4.matp>
- Vicente Mostacero, E. (2016). *Propuesta de un protocolo de atención a la cliente para mejorar la calidad del servicio en el área de venta y posventa de América Móvil Perú, Sede Mall Aventura Plaza Trujillo*. Universidad Nacional de Trujillo. [https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8117/vicentemostacero\\_elvis.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8117/vicentemostacero_elvis.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Yépes Pavón, A. P. (2019). Síndrome de Burnout: El mal de los trabajadores que tratan con clientes y usuarios visiones desde el punto de vista ergonómico. *Ergonomía, Investigación*

*y Desarrollo*, 1(3), 55-74.

[http://revistasacademicas.udec.cl/index.php/Ergonomia\\_Investigacion/article/view/1348/](http://revistasacademicas.udec.cl/index.php/Ergonomia_Investigacion/article/view/1348/)

1977

## Anexos

### *Anexo 1. Ejemplo de una guía de entrevista*

#### **Guía de entrevista no estructurada**

##### **Inicio de la entrevista no estructurada**

Se dio la bienvenida, luego se explicó que el propósito de la entrevista era conocer su opinión en cuanto a la formación académica universitaria recibida durante su período de estudiante. Se agradeció la participación, y se pidió permiso para grabar la entrevista. El estudiante accedió a ser grabado. La hora de inicio de la entrevista fue 5 p.m.

##### **De la formación académica universitaria**

Pregunta (P): ¿Qué entiende por formación académica universitaria?

Respuesta (R): "Es un proceso formativo a estudiantes para adquirir conocimientos y habilidades en campos específicos. Así, por ejemplo, los estudiantes de primer ingreso son muy diferentes de los estudiantes que han culminado el bachillerato. Ha habido un proceso de cambio".

P. ¿Cómo considera la formación académica recibida? ¿Ha tenido fortalezas, debilidades...?

R. **En cuanto a fortalezas:**

"Profesores preparados en dar cierta temática, porque un profesor no puede dar todos los cursos de manera excelente, existen especialidades.

Formación en investigación, los cursos son prácticos, se conoce a las poblaciones, se fomenta la conciencia social y la adquisición de herramientas".

**En cuanto a debilidades:**

"Fuimos a investigar, pero no conocíamos fundamentación teórica, como por ejemplo, la taxonomía de Bloom. Tuvimos que aprenderla en el camino.

Los profesionales formadores son de otras áreas, aunque esto es positivo por la transdisciplinariedad. Considero que la orientación individual debería darla un orientador y no un psicólogo. Igual sucede con el planeamiento didáctico que nos fue dado por una maestra de preescolar, aunque nosotros (los estudiantes) cuestionamos esta designación. Hacíamos actividades creativas, dinámicas e innovadoras, pero sin fundamento teórico. Era una clase sin una estructuración clara. La planeación tuvimos que aprenderla durante el anteproyecto de graduación con un profesor orientador. Esto porque el orientador planea diferente de un profesor de materia".

*Nota.* La figura hace referencia al ejemplo de una guía de entrevista no estructurada. Tomado de La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos (p.128), *Calidad en la educación superior*, 3 (1), por I Vargas Jiménez, 2012

## Anexo 2. Carta enviada a la empresa



Pérez Zeledón, 15 de octubre del 2021

Coopealianza

Estimados señores:

Reciba un cordial saludo desde la Sede Regional Brunca de la Universidad Nacional, por medio de la presente deseamos solicitarle la colaboración para que las estudiantes Evelyn Araya Acuña cédula 117280900 y Jéssica Calderón Díaz cédula 117600201; del curso SPK504 Metodología de Investigación II de la Carrera de Licenciatura en Administración de Oficinas tengan la posibilidad de desarrollar la investigación en su cooperativa, en Pérez Zeledón, esto con el fin que los estudiantes puedan optar por el grado de Licenciatura en la Universidad.

Para obtener la información para el desarrollo de la investigación de los estudiantes se puede llegar a un acuerdo para establecer los mecanismos de comunicación más adecuados y convenientes, con el fin que no haya ninguna parte afectada con respecto a la situación de pandemia que estamos viviendo a nivel nacional. Estos medios podrían ser llamadas telefónicas, video llamadas mediante plataformas como Zoom, Meet o Teams o por medio del correo electrónico, para resguardar la salud de todas las partes involucradas.

Este acercamiento a su organización les será de mucho provecho al estudiantado para fortalecer los contenidos estudiados en el curso y para poder brindar un aporte significativo para su entidad en el área de estudio.

Aclarar, que el tema de la investigación es "Importancia del servicio al cliente en el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas" y los objetivos son analizar las políticas de servicio al cliente que se utilizan, cómo se mide el desempeño laboral y productivo de los colaboradores que tienen contacto con el cliente. Para recolectar estos datos la idea es realizar encuestas a los trabajadores y personal administrativo o de recursos humanos, realizar observaciones en las instalaciones y aplicar hojas de cotejo.

El trabajo será dirigido por la Profesora del curso Digna Valverde Fallas, correo [digna.valverde.fallas@una.cr](mailto:digna.valverde.fallas@una.cr)

Muchas gracias por la colaboración. Sin más por el momento, se despide con la disposición de aclarar cualquier duda:

M Ed. Alexander Gamboa Martínez  
 Coordinador:  
 Carrera de Administración de Oficinas  
 Campus Pérez Zeledón  
 Sede Regional Brunca  
 Universidad Nacional  
[alexander.gamboa.martinez@una.cr](mailto:alexander.gamboa.martinez@una.cr)

ALEXANDE  
 R GAMBOA  
 MARTINEZ  
 (FIRMA)

Firmado digitalmente por  
 ALEXANDER  
 GAMBOA  
 MARTINEZ (FIRMA)  
 Fecha: 2021.10.17  
 10:42:34 -06'00'

*Anexo 3. Carta Asesor 1*

27 de octubre del 2021


**SEÑORES/AS  
COMISIÓN DE TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE OFICINAS  
SEDE REGIONAL BRUNCA  
UNIVERSIDAD NACIONAL**

Estimados/as señores/as

Por este medio acepto colaborar como asesor/a ad-honoren del Trabajo Final de Graduación denominado "Importancia del servicio al cliente en el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas que laboran en Coopealianza, en el periodo 2021-2022.", en atención a la solicitud realizada por las personas estudiantes que se presentan a continuación, quienes optan por el grado de Licenciatura en Administración de Oficinas.

NOMBRE	CÉDULA
Jéssica Calderón Díaz	1-1760-0201
Evelyn Araya Acuña	1-1728-0900

Atentamente,



---

Erick Madrigal Villanueva  
Cédula: 1-1474-0216



*Anexo 4. Carta asesor 2*

27 de octubre del 2021

**SEÑORES/AS  
COMISIÓN DE TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE OFICINAS  
SEDE REGIONAL BRUNCA  
UNIVERSIDAD NACIONAL**

Estimados/as señores/as

Por este medio acepto colaborar como asesor/a ad-honoren del Trabajo Final de Graduación denominado "Importancia del servicio al cliente en el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas que laboran en Coopealianza, en el periodo 2021-2022.", en atención a la solicitud realizada por las personas estudiantes que se presentan a continuación, quienes optan por el grado de Licenciatura en Administración de Oficinas.

NOMBRE	CÉDULA
Jéssica Calderón Díaz	1-1760-0201
Evelyn Araya Acuña	1-1728-0900

Atentamente,

ALEXANDER  
GAMBOA  
MARTINEZ (FIRMA)

Firmado digitalmente por  
ALEXANDER GAMBOA  
MARTINEZ (FIRMA)  
Fecha: 2021.10.28 11:28:34  
-05'00'

Alexander Gamboa Martínez  
Cédula: 1-0847-0359

**Anexo 5. Carta aprobación comité asesor**

Sede Regional Brunca  
Comisión de Trabajos Finales de Graduación

27 de octubre de 2021  
UNA-TFG-SRB-OFIG-011-2021

Evelyn Araya Acuña  
Jessica Calderón Díaz  
Estudiantes  
Licenciatura en Administración de Oficinas

Estimadas estudiantes:

**CONSIDERANDO:**

La solicitud realizada por ustedes, con fecha 20 de octubre de 2021, para la aprobación del Comité Asesor de su Trabajo Final de Graduación titulado: "Importancia del servicio al cliente en el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas que laboran en las ferreterías afiliadas a la cámara de comercio del distrito de San Isidro, en el periodo 2021-2022".

**POR TANTO:****LA COMISIÓN DE TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN ACUERDA:**

Aprobar como miembros del Comité Asesor a las siguientes personas:

Nombre	Número de cédula	Cargo
Digna Valverde Fallas	107290109	Tutora
Alexander Gamboa Martínez	108470359	Asesor
Erik Madriqal Villanueva	114740216	Asesor

Cordialmente,

**JOSEPH MARIO  
MONTENEGRO  
BONILLA (FIRMA)**

Firmado digitalmente por JOSEPH  
MARIO MONTENEGRO BONILLA  
(FIRMA)  
Fecha: 2021.10.27 12:15:22 -06'00'

M.L. Joe Montenegro Bonilla  
Coordinador  
Comisión de Trabajos Finales de Administración de Oficinas  
Sede Regional Brunca, Universidad Nacional

mbg

*Anexo 6. Matriz presentación de temas***DATOS INFORMATIVOS/ ADMINISTRATIVOS****Modalidad: Tesis (x) Proyecto ( ) Seminario ( )**

<b>Nombre de integrante(s)</b>	<b>Cédula</b>	<b>Carrera</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Correo</b>
Jéssica Calderón Díaz	117600201	Administración de	70600865	<a href="mailto:jessica.calderon.diaz@est.una.ac.cr">jessica.calderon.diaz@est.una.ac.cr</a>
Evelyn Araya Acuña	117280900	Oficinas	62036561	<a href="mailto:evelyn.araya.acuna@est.una.ac.cr">evelyn.araya.acuna@est.una.ac.cr</a>
<b>Nombre completo y ubicación de la empresa donde desarrollará la investigación</b>	<b>Nombre de la persona contacto</b>		<b>Teléfono</b>	<b>Correo</b>
Coopealianza R.L Sucursal San Isidro de El General	Pablo Mena Astorga Lorena Rodríguez Chacón		7223 8563	<a href="mailto:pmena@coopealianza.fi.cr">pmena@coopealianza.fi.cr</a> <a href="mailto:lrodriguez@coopealianza.fi.cr">lrodriguez@coopealianza.fi.cr</a>

**Línea de investigación en que se suscribe:** Competencias Secretariales en la Gestión de Oficina

*Anexo 7. Aprobación anteproyecto asesor 1*

**LISTA DE COTEJO  
ANTEPROYECTO TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE OFICINAS**

Criterios	Escala	
	SI	NO
1. Portada	X	
2. Tabla de Contenidos	X	
<b>CAPÍTULO I</b>		
3. Planteamiento del problema	X	
4. Descripción del objeto de estudio	X	
5. Objetivos de la investigación	X	
6. Justificación de la investigación	X	
7. Viabilidad de la investigación	X	
<b>CAPÍTULO II</b>		
8. Contexto Organizacional	X	
9. Fundamentación teórica	X	
<b>CAPÍTULO III</b>		
10. Enfoque de la investigación	X	
11. Alcance de la Investigación	X	
12. Fuentes de información	X	
13. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	X	
14. Diseño Muestral	X	
15. Población	X	
16. Tipo de muestreo	X	
17. Tamaño de la muestra	X	
18. Selección y distribución de la muestra	X	



19. Cuadro de variables: conceptual, instrumental, operacional	X	
<p>Observaciones:</p> <p>De acuerdo al cuadro de variables, no me queda claro como estas van a ser medidas, de repente algún espacio donde compartir dentro del mismo cuadro, donde se pueda evidenciar como medir las mismas.</p>		
<p>Revisado por: Erick Roberto Madrigal Villanueva.</p> <p>Firmado por ERICK ROBERTO MADRIGAL VILLANUEVA (FIRMA) PERSONA FISICA, CPF-01-1474-0216. Fecha declarada: 01/06/2022 03:25 PM</p> <p>Firma:</p>		
Fecha: 01 de Junio del 2022		

*Anexo 8. Aprobación anteproyecto asesor 2*

**LISTA DE COTEJO  
ANTEPROYECTO TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE OFICINAS**

Criterios	Escala	
	SI	NO
1. Portada	x	
2. Tabla de Contenidos	x	
<b>CAPÍTULO I</b>		
3. Planteamiento del problema	x	
4. Descripción del objeto de estudio	x	
5. Objetivos de la investigación <b>Con observaciones</b>	x	
6. Justificación de la investigación	x	
7. Viabilidad de la investigación	x	
<b>CAPÍTULO II</b>		
8. Contexto Organizacional	x	
9. Fundamentación teórica	x	
<b>CAPÍTULO III</b>		
10. Enfoque de la investigación	x	
11. Alcance de la Investigación	x	
12. Fuentes de información	x	
13. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	x	
14. Diseño Muestral	x	
15. Población	x	
16. Tipo de muestreo	x	
17. Tamaño de la muestra	x	
18. Selección y distribución de la muestra	x	



19. Cuadro de variables: conceptual, instrumental, operacional	x	
<p><b>Observaciones:</b></p> <p>Sigue sin cumplir con lo mínimo que debe llevar un objetivo general.</p> <p>El qué, que es lo que voy a investigar.</p> <p>El cómo, o por medio de qué lo voy a investigar y el para qué o el fin de la investigación.</p> <p><b>Por ejemplo:</b></p> <p>Analizar la importancia del servicio al cliente, por medio un estudio de enfoque mixto, con el fin de determinar la influencia en el desempeño laboral y productivo de los administradores de Oficinas en Coopealanza R.L</p> <p>Me pregunto de donde va a salir la propuesta de solución luego de aplicados los instrumentos de recolección de datos y realizado el análisis de la información, ya que no hay un objetivo que nos indique cuál va a ser la propuesta de solución al problema planteado, en el primer objetivo específico se conoce la opinión de los usuarios, luego se describen los procesos de evaluación y por último se determina el impacto emocional y físico.</p> <p>Por ejemplo: Formular una guía de procesos, para mejorar el servicio al cliente y el desempeño laboral y productivo de los administradores de Oficinas en Coopealanza R.L</p> <p>Muestra probalística, es probabilística, página 50.</p>		
<p>Revisado por: Alexander Gamboa Martínez</p> <p><b>ALEXANDER GAMBOA MARTINEZ (FIRMA)</b></p> <p>Firma:</p>	<p>Firmado digitalmente por ALEXANDER GAMBOA MARTINEZ (FIRMA) Fecha: 2022.05.31 21:09:42 -06'00'</p>	
Fecha: 31 de mayo del 2022		

**Anexo 9. Instrumentos**

## Instrumento 1

<b>Encuesta dirigida a los clientes de la empresa</b>					
<b>Objetivo 1</b>					
Conocer la opinión de los clientes y asociados de la corporativa, con respecto a la calidad del servicio que se brinda por medio de la Unidad de Servicio al Cliente.					
El propósito de este instrumento es recolectar información para el trabajo final de graduación titulado <b>Importancia del servicio al cliente en el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas que laboran en la unidad de Experiencia del Cliente de Coopealianza R.L, en el periodo 2021-2022</b> , llevado a cabo por dos estudiantes de Administración de Oficinas de la Universidad Nacional.					
<b>Nota:</b> El nombre de las personas que brinden las respuestas, no será revelado en ninguna circunstancia, y la única persona que tendrá acceso a las identidades serán las facilitadoras.					
La siguiente encuesta es para evaluar la calidad de atención brindada por el asesor de Servicio al Cliente, las respuestas aquí brindadas son de manera confidencial y con fines académicos					
<b>Tabla de cotejo aplicada a los clientes</b>					
Por favor, califique de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta.					
<b>Calificación del cliente a la calidad de servicio recibido</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
¿Cómo considera el servicio recibido?					
¿El asesor que lo atendió, demostró empatía y buen trato en todo momento durante el servicio?					
¿El servicio recibido fue rápido en tiempos de respuesta y resolución?					
¿El asesor que lo atendió le demostró confianza para realizar sus consultas o dudas de manera oportuna?					
¿Su necesidad o consulta fue resuelta?					



¿Recomendaría a Coopealianza con otras personas?					
--	--	--	--	--	--

## Instrumento 2

<b>Encuesta dirigida a los colaboradores</b>
<p><b>Objetivo 2</b></p> <p>Describir los procesos de evaluación que realiza la empresa para medir el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas con el fin de comprobar la necesidad de políticas, protocolos y/o capacitaciones enfocadas al servicio al cliente.</p>
<p>La siguiente encuesta tiene como propósito, recopilar información sobre la calidad de los procesos de evaluación que realiza la empresa para medir el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas y comprobar la necesidad de políticas, protocolos y/o capacitaciones enfocadas al servicio al cliente.</p>
<p>Pregunta 1</p> <p>¿Conoce usted si existen políticas y/o protocolos que sirvan de guía y estandaricen el proceso de atención al cliente para brindar un mejor servicio?</p> <p>( ) Sí ( ) No</p>
<p>Pregunta 2</p> <p>¿Cree necesario fortalecer políticas y/o protocolos de atención al cliente para mejorar su desempeño laboral y productivo?</p> <p>( ) Sí ( ) No</p> <p>Explique _____</p>
<p>Pregunta 3</p> <p>¿Considera que los procesos de evaluación realizados por la cooperativa para medir el desempeño son eficientes y eficaces?</p> <p>( ) Sí ( ) No</p> <p>Explique _____</p>

<p>Pregunta 4</p> <p>De las siguientes capacitaciones elija las que considera necesarias para mejorar su desempeño laboral</p> <p>( ) Inducción al puesto</p> <p>( ) Comunicación asertiva</p> <p>( ) Servicio al cliente</p> <p>( ) Manejo emocional</p> <p>( ) Manejo de quejas con el cliente directo</p> <p>( ) Organización del tiempo</p> <p>( ) Manejo de clientes difíciles</p> <p>( ) Ninguna de las anteriores</p> <p>( ) Otra, especifique _____</p>
<p><b>Objetivo 3:</b></p> <p>Determinar el impacto emocional y físico que les genera a los administradores de oficinas brindar un servicio al cliente de manera eficiente y su influencia en el desempeño laboral y productivo</p>
<p>Las siguientes interrogantes tienen como propósito, recopilar información sobre el impacto emocional y físico de los colaboradores al brindar servicio al cliente de manera eficiente y conocer su influencia en el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas de la Unidad de Experiencia del Cliente.</p>
<p>Pregunta 5</p> <p>¿Con qué frecuencia se siente afectado emocionalmente al brindar atención a clientes?</p> <p>( ) Siempre ( ) Casi siempre ( ) Algunas veces ( ) Casi nunca ( ) Nunca</p>
<p>Pregunta 6</p> <p>¿Considera que al atender clientes difíciles su estado emocional se ve afectado?</p> <p>( ) Mucho ( ) Poco ( ) Algunas veces ( ) Casi nada ( ) Nada</p>
<p>Pregunta 7</p> <p>¿Cuando tiene una situación difícil con un cliente, ¿la organización le brinda respaldo y/o apoyo?</p> <p>( ) Siempre ( ) Casi siempre ( ) Algunas veces ( ) Casi nunca ( ) Nunca</p>
<p>Pregunta 8</p>

De las siguientes afectaciones, marque todas aquellas que sufre o ha sufrido por la presión causada por el trabajo

- Insomnio
- Cambios de humor
- Desmotivación
- Dificultad de concentración
- Estrés
- Perdida de cabello
- Acné
- Dolores de espalda, cuello y hombro
- Ansiedad
- Depresión
- Perdida del apetito
- Dolor de cabeza
- Enfermedades de la piel
- Trastornos alimentarios
- Ninguna de las anteriores
- Otros, especifique \_\_\_\_\_

Pregunta 9

¿La organización le ha brindado algún curso o capacitación sobre habilidades blandas?

- Sí    No

Pregunta 10

¿Realiza la organización actividades para velar por la salud mental y física de los colaboradores?

- Siempre    Casi siempre    Algunas veces    Casi nunca    Nunca

<b>Observación directa a los administradores de oficinas</b>					
La siguiente tabla de cotejo pretende recolectar información por medio de la observación, con el objetivo de que las investigadoras puedan percibir la atención al cliente y aspectos de la productividad de los funcionarios de Coopealianza. La tabla cuenta con 5 indicadores, donde Siempre es la calificación máxima de 4 puntos y Nunca es la calificación mínima con 1 punto.					
<b>Criterios de calificación</b>	<b>Siempre 4</b>	<b>Casi siempre 3</b>	<b>Algunas veces 2</b>	<b>Nunca 1</b>	<b>Total</b>
<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>					
Utiliza un saludo estandarizado al contestar las llamadas					
Busca soluciones					
Brinda una respuesta rápida					
Maneja una dicción adecuada					
Utiliza una entonación correcta					
Muestra disposición para colaborar					
Domina el tiempo durante las llamadas					
Controla los tiempos de espera					
Utiliza un vocabulario claro y concreto					
Demuestra una escucha activa					
Realiza una despedida estandarizada					
Emplea un lenguaje corporal apropiado.					
<b>PRODUCTIVIDAD Y DESEMPEÑO LABORAL</b>					
Se distrae frecuentemente hablando con los compañeros					
Existe contaminación sonora					
Distracción con redes sociales					

*Anexo 10. Aprobación instrumentos asesor 1*

San Isidro de El General  
15 de junio de 2022

Señores  
Comisión Trabajos Finales de Graduación  
Universidad Nacional Región Brunca  
Campus Pérez Zeledón

Estimados señores:

El suscrito Erick Madrigal Villanueva, en calidad de Asesor informa que los Instrumentos que presentan las estudiantes: Jéssica Calderón Díaz, Cédula 117600201 y Evelyn Araya Acuña, Cédula 117280900, de la Carrera de Licenciatura en Administración de Oficinas, ha sido revisado y cumple con los requisitos formales para ser sometido a su debida aplicación en Coopealianza.

Agradezco la atención a la solicitud expuesta.

Atentamente,

Firmado por ERICK ROBERTO MADRIGAL VILLANUEVA (FIRMA)  
PERSONA FÍSICA, CPF-01-1474-0216.  
Fecha declarada: 15/06/2022 03:57 PM  
Lugar: Pérez Zeledón Contacto: erick.madrigal.villanueva@una.ac.cr

Erick Madrigal Villanueva

**Anexo 11. Aprobación instrumentos asesor 2**

San Isidro de El General  
15 de junio de 2022

Señores  
Comisión Trabajos Finales de Graduación  
Universidad Nacional Región Brunca  
Campus Pérez Zeledón

Estimados señores:

El suscrito Alexander Gamboa Martínez, en calidad de Asesor informa que los Instrumentos que presentan las estudiantes: Jéssica Calderón Díaz, Cédula 117600201 y Evelyn Araya Acuña, Cédula 117280900, de la Carrera de Licenciatura en Administración de Oficinas, ha sido revisado y cumple con los requisitos formales para ser sometido a su debida aplicación en Coopealianza.

Agradezco la atención a la solicitud expuesta.

Atentamente,

**ALEXANDER  
GAMBOA  
MARTINEZ  
(FIRMA)** Firmado digitalmente  
por ALEXANDER  
GAMBOA MARTINEZ  
(FIRMA)  
Fecha: 2022.06.15  
18:19:55 -06'00'

Alexander Gamboa Martínez

**Anexo 12: Carta Aval para defensa (Tutora)**

San Isidro del General, 03 de marzo del 2023.

Comisión de trabajos Finales de Graduación  
Sede Regional Brunca  
Universidad Nacional

Estimado Señor:

Una vez realizada la revisión de parte del comité asesor del Trabajo Final de Graduación realizado por los estudiantes Evelyn Araya Acuña cédula 117280900 y Jéssica Calderón Díaz cédula 117600201 y, denominado:

Importancia del servicio al cliente en el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas que laboran en la unidad de Experiencia del Cliente de Coopealianza R.L, en el periodo 2021-2022

La suscrita MSc Digna Valverde Fallas, en calidad de director del trabajo desarrollado por el grupo de estudiantes, hago constar que las observaciones emanadas por el consejo asesor fueron atendidas puntualmente.

Por lo anterior, por este medio solicito la asignación de fecha de defensa pública, previo cumplimiento del proceso de revisión por parte de la Comisión de Trabajos Finales de Graduación. Así mismo, adjunto las cartas de aval los asesores Alexander Gamboa Martínez y Erick Madrigal Villanueva, donde aprueban el trabajo.

Sin más por el momento y agradeciendo de antemano la atención brindada a esta solicitud, se despide.

Atentamente,

Msc. Digna Valverde Fallas  
Tutora Trabajo Final de Graduación

**Anexo 13: Carta aval para defensa (Asesor 1)**

03 de marzo de 2023

Señores:  
Comisión Trabajos Finales de Graduación  
Carrera de Administración

Estimados señores:

Sirva el medio, el suscrito Erick Madrigal Villanueva cédula de identidad número 114740216 en calidad de lector interno, por este medio certifico que he procedido a realizar la lectura del trabajo final de graduación denominado Importancia del servicio al cliente en el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas que laboran en la unidad de Experiencia del Cliente de Coopealianza R.L, en el periodo 2021-2022, desarrollado por los siguientes estudiantes: Evelyn Araya Acuña cédula 117280900, y Jéssica Calderón Díaz Cédula 117600201.

He realizado las observaciones que he considerado pertinentes al trabajo desarrollado por los estudiantes, para que las mismas sean incorporadas al documento, por lo que, mediante este medio, brindo mi aval para que los y las estudiantes puedan someter a defensa pública su trabajo de investigación.

Sin más por el momento se despide.

Cordialmente,

Erick Madrigal Villanueva  
Cédula de identidad 114740216  
Lector interno

Firmado por ERICK ROBERTO MADRIGAL VILLANUEVA (FIRMA)  
PERSONA FÍSICA, CPF-01-1474-0216.  
Fecha declarada: 03/03/2023 09:00 AM  
Razón: Aval Lectoría  
Lugar: Pérez Zeledón Contacto: erick.madrigal.villanueva@una.ac.cr

Cc. Msc Digna Valverde Fallas. Tutora TFG  
Estudiantes Postulantes



**Anexo 14: Carta Aval para defensa (Asesor 2)**

03 de marzo de 2023

Señores:  
Comisión Trabajos Finales de Graduación  
Carrera de Administración

Estimados señores:

Sirva el medio, el suscrito Alexander Gamboa Martínez cédula de identidad número 108470359 en calidad de lector interno, por este medio certifico que he procedido a realizar la lectura del trabajo final de graduación denominado Importancia del servicio al cliente en el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas que laboran en la unidad de Experiencia del Cliente de Coopealianza R.L, en el periodo 2021-2022, desarrollado por los siguientes estudiantes: Evelyn Araya Acuña cédula 117280900, y Jéssica Calderón Díaz Cédula 117600201.

He realizado las observaciones que he considerado pertinentes al trabajo desarrollado por los estudiantes, para que las mismas sean incorporadas al documento, por lo que, mediante este medio, brindo mi aval para que los y las estudiantes puedan someter a defensa pública su trabajo de investigación.

Sin más por el momento se despide.

Cordialmente,

ALEXANDER  
GAMBOA  
MARTINEZ (FIRMA)

A digital signature stamp with a red line through it. The text inside the stamp reads: "Firmado digitalmente por ALEXANDER GAMBOA MARTINEZ (FIRMA) Fecha: 2023.03.03 11:46:56 -05'00'".

Alexander Gamboa Martínez  
Cédula de identidad 1 08470359  
Lector interno

Cc. Msc Digna Valverde Fallas. Tutora TFG  
Estudiantes Postulantes

**Anexo 15: Circular con asignación para defensa pública**

Sede Regional Brunca  
Campus Pérez Zeledón  
Dirección Académica

7 de junio de 2023  
UNA-DAPZ-SRB-OFIC-186-2023



MSc. Digna Valverde Fallas  
Tutora Trabajo Final de Graduación  
MSc. Alexander Gamboa Martínez  
MSc. Erick Madrigal Villanueva  
Lectores Trabajo Final de Graduación  
Sede Regional Brunca


**Asunto :** Defensa Trabajo Final de Graduación.

Estimados señores:

Se les invita a la defensa del Trabajo Final de Graduación: "Importancia del servicio al cliente en el desempeño laboral y productivo de los administradores de oficinas que laboran en la unidad de Experiencia del Cliente de Coopealianza R.L, en el periodo 2021-2022", elaborado por las estudiantes Jessica Viviana Calderón Díaz, cédula 117600201 y Evelyn Roxana Araya Acuña, cédula 117280900, programada para el viernes 16 de junio del 2023, a las 15:30 horas, en la sala de reuniones del tercer piso del nuevo edificio del campus Pérez Zeledón.

Esperamos contar con su valiosa participación

Atentamente,

 JOSUE ALEJANDRO NARANJO CORDERO (FIRMA)  
PERSONA FÍSICA, CPF-01-1328-0764.  
Fecha declarada: 07/06/2023 10:19:40 AM

MSc. Josué Naranjo Cordero  
Director Académico  
Campus Pérez Zeledón, Sede Regional Brunca

CC/ Jessica Viviana Calderón Díaz y Evelyn Roxana Araya Acuña .