

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
investigación previo a la obtención del Título de
Licenciada en Administración de Empresas**

**TEMA: “El estrés laboral y el servicio al cliente en la
Cooperativa de Ahorro y Crédito Kullki Wasi”**

AUTORA: Janeth Leticia Vega Chusin

TUTOR: Ing. Geovanny Fabricio Ríos Lara, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Julio 2025



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Geovanny Fabricio Ríos Lara, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**El estrés laboral y el servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kullki Wasi**” presentado por el señor **Janeth Leticia Vega Chusin** para optar por el título de Licenciada en Administración de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 9 de julio del 2025



Ing. Geovanny Fabricio Ríos Lara, Mg.

C.I. 1803081296

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Janeth Leticia Vega Chusin**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Janeth Leticia Vega Chusin

C.I.0503316432

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, PhD.

C.I. 1802333276



Ing. Elías David Caisa Yucailla, Mg.

C.I.1803458668

Ambato, 9 de julio del 2025

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, overlapping loops and strokes, positioned above the author's name.

Janeth Leticia Vega Chusin

C.I.0503316432

DEDICATORIA

Agradezco principalmente a Dios, por ser mi guía constante, por darme fuerzas en los momentos difíciles y nunca soltar mi mano en este camino.

A mis padres quienes son mi pilar fundamental y mi mayor fuente de motivación, gracias por su amor incondicional, por cada uno de los sacrificios que hicieron para darme una oportunidad de crecer y creer en mí incluso cuando yo dudaba.

A mi hermana Jessica por cada mensaje de aliento, quien a pesar de la distancia siempre se preocupa por mí y me acompaña con su cariño desde lejos.

A mi hermanita menor Anahí, cuya alegría y ocurrencias diarias me inspiran a seguir adelante con una sonrisa.

A mis tíos queridos Julio, Joaquín, Clever y Virginia gracias por siempre estar y ser un apoyo importante para mí y la familia.

Gracias a cada uno de ustedes por ser el impulso que me permitirá alcanzar este logro.

Janeth Leticia Vega Chusin

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más profundo agradecimiento a todas las personas que me apoyaron a lo largo de este proceso.

A Dios por darme la sabiduría necesaria en los momentos de incertidumbre y la serenidad para seguir adelante aun cuando el camino se tornó difícil. A mis padres por ser mi ejemplo a seguir y enseñarme que los sueños se alcanzan con esfuerzo y dedicación. A mis hermanas por su apoyo emocional y su cercanía que fueron cruciales para mantenerme firme.

A mis mejores amigos Katherine, Anthony y Christian, gracias por su amistad sincera e incondicional, por estar siempre a mi lado y ser un apoyo constante, por sus sabios consejos, por compartir sus locuras y ayuda en cada paso de esta etapa universitaria.

A mi tutor, el ing. Fabricio Ríos por compartir su conocimiento y guiarme con responsabilidad en el desarrollo de este proyecto, de igual manera a los ingenieros Arturo Montenegro y Alexandra López por siempre estar dispuestos a ayudar, por solventar cada duda o inconveniente en el desarrollo de la tesis.

Finalmente, a la Ing. Estefanía Pozo, Analista de talento humano de la cooperativa Kullki Wasi, por su valiosa colaboración en la entrega de información clave para llevar a cabo este trabajo.

A todos ustedes gracias por cada palabra, gesto y apoyo.

Janeth Leticia Vega Chusin

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	ii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT.....	xiv
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO.....	1
1.1. Antecedentes investigativos	1
1.2. Objetivos	3
1.2.1. Objetivo general.....	3
1.2.2. Objetivos específicos	3
1.3. Problema de investigación.....	3
1.4. Justificación.....	4
1.5. Marco teórico	6
1.5.1. Estrés laboral.....	6
1.5.2. Servicio al cliente.....	16
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	25
2.1. Enfoque	25
2.1.1 Cuantitativo.....	25
2.2. Método.....	25
2.2.1. Método deductivo	25
2.3. Alcance o tipo.....	26
2.3.1. Investigación descriptiva.....	26
2.4. Modalidad de investigación.....	26
2.4.1. Investigación bibliográfica.....	26

2.4.2. Investigación de campo.....	27
2.4.3. Investigación correlacional	27
2.5. Población y muestra	28
2.5.1 Población.....	28
2.5.2. Muestra	28
2.6. Técnica de investigación	28
2.6.1. Encuesta	28
2.7. Instrumento.....	29
2.7.1. Cuestionario	29
2.8. Planteamiento de la hipótesis	33
2.8.1. Hipótesis	33
CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	34
3.1. Análisis e interpretación de resultados	34
3.2. Verificación de la hipótesis	58
3.2.1. Prueba de normalidad.....	59
3.2.2. Coeficiente de correlación de Spearman.....	60
CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
4.1. Conclusiones	63
4.2. Recomendaciones	64
MATERIALES DE REFERENCIA.....	65
5.1 Referencias bibliográficas	65
ANEXOS.....	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Perspectivas del estrés.....	8
Tabla 2.Modalidades para el servicio al cliente	18
Tabla 3.V de Aiken	31
Tabla 4. Validez del instrumento	31
Tabla 5. Resumen de procesamiento de casos	32
Tabla 6. Alfa de Cronbach	33
Tabla 7. Desempeño y capacidad.....	34
Tabla 8. Logro de objetivos	35
Tabla 9. Inseguridad en la estabilidad del empleo	36
Tabla 10. Horario de salida	37
Tabla 11. Tareas cerca al término de la jornada laboral	38
Tabla 12. Pendientes laborales.....	40
Tabla 13. Bienestar físico y mental.....	41
Tabla 14. Claridad sobre el objetivo y misión	42
Tabla 15. Parte integral del equipo de trabajo.....	43
Tabla 16. Funciones laborales.....	44
Tabla 17. Reclamos por la atención brindada	45
Tabla 18. Cumplimiento con el tiempo de atención	47
Tabla 19. Atenciones pendientes.....	48
Tabla 20. Clientes satisfechos	49
Tabla 21. Poca empatía en la atención	50
Tabla 22. Información a los socios/clientes de las ventajas y beneficios	51
Tabla 23. Excelencia del servicio.....	53
Tabla 24. Empatía y escucha activa	54
Tabla 25. Clientes satisfechos por la atención	55
Tabla 26. Ponerse en el lugar del cliente/ socio	56
Tabla 27. Nivel de estrés	57
Tabla 28. Prueba de normalidad Kolmogorov- Smirnov	60
Tabla 29. Valor del coeficiente de Spearman	61
Tabla 30. Correlación de Spearman	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Rangos de Alfa de Cronbach	32
Figura 2 Desempeño y capacidad	34
Figura 3 Logro de objetivos	35
Figura 4 Inseguridad en la estabilidad del empleo	36
Figura 5 Horario de salida.....	37
Figura 6 Tareas cerca al término de la jornada laboral	39
Figura 7 Pendientes laborales	40
Figura 8 Bienestar físico y mental	41
Figura 9 Claridad sobre el objetivo y misión	42
Figura 10 Parte integral del equipo de trabajo	43
Figura 11 Funciones laborales	44
Figura 12 Reclamos por la atención brindada.....	46
Figura 13 Cumplimiento con el tiempo de atención	47
Figura 14 Atenciones pendientes	48
Figura 15 Clientes satisfechos.....	49
Figura 16 Poca empatía en la atención.....	50
Figura 17 Información a los socios/clientes de las ventajas y beneficios	52
Figura 18 Excelencia del servicio	53
Figura 19 Empatía y escucha activa.....	54
Figura 20 Clientes satisfechos por la atención.....	55
Figura 21 Ponerse en el lugar del cliente/ socio.....	56
Figura 22 Nivel de estrés.....	58
Figura 23 Diagrama de dispersión	62

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Árbol de problemas	74
Anexo 2 Cálculo V de Aiken	74
Anexo 3 Cuestionario.....	75
Anexo 4 Validación de juicio de expertos	79
Anexo 5 Índices de estrés laboral y servicio al cliente	95

RESUMEN EJECUTIVO

La cooperativa de Ahorro y Crédito Kullki Wasi lleva 23 años ofreciendo servicios financieros como la captación de ahorros, préstamos e inversiones. Además, es una de las instituciones más grandes del país que se encuentra dentro del segmento uno, lo que la convierte en una cooperativa confiable y segura.

La cooperativa se centra en mejorar el acceso a servicios financieros para sus socios y clientes, por lo tanto, esta investigación se enfoca en determinar relación significativa entre el estrés laboral y el servicio al cliente para que la institución pueda tomar decisiones informadas que conduzcan a un ambiente de trabajo más saludable y a la prestación de servicios de mejor calidad.

Los resultados recopilados a través de una encuesta mostraron que los 107 colaboradores presentan un nivel de estrés moderado, que, aunque no sea crítica constituye una importante señal de alerta para la organización que indican condiciones laborales que pueden agravarse.

En conclusión, se evidencia que existe una relación entre las variables estrés laboral y servicio al cliente, por lo que se sugiere que la cooperativa implemente estrategias para evitar que el estrés se incremente y afecte el desempeño laboral y el trato hacia los clientes como el monitoreo continuo de los niveles de estrés, gestión del tiempo y capacitaciones para brindar una mejor experiencia a los socios/ clientes.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, ESTRÉS, SERVICIO AL CLIENTE, FÍSICO, EMOCIONAL, SALUD.

ABSTRACT

The Kullki Wasi Savings and Credit Cooperative has been offering financial services such as savings, loans, and investments for 23 years. It is also one of the largest institutions in the country within the first segment, making it a reliable and secure cooperative.

The cooperative focuses on improving access to financial services for its members and clients. Therefore, this research focuses on determining a significant relationship between workplace stress and customer service so that the institution can make informed decisions that lead to a healthier work environment and the provision of better-quality services.

The results collected through a survey showed that the 107 employees present a moderate level of stress, which, although not critical, constitutes an important warning sign for the organization, indicating working conditions that could worsen.

In conclusion, it is evident that there is a relationship between the variables of work stress and customer service, so it is suggested that the cooperative implement strategies to prevent stress from increasing and affecting work performance and customer service, such as continuous monitoring of stress levels, time management, and training to provide a better experience to members/customers.

KEY WORDS: INVESTIGATION, STRESS, CUSTOMER SERVICE, PHYSICAL, EMOTIONAL, HEALTH.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes investigativos

El estrés laboral es un tema de alta prioridad actualmente en las organizaciones por ello se revisaron datos históricos y se hallaron investigaciones significativas enfocadas en las variables de estudio.

Esto se realizó para profundizar la comprensión del problema de investigación y así facilitar el cumplimiento de los objetivos específicos.

Para abordar este tema de mejor manera a continuación se mencionarán algunos de ellos:

Agudelo (2020) en su trabajo de investigación tuvo como objetivo identificar las consecuencias más relevantes del estrés laboral en los asesores de servicio al cliente no presencial de la empresa RIUM S.A.S. en el primer semestre del año 2020. Por lo cual para estudio se llevó a cabo un proceso de recolección de datos mediante una encuesta compuesto por 21 trabajadores como población total.

Desde una perspectiva metodológica, el análisis de los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados se fundamentó en el modelo bidimensional de factores psicosociales propuesto por Karasek en 1979, mediante este enfoque se obtuvieron resultados de que los empleados presentaron enfermedades laborales que están relacionadas con riesgos psicosociales. Además, estos hallazgos dieron lugar a propuestas para ayudar a prevenir, intervenir, controlar y monitorear los factores psicosociales identificados en este estudio, que son causas directas de las consecuencias y efectos negativos en la salud de los trabajadores.

Asimismo, Gonzalez & Wilches (2023), quienes, en su investigación sobre el sector de BPO en Barranquilla, buscaron determinar y analizar cómo se manifiesta el estrés. Para ello, realizaron un estudio cuantitativo no experimental mediante una revisión

documental de estudios y resultados sobre el estrés laboral en agentes de atención al cliente. Los resultados revelaron que el estrés laboral causado por largas jornadas laborales, rotación de personal, frecuentes insultos de los clientes y falta de liderazgo se manifestaba a través de dolencias físicas como gastritis y trastornos del sueño.

El análisis del estrés laboral constituye un tema de interés constante en las investigaciones académicas. Diversos estudios han abordado esta problemática desde múltiples enfoques, lo cual ha evidenciado su impacto en distintos sectores. En ese sentido, Long & Sook (2024) desarrollo su artículo titulado “Cómo el estrés y la satisfacción influyen en la calidad del servicio al cliente en el sector bancario”, se estableció como objetivo principal el examinar cómo el estrés laboral, la satisfacción laboral y el compromiso organizacional afectaron la calidad del servicio al cliente en los colaboradores. Para tal fin se llevó a cabo una encuesta a 630 empleados de diferentes bancos en Camboya.

Entre los resultados se evidenció que el compromiso organizacional se ve notablemente fortalecido cuando sus empleados experimentan cambios significativos tanto en su satisfacción laboral como en sus niveles de estrés. Por lo que se recomendó ampliara los conocimientos sobre la calidad de servicio mediante estrategias que mejoren la prestación de servicios y la satisfacción de los usuarios.

En el ámbito nacional, Moreira & Vera (2023) en su artículo “Teletrabajo y su incidencia en el estrés laboral para empresas del sector de telecomunicaciones Ecuador”, realizaron una evaluación detallada del estrés laboral para la empresa del sector de telecomunicaciones, CNT EP, específicamente en la Regional Cuatro. La investigación se llevó a cabo a través de una muestra de 385 trabajadores de los cuales 96 respondieron a la encuesta, el estudio se basó bajo la metodología cuantitativa y cualitativa y se apoyó en la aplicación de la escala de Likert haciendo énfasis en la parte descriptiva de los datos, además de interpretar los resultados en porcentajes, facilitó la comprensión de las tendencias identificadas. La conclusión principal de esta investigación radico establecer mejoras en las estrategias de desarrollo del área de talento humano que favorezcan un entorno laboral más saludable como realizar

actividades que no generen frustración o desgaste emocional sino en donde disfruten de su labor.

De acuerdo a los antecedentes se obtuvo información relacionada a la problemática y de esta manera comprender el contexto, lo cual ayudó a evitar la duplicidad de esfuerzos y aportando datos sobre este estudio. En resumen, los antecedentes investigativos sugieren que el estrés laboral es un factor determinante en la calidad de la atención al cliente, lo que resalta la necesidad de explorar e identificar problemas específicos y esta manera la empresa pueda desarrollar estrategias para reducirlo y mejorar el servicio.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Analizar el estrés laboral y el servicio al cliente en la cooperativa Kullki Wasi Ltda.

1.2.2. Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente el estrés laboral y el servicio al cliente en la Cooperativa Kullki Wasi.
- Determinar el nivel de estrés actual en base a cuestionarios en los colaboradores de la Cooperativa.
- Analizar la relación estadística entre el estrés laboral y el servicio al cliente.

1.3. Problema de investigación

El problema de la investigación radica en la necesidad de comprender la relación existente entre el estrés laboral y el servicio al cliente en la cooperativa de ahorro y crédito “Kullki Wasi”. Para estas organizaciones, que basan su existencia en mantener satisfechos y confiados a sus socios al ofrecer un servicio de calidad es esencial para su desarrollo. Sin embargo, la atención al cliente en estas instituciones enfrenta

importantes desafíos debido a la carga laboral de sus empleados, quienes deben lidiar con las exigencias de los usuarios y la necesidad de mantener un servicio de calidad, por ejemplo, los empleados deben atender un gran volumen de consultas, gestionar diariamente trámites administrativos, resolver problemas en tiempos limitados, jornadas laborales extensas lo que puede generar altos niveles de estrés.

Cuando las demandas laborales sobrepasan los recursos y capacidades del personal para hacerles frente, aparece el estrés laboral, lo que afecta su bienestar físico y emocional. En el caso de la cooperativa los factores como la presión por alcanzar los objetivos, la rotación del personal, el trato con clientes insatisfechos y la necesidad de mantener altos estándares de servicio para mantener la fidelidad de los socios pueden contribuir a la aparición de estrés en los empleados.

En este contexto, diversos estudios han demostrado que el estrés laboral no solo afecta la salud del personal, sino que también deteriora la calidad del servicio prestado. Un colaborador bajo estrés puede presentar fatiga, irritabilidad, problemas de concentración y menor disposición para atender con amabilidad y eficiencia a los clientes. Esto, a su vez, puede generar una percepción negativa del servicio por parte de los socios y clientes de la cooperativa, lo que afecta su fidelización y la reputación de la organización.

Aunque este problema es significativo, es necesario profundizar la relación entre el estrés laboral y el servicio al cliente en la cooperativa Kullki Wasi. Si bien la mayoría de organizaciones implementan capacitaciones sobre el servicio al cliente, pocas abordan directamente los factores de estrés que afectan el desempeño del personal.

1.4. Justificación

Este estudio es relevante porque aborda la relación entre las variables del estrés laboral y el servicio al cliente. Dado que las cooperativas dependen de la satisfacción, confianza de sus socios y la calidad del servicio que es un factor crucial para su sostenibilidad y crecimiento.

Desde un punto de vista teórico, la investigación contribuirá a la literatura sobre estrés laboral y el servicio al cliente en organizaciones del sector cooperativo y / financiero, un área que ha sido menos estudiada en comparación con otros sectores como por ejemplo el retail. Además, proporcionará una mejor comprensión de los factores de estrés específicos que enfrentan los empleados de las cooperativas y su impacto en la atención al cliente.

Desde una perspectiva práctica, la cooperativa se beneficiará al obtener información valiosa sobre las fuentes de estrés entre el personal y cómo estas se relacionan con la atención proporcionada. Con base en los hallazgos, la institución podrá diseñar estrategias efectivas para disminuir el estrés, como implementar programas de bienestar laboral, capacitación en gestión del estrés y mejoras en la organización del trabajo. Estas acciones no solo favorecerán la salud y el bienestar de los empleados, sino que también optimizará la experiencia del cliente y fortalecerá la imagen de la cooperativa.

En cuanto a una perspectiva social, esta investigación tendrá un impacto positivo al promover entornos laborales más saludables dentro de la cooperativa. Debido a que reducir los niveles de estrés de los empleados puede mejorar el ambiente laboral, aumentando la motivación y el compromiso de los empleados con la organización. Paralelamente, al mejorar la calidad del servicio, los socios y clientes recibirán un servicio más eficiente y empático, lo que fortalecerá la confianza y el sentido de comunidad dentro de la cooperativa.

En definitiva, este estudio es esencial para comprender y abordar el problema del estrés laboral, ofreciendo perspectivas relevantes que permitirán que la institución mejore su desempeño interno como la percepción externa que tienen los socios sobre el servicio recibido.

1.5. Marco teórico

1.5.1. Estrés laboral

Desde el punto de vista de Vallejo (2022) en el ámbito laboral, el estrés se define como la reacción de un empleado ante situaciones complejas o que demandan un alto nivel de esfuerzo, puesto que la intensidad de esta respuesta depende en gran medida de la percepción que cada empleado tiene de estas situaciones, la cual varía según su personalidad y su forma individual de interpretar los acontecimientos. Por lo tanto, cuando a un empleado le resulta difícil afrontar estas situaciones exigentes, puede experimentar niveles de estrés que, a su vez, pueden afectar su bienestar físico y psicológico. Este impacto en la salud física y mental puede repercutir negativamente en su rendimiento y en el desempeño dentro de la institución.

De acuerdo con Angarita et al., (2020) el estrés laboral es un problema que abarca diversas áreas del conocimiento y no discrimina por género, afectando a cualquier persona expuesta a factores estresantes. Estas situaciones pueden surgir de estímulos internos o externos, como factores físicos, químicos, somáticos, acústicos o incluso socioculturales, de esta manera estos factores impactan directa o indirectamente a los trabajadores, generando un desequilibrio en su bienestar. Además, este fenómeno se manifiesta con mayor intensidad en entornos laborales u organizaciones que requieren altos niveles de presión o una atención al cliente constante.

Algunos gobiernos en conjunto con la Organización Internacional de trabajo (OIT), reconocen el estrés como una de las causas emergentes más relevantes en el desarrollo de enfermedades tanto física como mental, además las capacidades y los factores de riesgo en cuanto a sufrir estrés por parte de los trabajadores se encuentra la personalidad y la autoestima del individuo, además se ha observado que la falta de autoestima genera mucho más estrés porque la inseguridad que esta genera representa una pérdida innecesaria de energía (Dolan, 2023).

Por otro lado, Dolores et al. (2023) menciona que, aunque los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fueron establecidos por la ONU en 2015, la pandemia ha sido un

factor que aceleró el colapso de diversas áreas, contribuyendo al deterioro de la salud y al malestar de los trabajadores. Además, el impacto del COVID-19 ha añadido una nueva variable que ha incrementado el estrés en las personas, al generar incertidumbre sobre la estabilidad laboral y el temor a contraer la enfermedad, lo cual ponía en riesgo la salud y la vida de los empleados.

El estrés laboral es la respuesta desfavorable que se produce cuando las exigencias del trabajo superan la capacidad de una persona para afrontarlas (Suárez y otros, 2020) y puede ser causado por varios factores en el entorno de trabajo.

Como menciona Fernández (2019) los estresores laborales se dividen en cuatro amplias categorías como son físicos, individuales, grupales y organizativos.

Entre los estresores físicos se incluyen condiciones como una iluminación inadecuada, niveles elevados de ruido, temperaturas extremas, mala ventilación, vibraciones constantes y una disposición ineficaz del espacio de trabajo. Estos factores afectan tanto la salud física como el bienestar psicológico de los empleados, lo que genera fatiga, tensión, dolores de cabeza, problemas de audición y aumento de la irritabilidad.

En cuanto a los estresores individuales, estos están vinculados al rol de la persona en la organización, como las exigencias de las tareas, la ambigüedad o conflicto de roles y la sobrecarga de trabajo. Las tareas que requieren decisiones bajo presión, con información insuficiente o plazos ajustados, son particularmente estresantes. Además, la falta de control sobre el trabajo puede aumentar el estrés, mientras que un mayor control en las tareas laborales puede disminuirlo. Los estresores derivados del rol surgen cuando los empleados no tienen claridad sobre sus funciones o enfrentan demandas conflictivas, lo que puede afectar su autoestima y generar tensiones.

El estrés por sobrecarga de trabajo se produce cuando las demandas superan la capacidad del trabajador, ya sea en términos de tiempo o habilidades. Esta sobrecarga puede ser física o cognitiva y se asocia con problemas de salud, como fatiga, ansiedad y disminución de la motivación.

Por otro lado, los estresores grupales surgen por las presiones de los compañeros de trabajo, conflictos con los líderes y la dinámica grupal. Un mal clima de trabajo o relaciones interpersonales tensas dentro del equipo pueden generar estrés. De igual manera la calidad del liderazgo también es crucial, ya que un estilo autoritario o desconsiderado puede aumentar bastante el nivel de estrés de los empleados.

Finalmente, los estresores organizacionales están relacionados con las características generales de la organización, como el clima organizacional, el tamaño de la empresa y los estilos de liderazgo. Un clima de trabajo tenso o la falta de participación de los empleados en la toma de decisiones puede causar estrés. También, la introducción de nuevas tecnologías o políticas inadecuadas puede crear situaciones estresantes, sobre todo cuando las metas establecidas son poco realistas o los incentivos son percibidos como injustos.

El estrés genera una presión física o emocional sobre la persona afectando de manera temporal o permanente. Según Patlán (2019), enfatiza que hay tres perspectivas que son originados en el ambiente físico de trabajo:

Tabla 1

Perspectivas del estrés

Perspectiva		Definición
Estrés como estímulo		Es un estímulo que proviene del ambiente como una causa directa de respuesta, centrándose en eventos que pueden desencadenar estrés tanto interno (enfermedad) y externo (cambio de trabajo).
Estrés como respuesta		Se considera una reacción fisiológica, psicológica o conductual ante un estímulo amenazante como la liberación de hormonas, como el cortisol y la adrenalina.
Estrés como transacción		Es un proceso cognitivo y emocional que se da cuando una persona siente que lo que se le exige es más de lo que puede dar.

Nota: Adaptado de “¿Qué es el estrés laboral y cómo medirlo?” por Patlán (2019), Revista Salud Uninorte 35(1).

De acuerdo con Buitrag (2021) las consecuencias del estrés laboral, que sufren los colaboradores se manifiestan a corto, mediano y largo plazo, como:

- **Problemas físicos:** problemas gastrointestinales, dolores musculares, dolores de cabeza, etc.
- **Efectos emocionales:** ansiedad, depresión, irritabilidad y trastornos del sueño, entre otros síntomas.
- **A nivel cognitivo:** el estrés afecta la concentración y la memoria, lo que aumenta la probabilidad de cometer errores en las tareas asignadas.

Este conjunto de efectos reduce la calidad de vida de los empleados, lo que impacta directamente en su productividad y el clima organizacional, es crucial que las organizaciones implementen medidas preventivas para abordar este problema, que sigue siendo prevalente en muchos entornos laborales. También es fundamental reconocer los logros mediante recompensas, priorizando la salud física y mental mediante programas de autocuidado, con el objetivo de crear un ambiente de trabajo saludable para todos los miembros de la organización (Buitrago, 2021).

Como señala la Organización Iberoamericana de la Seguridad Social (OISS, 2021) el estrés laboral no solo afecta el bienestar de los empleados sino también tiene repercusiones negativas para las empresas. Algunas de las “consecuencias más comunes son:

- Aumento de absentismo
- Abandono del puesto de trabajo
- Deterioro del ambiente laboral
- Baja productividad
- Mayor frecuencia de accidentes laborales
- Menor satisfacción del cliente” (pág. 8)

Es importante reconocer los riesgos laborales y tomar las medidas adecuadas para prevenirlos. Los gerentes y responsables de la seguridad laboral pueden desarrollar políticas y prácticas que promuevan un equilibrio saludable entre la vida laboral y personal, fomenten la comunicación e identifiquen y eliminen las causas del estrés laboral, el apoyo mutuo entre los trabajadores, así como programas que aumenten la satisfacción laboral (Lara y otros, 2023).

La prevención del estrés laboral es clave para garantizar el bienestar de los empleados y la productividad organizacional. Según Leka, Griffiths, & Cox (2004), indican asimismo estrategias para solucionar los problemas del estrés laboral que incluyen acciones como adaptar exigencias laborales, la capacitación del personal, el aumento del control del trabajador y el fortalecimiento de apoyo organizacional.

- Reformar las exigencias laborales, lo cual implica la optimización de los procesos operativos, la adecuación del ambiente laboral y una distribución equitativa de la carga de trabajo entre los miembros del equipo.
- Garantizar que el personal pueda desarrollar las competencias necesarias para el adecuado desempeño de sus funciones, esto incluye procesos adecuados de selección, programas de formación continua y la evaluación periódica del rendimiento y los avances individuales.
- Promover la autonomía del personal en la ejecución de sus tareas mediante esquemas como horarios flexibles, puestos de trabajo compartidos y espacios de consultas sobre las prácticas laborales.
- Mejorar la calidad y cantidad de apoyo que recibe el personal a través de la introducción de programas de capacitación y recursos humanos que fomenten la comunicación entre empleados y supervisores.

1.5.1.1.Clima laboral

Según Chiavenato (2009; como se cita en Vera & Ayala, 2023) “el clima laboral es una característica clave de la cultura laboral, que se evidencia en el comportamiento y relaciones entre los miembros de la organización. Son factores internos que generan distintas formas de motivación en la organización” (p. 193).

Clima laboral se refiere a la combinación de diversos elementos que afectan el desempeño de las tareas de los empleados, si bien estos factores dependen en parte de los propios empleados, la empresa tiene la responsabilidad primordial de fomentar su motivación, lo cual repercute directamente en la productividad de la organización (Vergara y otros, 2021).

El clima laboral está ligado a factores físicos y emocionales, además es fundamental en un entorno empresarial debido a que favorece el desempeño y se caracteriza principalmente porque los colaboradores se sienten mucho más comprometidos y valorados.

Reconocimiento laboral

El reconocimiento laboral es un elemento esencial que un supervisor o líder dentro de una organización debe considerar, debido a que ignorar este aspecto puede llevar a que un equipo fracase en conjunto o, al menos, empeorar el ambiente laboral al hacer que los empleados se sientan desmotivados y menospreciados por su superior. (Palacios y otros, 2024).

El reconocimiento laboral supone haber examinado cuidadosamente el trabajo o los logros de un colaborador, dado que, al reconocer a alguien, se valora la importancia de sus acciones y sus aportes tanto sociales como profesionales, lo que hace digno de gratitud celebración o algún tipo de recompensa por su contribución (Mezzadri, 2021).

El reconocimiento laboral es una herramienta importante para toda organización mediante la implementación de políticas y prácticas que conlleva a realizar acciones

con el fin de mejorar no solo la satisfacción de los colaboradores, sino también la cultura empresarial y la retención del personal.

Rotación del personal

La rotación de personal es un indicador importante que determina la estabilidad de una empresa y esto ocurre cuando un trabajador deja su puesto, ya sea de manera voluntaria o involuntaria, generalmente recibiendo una compensación. Además, implica gastos adicionales para la empresa, lo cual también dependerá de la normativa laboral de cada país (Langle y otros, 2021).

La rotación de personal puede darse de dos formas principales: interna y externa, lo cual es un tema de interés en el comportamiento organizacional, debido a los elevados costos en tiempo y recursos económicos que implica para el área de talento humano, ya que es necesario comenzar nuevamente con los procesos de reclutamiento, reasignación y formación del nuevo empleado que ocupará el puesto disponible (Belduma y otros, 2023).

La rotación de personal es un indicador crucial para determinar la salud organizacional e implica que los colaboradores dejen o cambien sus puestos de trabajo lo que puede traer consecuencias como la disminución de productividad, mala imagen corporativa y aumento de costos.

1.5.1.2.Carga laboral

De acuerdo con Lastanao et al., (2021) define la carga de trabajo como las demandas mentales y físicas que un empleado debe enfrentar en el transcurso de su jornada laboral. En ese sentido, la evaluación de las exigencias laborales implica considerar dos aspectos:

- La carga física, que abarca los requerimientos de movimiento corporal, el transporte o desplazamiento de materiales y las posturas que el trabajador debe adoptar para la ejecución de sus tareas.

- La carga mental, lo cual se relaciona con los procesos mentales que requieren supervisión, la exactitud de las respuestas necesarias y la complejidad de la información que debe ser procesada.

La carga de trabajo en gran cantidad puede traer consecuencias que afecten la salud de los colaboradores. Por lo tanto, es importante prestar mucha atención a la tarea asignada, ya que una correcta distribución de responsabilidades afecta directamente la eficiencia de la tarea y es esencial para el buen funcionamiento de la empresa (Villacres & Velásquez, 2022).

La carga laboral es el volumen y la intensidad de tareas y responsabilidades que un trabajador debe asumir en un tiempo determinado. Un equilibrio adecuado es clave para su bienestar y el rendimiento organizacional porque de lo contrario puede afectar la salud de los trabajadores.

Jornada laboral extensa

Las jornadas laborales extensas incrementa el riesgo de accidentes de trabajo, debido a que aumentan la probabilidad de desarrollar enfermedades ocupacionales y provocan una reducción en el rendimiento de los empleados debido al exceso de esfuerzo físico y mental (Ávalos, 2019).

La prolongación excesiva de la jornada o la falta de límites claros pueden dar lugar a generar riesgos psicosociales, especialmente cuando la organización es ineficiente o enfrenta cambios frecuentes e inesperados, dado que el manejo del tiempo es un aspecto esencial en el ámbito laboral (Henry, 2022).

Las jornadas de trabajo extensas ocurren cuando se extienden las horas diarias o semanales, lo que provoca que los empleados trabajen demasiado e incluso afectando su equilibrio entre la vida privada y trabajo.

Absentismo laboral

El absentismo laboral es la ausencia de los empleados en su puesto de trabajo debido a causas médicas o personales e influenciado por factores psicosociales como el estrés, la sobrecarga laboral, la insatisfacción y el aislamiento. Además, genera costos directos e indirectos para las organizaciones, afectando tanto la productividad como el bienestar general de los empleados (Béjar y otros, 2025).

El ausentismo se define como la falta de asistencia de un trabajador en su puesto durante el horario laboral y al incumplimiento de sus obligaciones, incluso se da cuando los empleados dedican parte de su tiempo en el trabajo a actividades que no están relacionadas con sus funciones profesionales (Calonge, 2022).

El absentismo laboral abarca todas las ausencias o retrasos del colaborador, incumpliendo su horario de trabajo de manera injustificada, el comprender sus causas es importante para el bienestar de los empleados y la eficiencia operativa, requiriendo la implementación de estrategias que fomenten un entorno laboral saludable y productivo.

1.5.1.3. Ambigüedad de rol

La ambigüedad de rol se refiere a la falta o la confusión en la información sobre las responsabilidades y expectativas de un puesto, constituyéndose una de las principales fuentes de estrés. Esta falta de claridad puede generar expectativas contradictorias, lo que afecta la dinámica del grupo de trabajo (Blomberg y otros, 2024).

La ambigüedad de rol se define como la falta de claridad en cuanto a las expectativas y responsabilidades que tiene el personal, lo que afecta su bienestar y desempeño. Esta incertidumbre obliga a los trabajadores a invertir un esfuerzo adicional para entender cómo llevar a cabo su trabajo, lo que reduce su concentración y disminuye la satisfacción laboral (Chin y otros, 2024).

La ambigüedad de rol ocurre cuando un empleado carece de información para desempeñar o realizar correctamente su función, lo cual genera estrés y confusión, dificultando su desempeño al requerir un esfuerzo adicional para definir su trabajo.

Nivel de identificación organizacional

La identidad organizacional se refiere a la aceptación por parte de los empleados de los valores, normas, objetivos y cultura de la empresa. Esto implica sentirse parte de un todo mayor, sabiendo que su trabajo contribuye al éxito general (González, 2024).

La identidad organizacional es la sensación de compromiso y de pertenencia dentro del ambiente de trabajo y resulta importante porque se ha demostrado que la manera en que los empleados asimilan la información y desarrollan un nivel de compromiso influye directamente en el éxito de la empresa (De León, 2018).

La identidad organizacional es un proceso clave para generar percepción de unidad entre los empleados debido a que, al sentirse parte de un grupo o comunidad organizacional, ven su trabajo como significativo, lo que fomenta el compromiso y mayor disposición para contribuir con los objetivos de la empresa.

Sentido de pertenencia

Según Huerta (2018; como se citó en Palmera & Duque, 2022), el sentido de pertenencia es un factor determinante en el comportamiento de los empleados dentro de las organizaciones, debido a que impulsa a una persona a tomar una decisión o a realizar una acción específica. Un sentido de pertenencia bajo o inexistente es un factor desencadenante de la desmotivación o la baja satisfacción laboral entre los empleados.

El sentido de pertenencia en el entorno laboral se construye desde una perspectiva social y cognitiva. En el contexto social, implica crear entornos que fortalezcan la identidad del empleado y promuevan entornos laborales mucho más saludables y en cuanto a lo cognitivo, se centra en identificar los elementos que los conforman y evaluarlos, con el fin de diseñar estrategias organizacionales que los refuercen (Varela & Marín, 2021).

El sentido de pertenencia en una organización va más allá de la simple apreciación por el trabajo realizado que no solo implica un vínculo profundo y emocional con la cultura

y los valores, sino que también contribuye enormemente al rendimiento y compromiso de los empleados, impactando favorablemente en el éxito empresarial.

1.5.2. Servicio al cliente

El servicio al cliente engloba todas las acciones destinadas a atender, resolver inquietudes y satisfacer las necesidades del cliente en cada interacción con la empresa (Almeida y otros, 2022). Para garantizarlo, es fundamental motivar y capacitar a todo el personal para que ofrezca un trato cordial y amable en todo momento (Alarcón y otros, 2020).

Con el objetivo de incrementar su rentabilidad en el mercado, las instituciones financieras deben priorizar la calidad del servicio, puesto que es fundamental para satisfacer las necesidades de los clientes y asegurar su completa satisfacción, además el ofrecer un servicio de alta calidad no solo favorece la aceptación en el mercado, sino que garantiza la preferencia continua de los clientes hacia la empresa promocionada (Tenesaca & Rodríguez, 2022).

Dado a que los clientes demandan cada vez más una atención personalizada, un entorno agradable y un servicio eficiente, resulta fundamental brindar una buena primera impresión, ya que una experiencia negativa puede afectar gravemente la reputación de la empresa (Grullart y otros, 2023).

No obstante, Almeida (2022) menciona que los servicios han crecido drásticamente en los últimos años y que varían considerablemente según la empresa o el sector. Entre las características principales se encuentran:

- Intangibilidad: los servicios no se pueden ver, tocar, oler ni escuchar antes de adquirirlos.
- Heterogeneidad: varía según quién los provea y en qué contexto, ya que no es posible estandarizarlos.

- Perecibilidad: indica que los servicios se producen y se consumen al mismo tiempo, es decir no pueden almacenarse.
- Propiedad: el cliente solo puede tener acceso al uso de un servicio determinado y no a ser dueño del mismo.

Por su parte, Espinoza & Rodríguez (2023) mencionan que, en el sector financiero, los clientes consideran que un servicio es de calidad cuando tanto los aspectos tangibles como intangibles cumplen con sus expectativas:

Aspectos tangibles:

- Correcta presentación del personal
- Equipos en buen estado
- Limpieza y orden de las instalaciones

Aspectos intangibles:

- Empatía
- Capacidad de respuesta
- Fiabilidad
- Seguridad

Mientras que Grullart et al., (2023) enfatizan que existen tres modalidades principales para el servicio al cliente en la siguiente tabla:

Tabla 2.

Modalidades para el servicio al cliente

Modalidad	Definición
Presencial	El cliente interactúa directamente en las instalaciones de la empresa, siendo esta la modalidad más común en las operaciones diarias.
Telefónica	Se enfoca en dar soporte para resolver dudas o problemas relacionados con los servicios a través de llamadas telefónicas.
Virtual	Se usa la tecnología como redes sociales (Instagram, Facebook, Tiktok), aplicaciones de mensajería (WhatsApp) y otros medios virtuales para brindar atención al cliente de manera remota.

Nota: Adaptado de Manual de servicio y atención al cliente por Grullart et al. (2023), p. 27-34.

Estos elementos no solo contribuyen a la satisfacción del cliente sino también juegan un papel importante en para el crecimiento y rentabilidad a largo plazo de la organización. Por ejemplo, la Comisión Nacional de Préstamos para Educación (CONAPE, 2021) menciona que se pueden identificar ciertos elementos que diferencian a una entidad en la prestación de servicios, tales como:

- Mejorar los tiempos de respuesta: Procurar que el cliente reciba una respuesta eficiente y ágil.
- Entender las necesidades básicas de los usuarios:
 - a. Ser comprendido: Escuchar e interpretar con precisión lo que el cliente necesita o solicita.
 - b. Ser bien recibido: Generar una experiencia agradable desde el inicio, es decir que el cliente se sienta bienvenido y no como un extraño.

- c. Sentirse importante: Reconocer que la autoestima y la validación personal son necesidades humanas esenciales fundamentales en toda relación de servicio.
- d. Tener comodidad: Ofrecer un entorno a los usuarios que proporcione bienestar tanto físico (un lugar adecuado para descansar, esperar el turno, baño, entre otros) como psicológicos (un ambiente de confianza y seguridad).

Para optimizar el servicio de manera efectiva, las empresas deben disponer de herramientas de autoevaluación con sus clientes, como sitios web con buzones de sugerencias y quejas, así como encuestas de satisfacción, estas herramientas les permiten conocer si el cliente está de acuerdo con el plan estratégico implementado o si el servicio recibido satisface sus necesidades. Los clientes generalmente valoran más cuando la comunicación sincera y amable, y saben cuándo la comunicación es puramente comercial (Martínez y otros, 2022).

La atención al cliente debe estar profundamente integrada en la cultura y los valores de la empresa. Es esencial que se considere como un aspecto fundamental, ya que se trata de un servicio orientado a personas, no a cosas. Además de que consiste en lograr una conexión efectiva entre dos grupos que son los empleados y los clientes, al establecer esta relación, la empresa no solo mejorará su servicio, sino que también conseguirá una ventaja competitiva. (Baque, 2022).

En definitiva, un servicio de calidad constituye un elemento fundamental para que una organización preserve y mejore su posición competitiva, dado que su compromiso con la excelencia en la atención y la generación de valor agregado tanto para clientes internos como externos fomenta la satisfacción y lealtad (Jejen, 2021) .

1.5.2.1.Satisfacción al cliente

La satisfacción del cliente se refiere a la percepción que tiene un consumidor sobre un servicio recibido. Si el cliente considera que el servicio cumple con sus expectativas,

su reacción será positiva. En cambio, si el servicio no satisface sus necesidades, la percepción será negativa y, en consecuencia, mostrará insatisfacción o rechazo (Villarreal y otros, 2022).

La satisfacción es un elemento fundamental para que las empresas logren mantenerse en el mercado, debido a que representa una reacción positiva que el consumidor experimenta al recibir un producto o servicio que cumple o incluso supera sus expectativas (Sagbay, Bermeo, & Ochoa, 2023).

La satisfacción del cliente es importante para evaluar la calidad del servicio, ya que depende de si se cumplen o superan sus expectativas. Una experiencia positiva promueve la lealtad, mientras que una negativa genera insatisfacción y rechazo, afectando la relación con la empresa.

Número de quejas y reclamos

Es una medida orientada a establecer un enfoque sistemático que permita detectar y abordar las quejas de los clientes que recibe una empresa, asimismo reconociendo que las acciones correctivas son importantes para mejorar la satisfacción y el servicio al cliente (Gamboa, 2021).

El número de quejas es un indicador que permite comprender el contacto directo con el cliente y la capacidad de organización para responder de manera oportuna sus requerimientos, evitando con ello la pérdida de clientes y proteger la imagen institucional (Lucio, 2024).

El número de quejas es una medida cuantitativa que permite visualizar la frecuencia con la que se presentan quejas durante un periodo determinado, además es utilizada para evaluar el grado de satisfacción de los clientes en relación con el servicio que han recibido.

Tiempo de resolución

Es el tiempo en que transcurre desde que ocurre un problema hasta que se ofrece una solución o respuesta significativamente al cliente, Por ello es necesario atender las quejas con rapidez, ya que la prontitud influye directamente en la satisfacción del cliente (Pérez, 2023) .

Se refiere al periodo que la empresa demora en contestar una consulta realizada por el cliente. Es primordial definir un tiempo máximo de respuesta que se considere aceptable para brindar una atención adecuada (Echeverri, 2023).

Se denomina tiempo de resolución al lapso total que transcurre desde que se presenta una consulta o queja hasta que se le da una solución definitiva al cliente, asimismo este indicador permite identificar oportunidades de mejora en los procesos de atención y muestra la eficiencia del departamento responsable en su capacidad de respuesta.

1.5.2.2.Tasa de retención de clientes

Consiste en calcular la cantidad de clientes activos e inactivos en un determinado período, lo que facilita identificar en qué etapa del ciclo de vida del cliente se produce la mayor pérdida de clientes (Gazia, 2025).

La tasa de retención, también conocida como la duración esperada del cliente, se define como la probabilidad de que un cliente continúe activo dentro de la organización en los períodos siguientes (Serna & Díaz, 2020).

La tasa de retención es un indicador porcentual que permite evaluar la capacidad que tiene una empresa para mantener a sus clientes en un período determinado. Dado a que ayuda a detectar problemas que provocan la pérdida de los clientes y al mismo tiempo permite definir estrategias para fomentar su fidelización.

Tiempo promedio de relación con el cliente

El tiempo promedio de relación con el cliente permite evaluar los procesos de interacción con el cliente durante su vínculo con la empresa, abarcando contactos, transacciones, momentos clave y otras interacciones. Estas experiencias y aprendizajes deben ser aprovechados por la organización mediante su inteligencia relacional para transformar las relaciones en fuentes de valor compartido tanto para el cliente como para la empresa (Serna & Díaz, 2020).

El tiempo promedio de relación con el cliente es un indicador que contribuye a definir una estrategia empresarial basada en un conjunto de acciones orientada a gestionar y fortalecer vínculos duraderos con los clientes, además se enfoca en comprender las necesidades del cliente para aumentar sus lealtad y satisfacción (Zamora & Panchana, 2024).

El tiempo promedio de interacción con el cliente es una métrica que indica la conexión entre el empleado y el cliente que abarca actividades necesarias para resolver su solicitud. Su relevancia radica en que no solo ayuda a evaluar la eficiencia del personal de atención al cliente, sino que también facilita la toma de decisiones estratégicas orientadas a optimizar la experiencia del cliente.

Fidelización del cliente

La fidelización del cliente es esencial para el éxito y la rentabilidad de un negocio, además es un factor clave para asegurar su continuidad y el crecimiento sostenible de cualquier empresa en un entorno globalizado y altamente competitivo (Flores y otros, 2023).

La fidelización consiste en establecer vínculos firmes y conservar relaciones duraderas con los clientes. Además, representa una estrategia para atraer nuevos clientes, fortalecer su lealtad y cultivar relaciones que impulsen las actividades de la organización (Barra, 2023).

La fidelización de los clientes es sumamente importante para el éxito y la sostenibilidad de las empresas en un entorno competitivo, también implica no solo

retener a los clientes actuales, sino también construir relaciones duraderas que fomenten la lealtad y favorezcan el crecimiento constante del negocio a largo del tiempo.

1.5.2.3.Recomendación del cliente

La recomendación del cliente se fundamenta en la actitud positiva hacia la empresa, la cual surge de experiencias satisfactorias en comparación con otras organizaciones del mismo sector. Esta disposición se expresa a través de la comunicación positiva boca a boca, mediante el cual el cliente comparte su experiencia y sugiere el servicio a su entorno cercano (Colchado, 2021).

La recomendación es una manifestación espontánea de satisfacción al cliente, que se manifiesta en la difusión de experiencias favorables y comentarios espontáneos que circulan dentro de su entorno cercano, esto no solo despierta un interés genuino en los servicios ofrecidos, sino también fortaleciendo la confianza hacia la organización (Pedreschi & Nieto, 2023).

La recomendación del cliente refuerza la credibilidad del servicio y generan confianza al mostrar experiencias reales, motivando a nuevos clientes a seguir su ejemplo. Además, tiene un alto valor en las empresas, ya que influyen de manera significativa en las decisiones ya sea de compra o servicios de los nuevos clientes.

Escucha activa

La escucha activa es la clave para identificar las necesidades principales de los clientes, de tal manera que, si el cliente se siente realmente escuchado y atendido generará un ambiente de mayor colaboración y receptividad, lo cual resulta invaluable para resolver y enfrentar situaciones complicadas (Carrasco, 2023).

La escucha activa implica escuchar y comprender la comunicación desde el punto de vista del que habla, además proporciona una serie de utilidades que hacen que merezca

el esfuerzo físico y mental realizado para comprender plenamente el mensaje del cliente (Mateos & Torres, 2022).

La escucha activa es una técnica que consiste en prestar total atención a las palabras que el cliente dice con el fin de generar confianza y comprender cuáles son sus inquietudes y necesidades. El objetivo principal es demostrar que el cliente es escuchado y hacerle saber de qué su opinión importa.

Necesidades del cliente

Según Murillo et al. (2023), menciona que las necesidades del cliente son las demandas y expectativas que los consumidores esperan satisfacer mediante los productos o servicios, puesto que el comprender estas necesidades es fundamental para que las empresas puedan desarrollar estrategias efectivas y de tal manera que les permitan mantenerse relevantes y competitivas en el mercado.

Las necesidades de los clientes están relacionadas con los deseos y carencias que impulsan la evaluación, selección y adquisición de bienes o servicios. Estas necesidades se ven influenciadas por cambios tecnológicos o sociales como la pandemia y el auge del marketing digital que alteran los patrones de consumo (Madrigal y otros, 2024).

Las necesidades de los clientes son requerimientos que una persona espera al obtener un servicio, esto obliga a las empresas a crear estrategias orientadas en cumplir con dichas expectativas, dado que una experiencia favorable puede derivarse en futuras recomendaciones.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Enfoque

2.1.1 Cuantitativo

El enfoque cuantitativo se distingue por su objetividad, ya que pretende explicar y predecir fenómenos mediante el análisis de datos numéricos. Además, se basa en la estandarización y la replicabilidad, lo que significa que otros investigadores pueden repetir el estudio utilizando los mismos métodos e instrumentos para verificar y validar los resultados obtenidos (Cerdeña, 2021).

El estudio se realizó mediante un enfoque cuantitativo a través de las dimensiones del estrés laboral y el servicio al cliente junto con un instrumento estructurado. Este enfoque no solo permitió la recopilación de datos medibles sino también su posterior análisis estadístico, lo cual facilitó una comprensión más precisa entre ambas variables.

2.2. Método

2.2.1. Método deductivo

El método deductivo es un enfoque de investigación que parte de principios generales o teorías para llegar a conclusiones específicas. Facilita el análisis y la organización de ideas, permitiendo estructurar el razonamiento de manera lógica, de lo general a lo particular. Este proceso ayuda a comprender cómo se relacionan las variables estudiadas (Palmett, 2020).

El método deductivo facilitó la investigación al permitir un análisis ordenado de las ideas, partiendo de conceptos generales hacia aspectos más específicos, además ayudó a identificar relaciones entre las variables, contribuyendo así al logro de los objetivos del estudio.

2.3. Alcance o tipo

2.3.1. Investigación descriptiva

La investigación descriptiva se define el análisis un fenómeno o situación que puede ser observado, basados en datos verificables y en las condiciones que abordan el problema investigado. Este enfoque utiliza diseños cuantitativos, como estudios fenomenológicos, estudios de caso, investigación acción participativa y estudios etnográficos, etc. (Fuentes y otros, 2020).

En el caso de estudio sobre el estrés laboral y el servicio al cliente, se recopiló información detallada y características relevantes sobre las variables o aspectos de interés, lo que permitió proporcionar una visión clara y precisa del objeto de estudio.

2.4. Modalidad de investigación

2.4.1. Investigación bibliográfica

La investigación bibliográfica consiste en una lectura detallada y analítica, basada en una revisión de la literatura relevante a través de libros, revistas, bases de datos bibliográficas. Este proceso es fundamental para el desarrollo y la formulación de la pregunta e hipótesis de investigación, ya que proporciona los conocimientos previos necesarios para sustentar el estudio (Arteaga, 2020).

Esta investigación ayudó a fundamentar las variables estudiadas con base en teorías, permitió entender investigaciones anteriores y revisar modelos teóricos usados en situaciones similares. También fue más fácil identificar los factores que afectan el estrés laboral y cómo esto influyó en la calidad del servicio al cliente, lo que fortaleció el marco teórico.

2.4.2. Investigación de campo

La investigación de campo busca comprender, analizar e interactuar de manera cualitativa a las personas dentro de su contexto habitual, interactuando directamente para recopilar datos. Al referirse al "campo", los científicos sociales se refieren al entorno real, donde se observan y estudian las actividades y los acontecimientos diarios que viven las personas (Arteaga, 2022).

En este estudio, se empleó la investigación de campo para recolectar información directamente en el entorno laboral de los empleados de la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Kullki Wasi Ltda.", además investigación se centró en realizar observaciones directas y aplicar encuestas a los trabajadores, lo que permitió obtener datos valiosos sobre sus percepciones en relación con el estrés laboral. Asimismo, la recolección de datos en el propio lugar de trabajo resultó fundamental para captar la naturaleza del estrés experimentado por los empleados, así como su impacto directo en su rendimiento y en la interacción con los clientes, facilitando una evaluación más precisa y detallada de esta relación.

2.4.3. Investigación correlacional

Dentro de este tipo de investigación, es necesario plantear una hipótesis que establezca una posible relación entre dos o más variables. En el enfoque cuantitativo se emplea técnicas estadísticas inferenciales con el fin de extrapolar los resultados a toda la población estudiada. Asimismo, se desarrollan análisis del contenido lingüístico, como el análisis de correlación, que permite detectar y proponer las relaciones entre las categorías derivadas de los discursos de los participantes (Ramos, 2020).

Este estudio permitió explorar la relación entre el estrés laboral y la calidad del servicio al cliente, a través de un análisis basado en la información obtenida de cuestionarios aplicados a los empleados de la cooperativa, por lo que comprender esta relación permitió proponer acciones preventivas basadas en los hallazgos obtenidos.

2.5. Población y muestra

2.5.1 Población

El término "población" se refiere a un conjunto de individuos que comparten una característica específica, sin que esto implique que formen un grupo social con una historia común. De este modo, no es relevante si las personas dentro de esta población mantienen relaciones directas en su vida diaria, lo esencial es que todos posean la característica que se está investigando para ser incluidos en dicha población (Ocampo y otros, 2022).

En esta investigación la población está compuesta por los 107 empleados que conforman la sucursal principal de la ciudad de Ambato en la Cooperativa "Kullki Wasi Ltda.", debido a que la población no es tan grande, se incluyó a todos los trabajadores en el estudio.

2.5.2. Muestra

Se entiende por muestra a un grupo selecto de individuos, eventos o entidades tomados de una población mayor, con el objetivo de realizar un estudio y hacer inferencias sobre esa población cuyos parámetros son desconocidos al inicio de la investigación. (Vizcaíno, 2023).

En este caso, el proceso de selección muestral no será necesario, dado que se ha trabajado directamente con la totalidad de la población de estudio y se han considerado todos los elementos que conforman la población en cuestión, lo que elimina la necesidad de elegir una muestra representativa.

2.6. Técnica de investigación

2.6.1. Encuesta

Una encuesta es una técnica de investigación empleada para recolectar información de un amplio grupo de personas. Se trata de una herramienta flexible y fácil de aplicar, que permite a los investigadores obtener datos sobre las actitudes, opiniones, comportamientos y características demográficas de una población específica (Medina y otros, 2023).

2.7. Instrumento

2.7.1. Cuestionario

Un cuestionario es una herramienta fundamental y muy eficaz para la recolección de información, ampliamente utilizada en diversos campos como la investigación, la evaluación, la educación y la medición del rendimiento. Su versatilidad reside en su capacidad para obtener datos estructurados y comparables sobre diversos temas, lo que facilita el análisis y la extracción de conclusiones significativas (Medina y otros, 2023).

El instrumento utilizado en la presente investigación fue un cuestionario, en este caso se realizó una adaptación de los autores Álvarez & Izquierdo (2022), tanto para la variable del estrés laboral como la variable de servicio al cliente. El propósito de adaptar el cuestionario que fue previamente validado, permitió obtener un marco teórico sólido y una estructura ya comprobada para medir las variables, además antes de la aplicación definitiva del cuestionario se mejoraron las preguntas con el fin de que sea más entendible y claro, después de ello se realizó un proceso de validación por juicio de expertos para garantizar aún más su validez y confiabilidad.

A través de la plataforma Google Forms se realizó la aplicación del cuestionario, lo cual facilitó su distribución y accesibilidad. Los colaboradores completaron la encuesta de manera virtual a través de celulares y computadoras, lo que permitió una mayor comodidad y rapidez en la recolección de datos.

El cuestionario constó de un total de 20 preguntas cerradas, de las cuales 10 estaban dirigidas a medir la variable de estrés laboral y los 10 restantes enfocadas en evaluar

el servicio al cliente ofrecido por los colaboradores. De igual manera se empleó una escala de Likert de cinco niveles para cuantificar la percepción de los encuestados facilitando así el análisis detallado de las respuestas.

La escala de Likert utilizada en ambas variables fue la siguiente:

(5 = Siempre, 4 = Frecuentemente, 3 = A veces, 2 = Rara vez y 1 = Nunca)

2.7.1.1. Validez del cuestionario

La validez del cuestionario requiere una revisión exhaustiva y el ajuste de instrumento conforme a las particularidades y el contexto de la población de estudio, con el fin de garantizar que los resultados obtenidos sean precisos y consistentes (Vega y otros, 2023).

La validez de contenido del cuestionario fue evaluada mediante juicio de expertos. Se revisó la relevancia, claridad y pertinencia de cada ítem mediante una escala de cuatro puntos (1 = inaceptable, 4 = reconocimiento total de la calidad del ítem).

-Juicio de expertos

Al emitir su juicio, el experto podrá proponer mejoras al cuestionario, señalar los criterios necesarios para que este cumpla con el objetivo del estudio, así como sugerir modificaciones o la eliminación de ítems, además de valorar la validez y la pertinencia de las preguntas y tiempos de respuesta (Balderas y otros, 2022).

V de Aiken

El método Aiken V es una herramienta estadística que se utiliza para determinar la validez de contenido. Su propósito es evaluar el grado de acuerdo entre los expertos respecto a la relevancia, claridad y pertinencia de los ítems, utilizando una escala que va de 0 a 1, donde 0 indica un resultado inaceptable y 1 representa un acuerdo total entre los jueces (Merino, 2023)

Tabla 3

V de Aiken

V de Aiken por criterio		
Relevancia	Claridad	Pertinencia
0,98	0,98	0,98

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Tabla 4

Validez del instrumento

Validez del instrumento
0,98

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Por ende, la validez del instrumento utilizado en la investigación fue determinada mediante el método de V de Aiken, el cual se basó en la evaluación de criterios por parte de jueces expertos, dando resultado a este análisis de 0,98, lo que indica un alto nivel del instrumento.

2.7.1.2. Confiabilidad del instrumento

De acuerdo con Rodríguez & Reguant (2020) ,la fiabilidad es una de las principales cualidades técnicas de los instrumentos de medición, lo cual hace referencia a la precisión y consistencia de la información recopilada, lo cual es esencial para realizar investigaciones con un nivel aceptable de rigor.

- **Alfa de Cronbach**

El alfa de Cronbach es una estimación de la fiabilidad de un instrumento, un modelo útil que puede aplicarse a ítems con dos o más opciones de respuesta, como las escalas tipo Likert (Rodríguez & Reguant, 2020).

Figura 1

Rangos de Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	Consistencia Interna
$\alpha \geq 0,9$	Excelente
$0,8 \leq \alpha < 0,9$	Buena
$0,7 \leq \alpha < 0,8$	Aceptable
$0,6 \leq \alpha < 0,7$	Cuestionable
$0,5 \leq \alpha < 0,6$	Pobre
$\alpha < 0,5$	Inaceptable

Los rangos de Alfa de Cronbach nos muestran que cuanto más alto sea el valor, mayor será la probabilidad de que los ítems estén midiendo la misma cosa de forma consistente. No obstante, un valor bajo puede indicar problemas con la calidad del instrumento.

Tabla 5

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	107	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	107	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 6

Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,809	20

Nota. Alfa de Cronbach elaborado a través del software estadístico SPSS.

En la presente investigación mediante el programa estadístico IBM SPSS statistics se procesaron los datos de 107 colaboradores de la Cooperativa Kullki Wasi. El resultado del coeficiente de alfa de Cronbach fue de 0,809, lo que indica un nivel de confiabilidad bueno permitiendo validación de la consistencia interna del instrumento aplicado.

2.8. Planteamiento de la hipótesis

2.8.1. Hipótesis

Hipótesis nula (H0):

H0: El estrés laboral **NO** afecta el servicio al cliente en la cooperativa de ahorro y crédito “Kullki Wasi”.

Hipótesis alternativa (H1):

H1: El estrés laboral **SI** afecta el servicio al cliente en la cooperativa de ahorro y crédito “Kullki Wasi”.

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Análisis e interpretación de resultados

1. ¿Percibe que su jefe inmediato confía en su desempeño y en su capacidad para realizar su trabajo?

Tabla 7

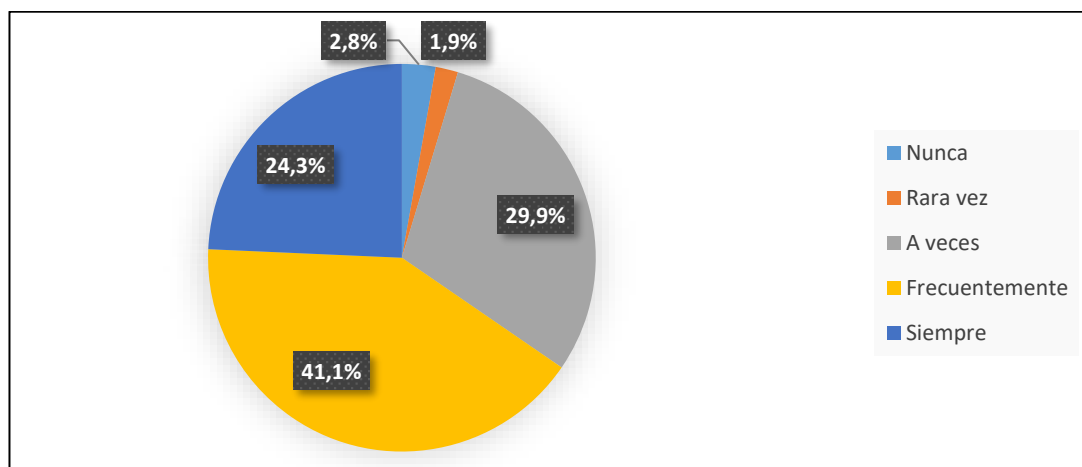
Desempeño y capacidad

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	3	2,8	2,8	2,8
Rara vez	2	1,9	1,9	4,7
A veces	32	29,9	29,9	34,6
Frecuentemente	44	41,1	41,1	75,7
Siempre	26	24,3	24,3	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 2

Desempeño y capacidad



Análisis: El 41,4% de los encuestados que corresponde a 44 colaboradores de la institución consideran su jefe inmediato confía en su desempeño y en su capacidad para realizar su trabajo, el 29,9% que corresponde a 32 colaboradores mencionaron que a veces, el 24,3% que corresponde a 26 colaboradores indicaron que siempre, el 2,8% que corresponden a 3 colaboradores opinan que nunca y por el ultimo el 1,9% que corresponde a 2 colaboradores mencionaron que rara vez.

Interpretación: Los resultados establecen que la mayoría de los colaboradores perciben de manera positiva la confianza que reciben de sus jefes inmediatos, esto impulsa la eficiencia, innovación y cohesión en la cooperativa, sin embargo, el hecho de que un cierto porcentaje no perciba esta confianza indica que existe una oportunidad de mejora en cuanto a la comunicación y fortalecer el vínculo entre el jefe y colaborador con el fin de que exista un ambiente más armonioso para todos.

2. ¿Cree usted que su trabajo aporta al logro de los objetivos que busca la institución?

Tabla 8

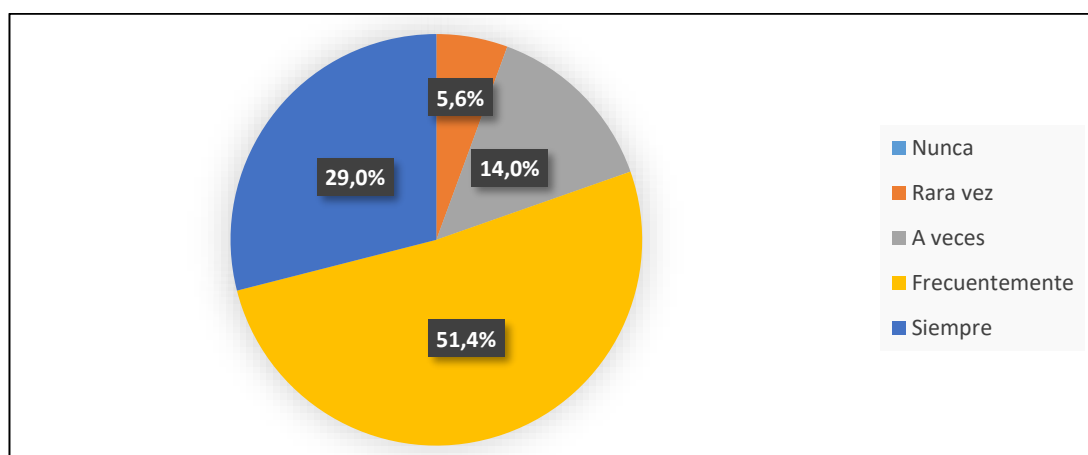
Logro de objetivos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Rara vez	6	5,6	5,6	5,6
A veces	15	14,0	14,0	19,6
Frecuentemente	55	51,4	51,4	71,0
Siempre	31	29,0	29,0	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 3

Logro de objetivos



Análisis: El 51,4 de los encuestados que corresponde a 55 colaboradores consideran que su trabajo aporta al logro de objetivos de la institución, el 29% que corresponde a 31 colaboradores mencionaron que siempre, el 14% que corresponde a 15

colaboradores indicaron que a veces y por el ultimo el 5,6% que corresponde a 6 colaboradores mencionaron rara vez.

Interpretación: Los resultados reflejan que la mayoría de los colaboradores tienen una percepción positiva al logro de objetivos, lo que indica que la empresa ha transmitido con éxito su propósito institucional, esto resultaría beneficioso, ya que se unen los esfuerzos de todos, facilitando así la toma de decisiones y la obtención de resultados. Por el contrario, hay que analizar a ese pequeño grupo que mantuvieron una postura distinta asegurándose de que todos comprendan del cómo su labor impacta en la institución.

3. ¿Percibe inseguridad respecto a la estabilidad de su empleo en la institución?

Tabla 9

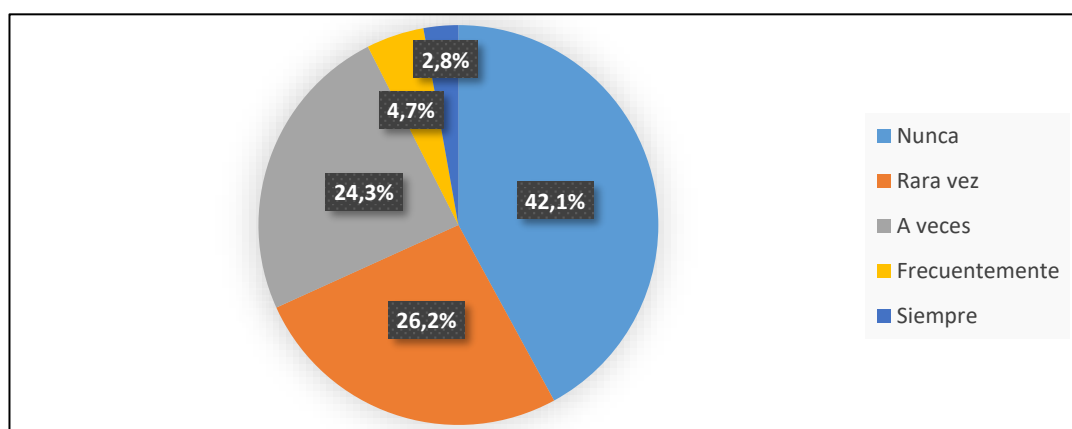
Inseguridad en la estabilidad del empleo

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	45	42,1	42,1	42,1
Rara vez	28	26,2	26,2	68,2
A veces	26	24,3	24,3	92,5
Frecuentemente	5	4,7	4,7	97,2
Siempre	3	2,8	2,8	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 4

Inseguridad en la estabilidad del empleo



Análisis: El 42,1% de los encuestados que corresponde a 45 colaboradores de la institución consideran que nunca perciben inseguridad respecto a la estabilidad de su empleo, el 26,2% que corresponde a 28 colaboradores mencionaron que rara vez, el 24,3% que corresponde a 26 colaboradores indicaron que a veces, el 4,7% que corresponden a 5 colaboradores opinan que frecuentemente y por el ultimo el 2,8% que corresponde a 3 colaboradores mencionaron que siempre.

Interpretación: La mayoría de los empleados de la cooperativa tienen una percepción positiva de su estabilidad laboral, lo que refleja un alto nivel de confianza y gestión dentro de la institución. Esta estabilidad permite que los colaboradores participen activamente, beneficiándose no solo a ellos mismos, sino también a la empresa. No obstante, se recomienda realizar un análisis más profundo sobre las causas que generan esa inseguridad en el grupo restante ya que podrían afectar su motivación y rendimiento.

4. ¿Considera que la institución respeta su horario de salida establecido?

Tabla 10

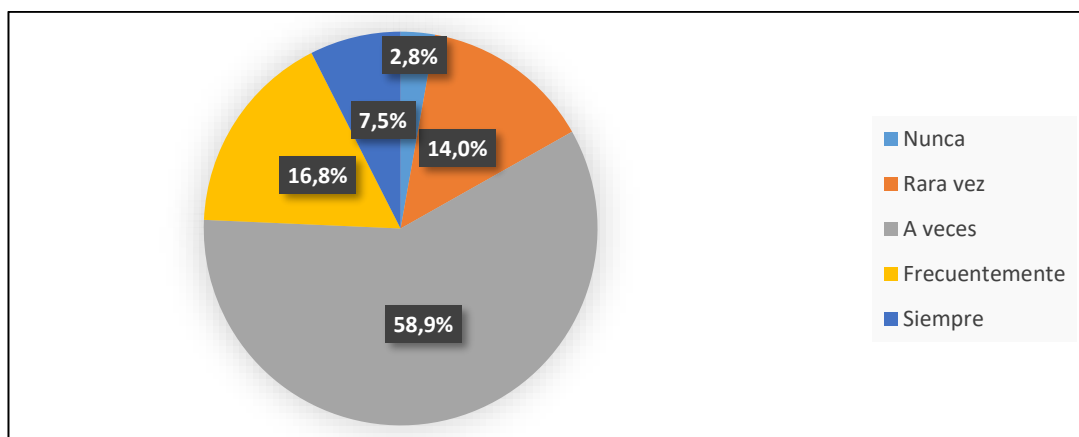
Horario de salida

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	3	2,8	2,8	2,8
Rara vez	15	14,0	14,0	16,8
A veces	63	58,9	58,9	75,7
Frecuentemente	18	16,8	16,8	92,5
Siempre	8	7,5	7,5	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 5

Horario de salida



Análisis: El 58,9% de los encuestados que corresponde a 63 colaboradores de la institución consideran que a veces se respeta su horario de salida, el 16,8% que corresponde a 18 colaboradores mencionaron que frecuentemente, el 14% que corresponde a 15 colaboradores indicaron que rara vez, el 7,5% que corresponden a 8 colaboradores opinan que siempre y por el ultimo el 2,8% que corresponde a 3 colaboradores mencionaron que nunca se respeta el horario de salida.

Interpretación: Los resultados obtenidos indican que una mayoría significativa de los colaboradores perciben que su horario de salida no es respetado, lo cual esto podría ser la causa principal de que los colaboradores experimenten fatiga y estrés, ya que ellos pueden sentir que no tienen control sobre su tiempo, lo que afecta negativamente su bienestar emocional.

5. Con qué frecuencia su jefe inmediato le asigna tareas cerca al término de su jornada laboral?

Tabla 11

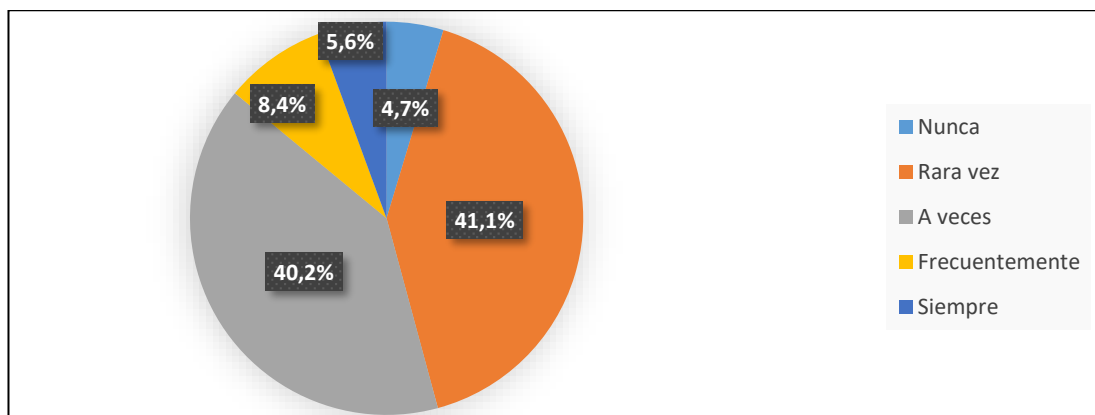
Tareas cerca al término de la jornada laboral

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	5	4,7	4,7	4,7
Rara vez	44	41,1	41,1	45,8
A veces	43	40,2	40,2	86,0
Frecuentemente	9	8,4	8,4	94,4
Siempre	6	5,6	5,6	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 6

Tareas cerca al término de la jornada laboral



Análisis: El 41,1% de los encuestados que corresponde a 44 colaboradores de la institución consideran que rara vez su jefe inmediato le asignan tareas cerca al término de su jornada laboral, el 40,2% que corresponde a 43 colaboradores mencionaron que a veces, el 8,4% que corresponde a 9 colaboradores indicaron que frecuentemente, el 5,6% que corresponden a 6 colaboradores opinan que siempre y por el ultimo el 4,7% que corresponde a 5 colaboradores manifestaron que nunca se les asignan tareas al final de su jornada.

Interpretación: Los resultados muestran un porcentaje representativo en donde reconocen en alguna medida que se les asignan tareas al final de su jornada, esta acción puede tener consecuencias negativas afectando el clima laboral, sería recomendable que la institución promueva una gestión de tiempo eficiente esto con el fin de evitar que los colaboradores generen sensación de sobrecarga laboral y posible aumento de índice de rotación.

6. ¿Considera que sus pendientes laborales sobrepasan sus responsabilidades?

Tabla 12

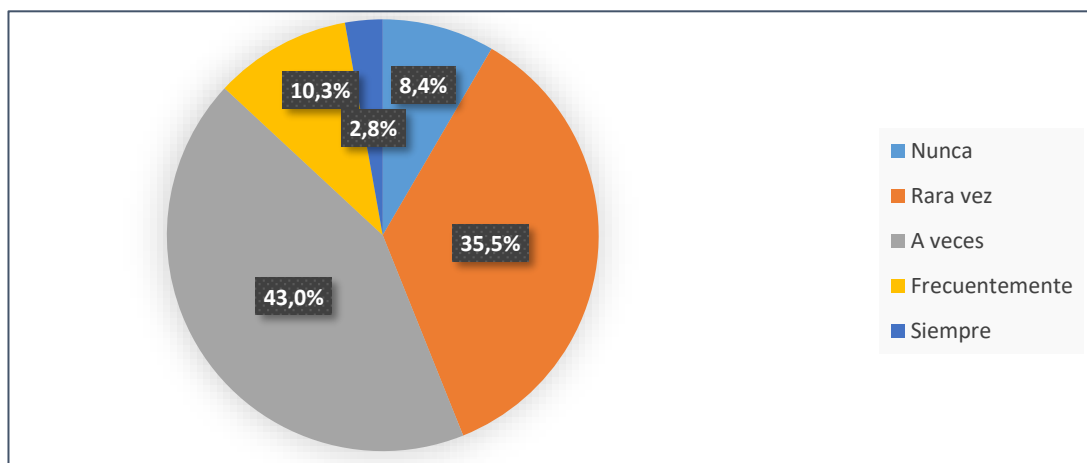
Pendientes laborales

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	9	8,4	8,4	8,4
Rara vez	38	35,5	35,5	43,9
A veces	46	43,0	43,0	86,9
Frecuentemente	11	10,3	10,3	97,2
Siempre	3	2,8	2,8	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 7

Pendientes laborales



Análisis: El 43% de los encuestados que corresponde a 46 colaboradores de la institución consideran que a veces sus pendientes laborales sobrepasan sus responsabilidades, el 35,5% que corresponde a 38 colaboradores mencionaron que rara vez, el 10,3% que corresponde a 11 colaboradores indicaron que frecuentemente, el 8,4% que corresponden a 9 colaboradores opinan que nunca y por el último el 2,8% que corresponde a 3 colaboradores manifestaron que siempre.

Interpretación: Aunque la mayoría de los colaboradores indican que a veces perciben una sobrecarga laboral de manera constante, existe un sector que experimentan situaciones que afectan su desempeño, puesto que la falta de claridad y respeto por los límites de cada puesto evidencia deficiencias en la organización interna, por ello es

importante que la institución establezca estrategias para minimizar el estrés ya que puede afectar negativamente la salud y el bienestar de los empleados.

7. ¿Considera que su carga laboral está afectando su bienestar físico o mental?

Tabla 13

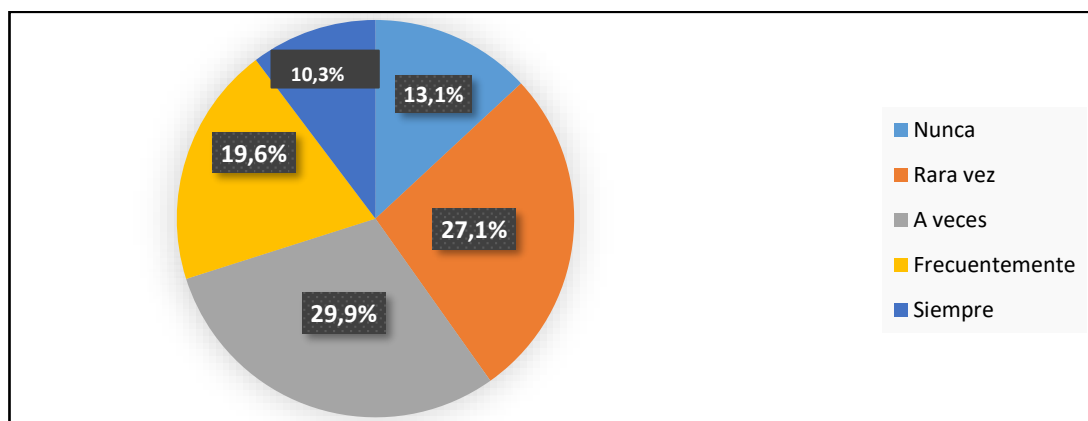
Bienestar físico y mental

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	14	13,1	13,1	13,1
Rara vez	29	27,1	21,1	40,2
A veces	32	29,9	29,9	70,1
Frecuentemente	21	19,6	19,6	89,7
Siempre	11	10,3	10,3	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 8

Bienestar físico y mental



Análisis: El 29,9% de los encuestados que corresponde a 32 colaboradores de la institución consideran que a veces su carga laboral les está afectando su bienestar físico y mental, el 27,1% que corresponde a 29 colaboradores mencionaron que rara vez, el 19,6% que corresponde a 21 colaboradores indicaron que frecuentemente, el 13,1% que corresponde a 14 colaboradores indicaron que nunca y por último el 10,3% que corresponde a 11 colaboradores manifestaron que siempre.

Interpretación: Con la información obtenida muestra que, si bien una parte considerable de los colaboradores no reportan afectaciones severas, un porcentaje relevante si se ve impactada en su bienestar, ya sea por exceso de tareas, alta presión por cumplir metas o falta de recursos adecuados. Por lo tanto, se recomienda establecer plazos realistas y evitar la sobrecarga de tareas para fomentar un ambiente laboral mucho más saludable.

8. ¿Cree usted que tiene claridad sobre el objetivo y la misión de la institución?

Tabla 14

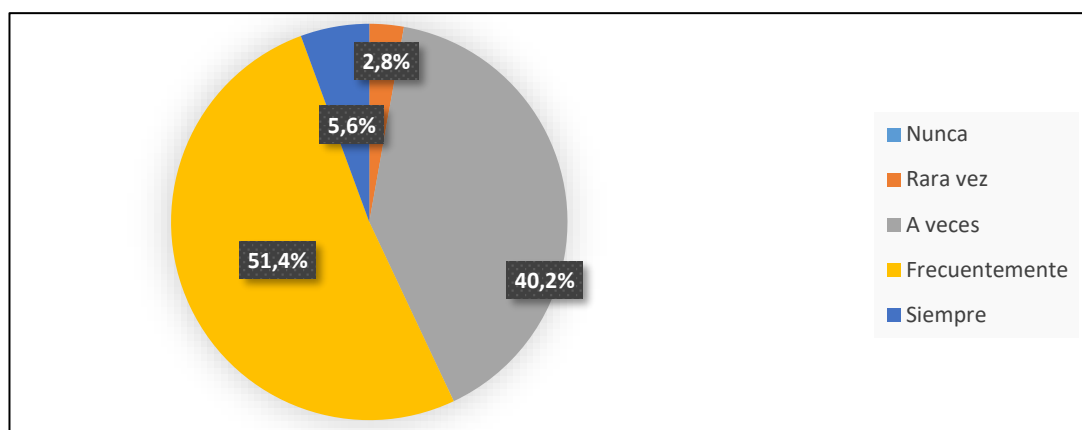
Claridad sobre el objetivo y misión

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Rara vez	3	2,8	2,8	2,8
A veces	43	40,2	40,2	43,0
Frecuentemente	55	51,4	51,4	94,4
Siempre	6	5,6	5,6	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 9

Claridad sobre el objetivo y misión



Análisis: El 51,4% de los encuestados que corresponde a 55 colaboradores consideran que frecuentemente tienen claridad sobre el objetivo y misión de la institución, el 40,2% que corresponde a 43 colaboradores mencionaron que a veces, el 5,6% que

corresponde a 6 colaboradores indicaron que siempre y por último el 2,8% que corresponde a 3 colaboradores manifestaron que rara vez.

Interpretación: Con base a los resultados obtenidos en relación con la claridad de los objetivos y misión de la institución, los colaboradores presentaron percepciones moderadas, lo cual es fundamental para el logro de metas y fortalecimiento organizacional, sin embargo, existe un pequeño porcentaje que no siempre percibe con nitidez estos conceptos lo que puede provocar desmotivación y dificultar la toma decisiones.

9. ¿Se considera parte integral de su equipo de trabajo dentro la institución?

Tabla 15

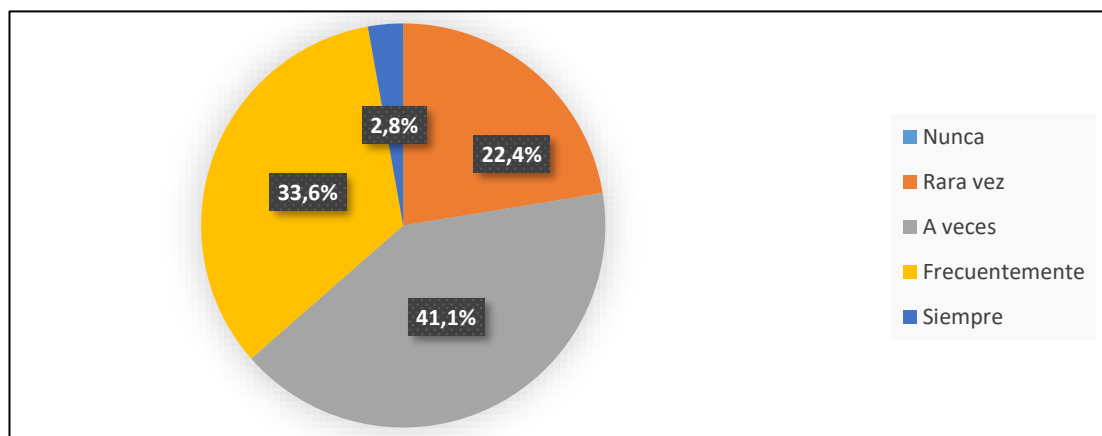
Parte integral del equipo de trabajo

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Rara vez	24	22,4	22,4	22,4
A veces	44	41,1	41,1	63,5
Frecuentemente	36	33,6	33,6	97,2
Siempre	3	2,8	2,8	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 10

Parte integral del equipo de trabajo



Análisis: El 41,1% que corresponde a 44 colaboradores indicaron que a veces se consideran parte integral de su equipo de trabajo dentro de la institución, el 33,6% que corresponde a 36 colaboradores mencionaron que frecuentemente, el 22,4% que corresponde a 24 colaboradores indicaron que rara vez y por último el 2,8% que corresponde a 3 colaboradores manifestaron que siempre.

Interpretación: Se observa un nivel moderado de percepción de inclusión en el equipo, lo que favorece la cooperación y el compromiso. Cumplir responsabilidades, aportar ideas y apoyar a los compañeros contribuye a un ambiente positivo. Es necesario analizar los pocos casos con baja participación para fomentar su integración equitativa.

10. ¿Considera que sus funciones laborales dentro de la institución están claramente definidas?

Tabla 16

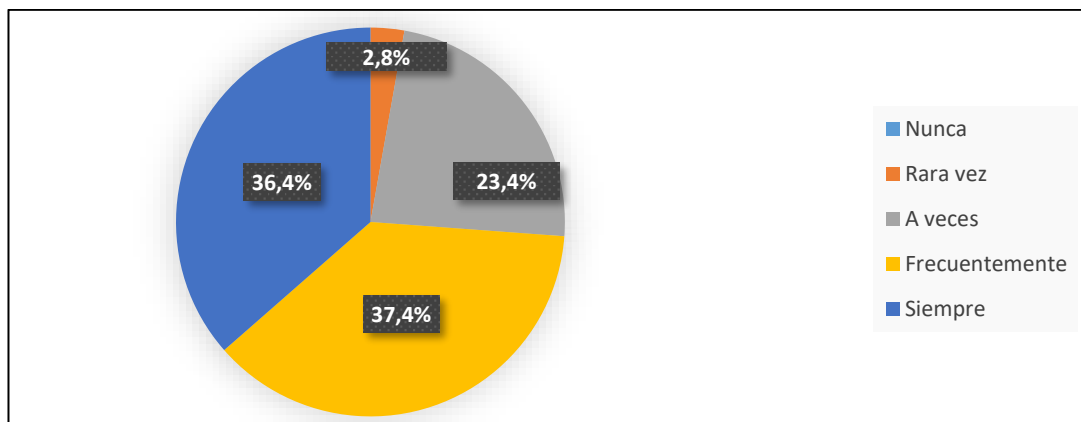
Funciones laborales

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Rara vez	3	2,8	2,8	2,8
A veces	25	23,4	23,4	26,2
Frecuentemente	40	37,4	37,4	63,6
Siempre	39	36,4	36,4	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 11

Funciones laborales



Análisis: El 37,4% de los encuestados que corresponde a 40 colaboradores de la institución consideran que sus funciones laborales frecuentemente están definidas, el 36,4% que corresponde a 39 colaboradores mencionaron que siempre, el 23,4% que corresponde a 25 colaboradores indicaron que a veces y por último el 2,8% que corresponde a 3 colaboradores manifestaron que rara vez.

Interpretación: Estos resultados reflejan que la mayoría del personal considera que sus funciones dentro de la cooperativa están definidas y posiblemente cuenten con un manual de funciones. En ese sentido, cuando cada miembro de la organización comprende claramente sus funciones. No obstante, existe un porcentaje pequeño que muestra inseguridad o falta de claridad en cuanto a sus funciones o actualización de roles.

11. ¿Ha recibido algún reclamo en el último mes por la atención brindada hacia los socios/clientes?

Tabla 17

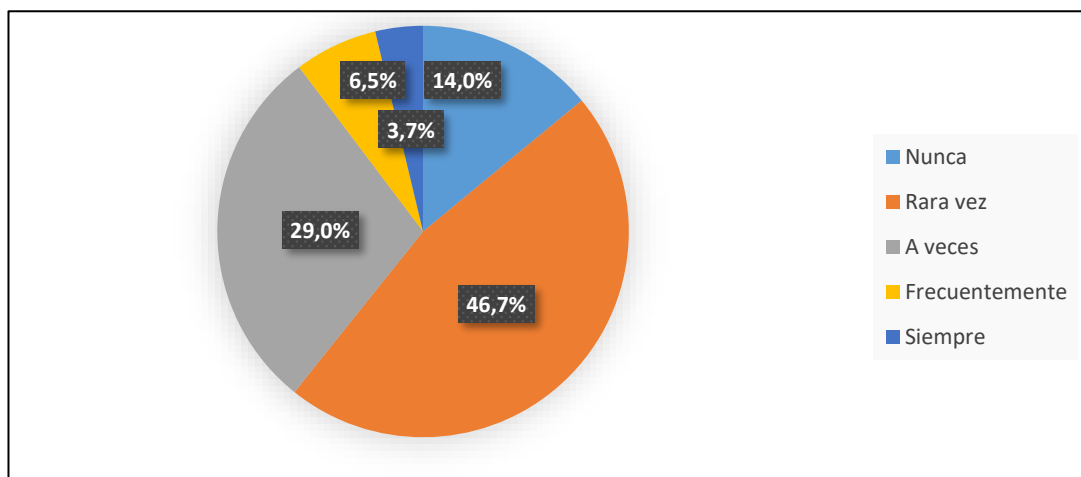
Reclamos por la atención brindada

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	15	14,0	14,0	14,0
Rara vez	50	46,7	46,7	60,7
A veces	31	29,0	29,0	89,7
Frecuentemente	7	6,5	6,5	96,3
Siempre	4	3,7	3,7	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 12

Reclamos por la atención brindada



Análisis: El 46,7% de los encuestados que corresponde a 50 colaboradores de la institución consideran que rara vez han recibido reclamos el último mes por la atención brindada a los socios, el 29% que corresponde a 31 colaboradores mencionaron que a veces, el 14% que corresponde a 15 colaboradores indicaron que nunca, el 6,5% que corresponden a 7 colaboradores opinan que frecuentemente y por el ultimo el 3,7% que corresponde a 4 colaboradores manifestaron que siempre.

Interpretación: Los resultados indican que son poco frecuentes que los trabajadores reciben reclamos por parte de los socios/ clientes, lo que no debe ser ignorado es ese pequeño porcentaje que reporta que existe una alta frecuencia de reclamos, lejos de considerarse un problema, lo reclamos deben considerarse como oportunidades valiosas para identificar fallas y fortalecer la relación con los clientes.

12. ¿Usted está cumpliendo con el tiempo de atención establecido para atender al socio/cliente?

Tabla 18

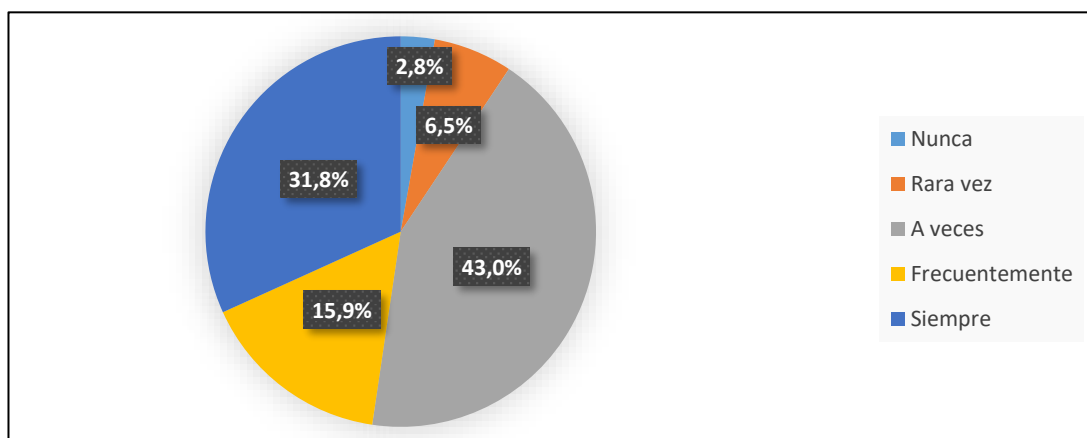
Cumplimiento con el tiempo de atención

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	3	2,8	2,8	2,8
Rara vez	7	6,5	6,5	9,3
A veces	46	43,0	43,0	52,3
Frecuentemente	17	15,9	15,9	68,2
Siempre	34	31,8	31,8	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 13

Cumplimiento con el tiempo de atención



Análisis: El 43% de los encuestados que corresponde a 46 colaboradores de la institución consideran que a veces cumplen con tiempo de atención establecido para atender al cliente, el 31,8% que corresponde a 34 colaboradores mencionaron que siempre, el 15,9% que corresponde a 17 colaboradores indicaron que frecuentemente, el 6,5% que corresponden a 7 colaboradores opinan que rara vez y por el ultimo el 2,8% que corresponde a 3 colaboradores manifestaron que nunca.

Interpretación: La mayoría de los encuestados señala que el tiempo de atención establecido se cumple solo en ocasiones, lo que genera una atención lenta o irregular. Este aspecto es clave para mantener una ventaja competitiva, ya que puede influir en la fidelidad de los clientes frente a la competencia, se recomienda prestar especial

atención al grupo que presenta un cumplimiento ocasional o bajo, con el fin de mejorar la consistencia y calidad del servicio.

13. ¿Cuándo termina su horario laboral si tiene atenciones pendientes, considera que el socio/cliente puede sentir su aceleración por culminar la atención lo más pronto posible?

Tabla 19

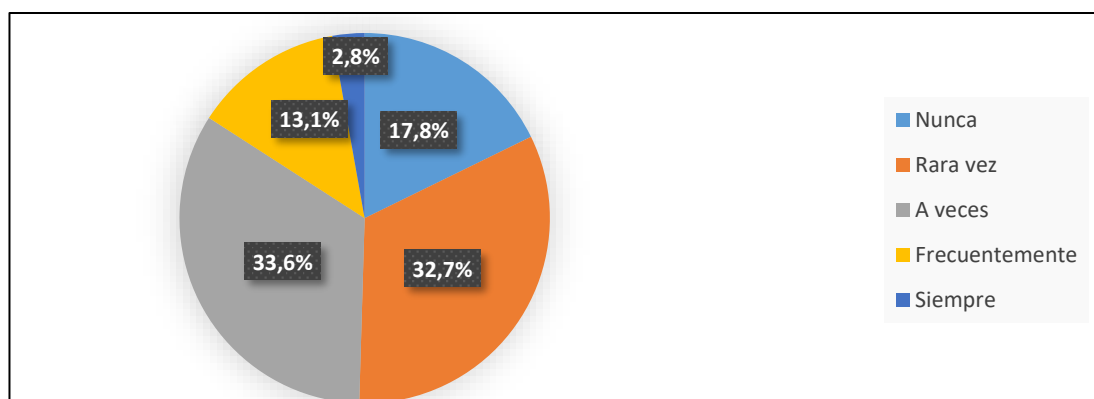
Atenciones pendientes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	19	17,8	17,8	17,8
Rara vez	35	32,7	32,7	50,5
A veces	36	33,6	33,6	84,1
Frecuentemente	14	13,1	13,1	97,2
Siempre	3	2,8	2,8	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 14

Atenciones pendientes



Análisis: El 33,6% de los encuestados que corresponde a 36 colaboradores de la institución consideran a veces el socio/cliente puede sentir la aceleración por culminar la atención lo más pronto posible, el 32,7% que corresponde a 35 colaboradores mencionaron que rara vez, el 17,8% que corresponde a 19 colaboradores indicaron que

nunca, el 13,1% que corresponden a 14 colaboradores opinan que frecuentemente y por último el 2,8% que corresponde a 3 colaboradores manifestaron siempre.

Interpretación: Aunque la mayoría de los trabajadores no transmite sensación de prisa al cliente al finalizar la jornada, hay un tercio que lo hace, esta práctica puede generar una percepción negativa y perjudicial para la imagen de la empresa, debido a que el cliente puede sentirse menospreciado. Este error debe ser evitado a toda costa, ya que un verdadero enfoque en el servicio implica tratar a cada cliente con respeto y calidad, sin importar la hora.

14. ¿Considera que los socios/ clientes están satisfechos con su atención al punto de continuar vinculados con la institución al largo plazo?

Tabla 20

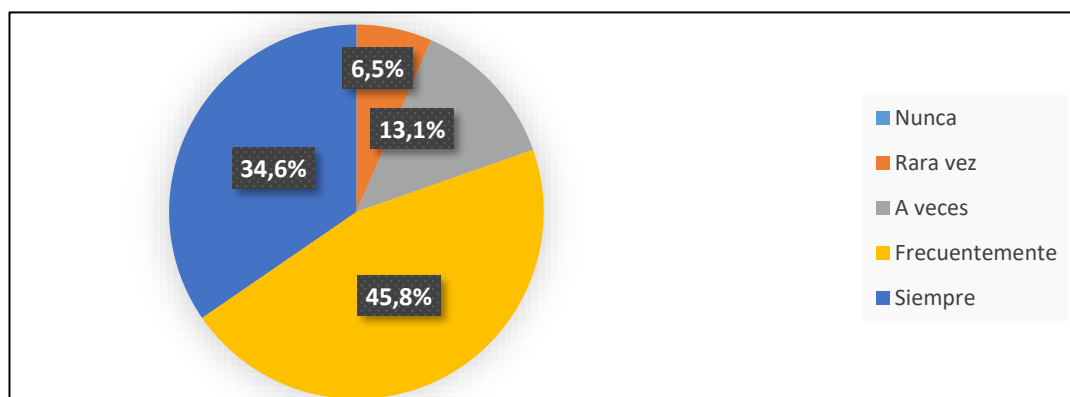
Cientes satisfechos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Rara vez	7	6,5	6,5	6,5
A veces	14	13,1	13,1	19,6
Frecuentemente	49	45,8	45,8	65,4
Siempre	37	34,6	34,6	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 15

Cientes satisfechos



Análisis: El 45,8% de los encuestados que corresponde a 49 colaboradores consideran que los socios/ clientes están satisfechos con su atención al punto de continuar vinculados con la institución al largo plazo, el 34,6% que corresponde a 37 colaboradores mencionaron que siempre, el 13,1% que corresponde a 14 colaboradores indicaron que a veces y por último el 6,5% que corresponde a 7 colaboradores manifestaron que rara vez.

Interpretación: La mayoría de los empleados destacaron la importancia de la satisfacción del cliente para fortalecer su reputación, ya que los clientes actuales tienen mayor probabilidad de adquirir servicios y, por lo tanto, de permanecer fieles a la empresa. Por el contrario, si un empleado sufre de sobrecarga de trabajo o falta de apoyo, tendrá dificultades para brindar una experiencia agradable al cliente.

15. ¿Usted considera que la inestabilidad laboral, genera un poco de empatía en sus atenciones?

Tabla 21

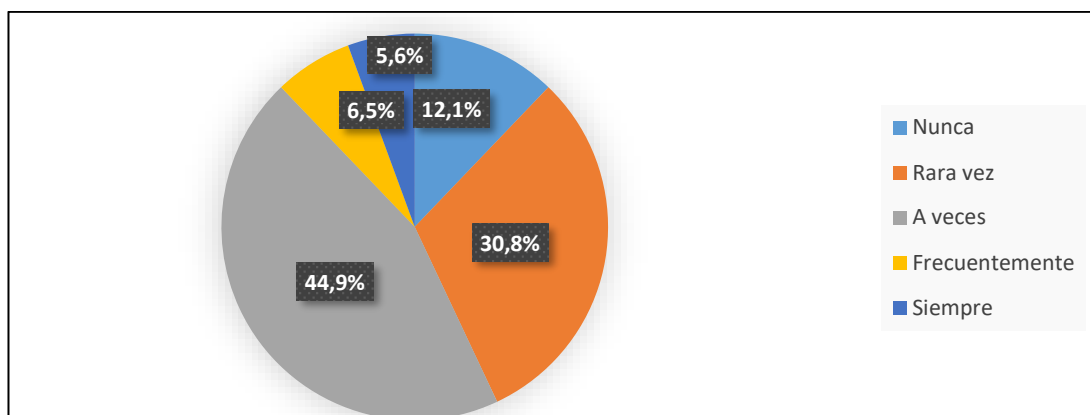
Empatía en la atención

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	13	12,1	12,1	12,1
Rara vez	33	30,8	30,8	43,0
A veces	48	44,9	44,9	87,9
Frecuentemente	7	6,5	6,5	94,4
Siempre	6	5,6	5,6	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 16

Empatía en la atención



Análisis: El 44,9% de los encuestados que corresponde a 48 colaboradores consideran a veces la inestabilidad laboral, genera un poco de empatía en sus atenciones, el 30,8% que corresponde a 33 colaboradores mencionaron que rara vez, el 12,1% que corresponde a 13 colaboradores indicaron que nunca, el 6,5% que corresponden a 7 colaboradores opinan que frecuentemente y por último el 5,6% que corresponde a 6 colaboradores manifestaron siempre.

Interpretación: Los datos muestran que la inestabilidad laboral tiene un impacto directo y significativo en la calidad del servicio al cliente. Esta situación, lejos de ser un problema aislado, tiene consecuencias visibles en el servicio prestado, especialmente la falta de empatía en la atención al cliente, además su capacidad para conectar con los demás se ve disminuida.

16. ¿Usted informa a los socios/clientes de las ventajas y beneficios que brinda la institución para fortalecer su participación y fidelización?

Tabla 22

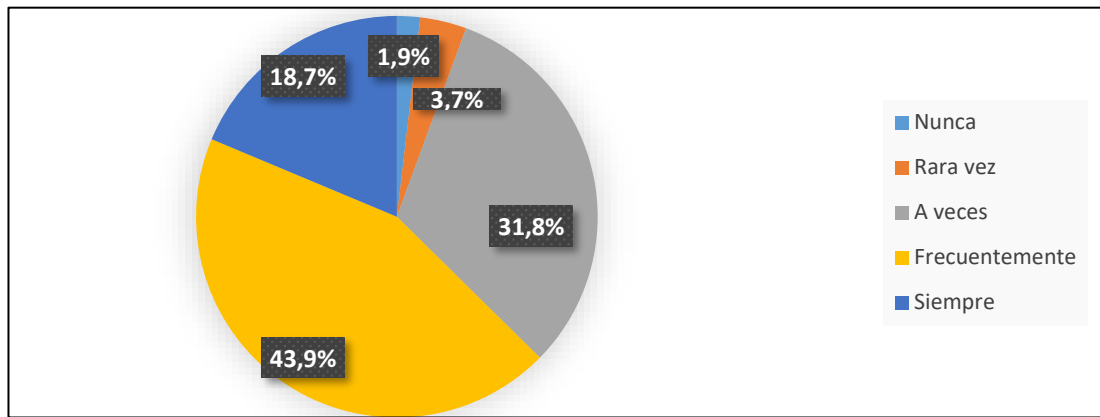
Información a los socios/clientes de las ventajas y beneficios

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	2	1,9	1,9	1,9
Rara vez	4	3,7	2,8	5,6
A veces	34	31,8	31,8	37,4
Frecuentemente	47	43,9	43,9	81,3
Siempre	20	18,7	18,7	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 17

Información a los socios/clientes de las ventajas y beneficios



Análisis: El 43,9% de los encuestados que corresponde a 47 colaboradores consideran que siempre informan a los socios/clientes de las ventajas y beneficios que brinda la institución para fortalecer su participación y fidelización, el 31,8% que corresponde a 34 colaboradores mencionaron que a veces, el 18,7% que corresponde a 20 colaboradores indicaron que siempre, el 3,7% que corresponden a 4 colaboradores opinan que rara vez y por último el 1,9% que corresponde a 2 colaboradores manifestaron nunca.

Interpretación: El porcentaje de respuestas positivas indica que la cooperativa mantiene una estrategia eficaz para difundir sus beneficios. Por ende, la calidad del servicio y la atención personalizada son algunos de los pilares que definen una relación duradera entre la empresa y los clientes, también el saber que una empresa responderá ante cualquier inconveniente fortalecerá el vínculo, demostrando compromiso.

17. ¿Considera que su atención está enfocada en la excelencia del servicio que proporciona a los socios?

Tabla 23

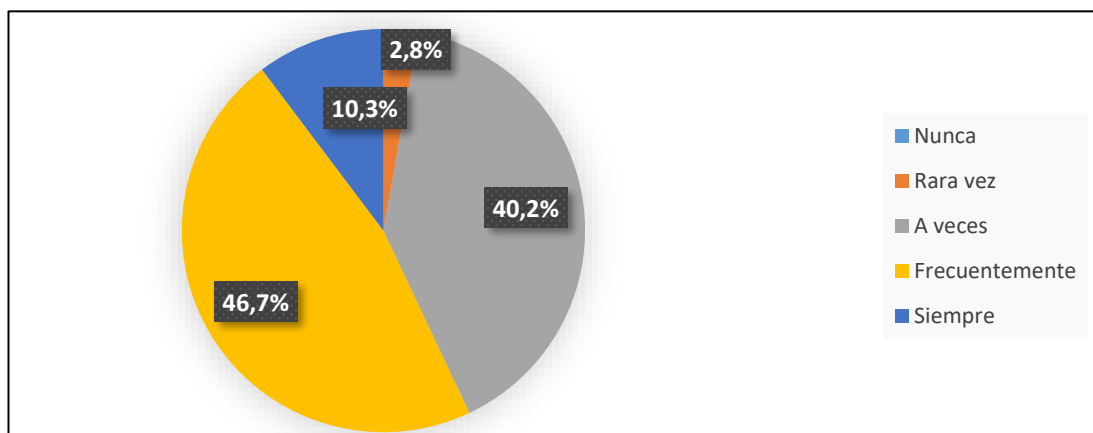
Excelencia del servicio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Rara vez	3	2,8	2,8	2,8
A veces	43	40,2	40,2	43,0
Frecuentemente	50	46,7	46,7	89,7
Siempre	11	10,3	10,3	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 18

Excelencia del servicio



Análisis: El 46,7% de los encuestados que corresponde a 50 colaboradores consideran que frecuentemente su atención está enfocada en la excelencia del servicio que proporcionan a los socios, el 40,2% que corresponde a 43 colaboradores mencionaron que a veces, el 10,3% que corresponde a 11 colaboradores indicaron que siempre y por último el 2,8% que corresponde a 3 colaboradores manifestaron rara vez.

Interpretación: Los empleados perciben de manera positiva su enfoque en brindar un servicio excelente a sus socios, los factores como la capacitación continua, el apoyo mutuo y una cultura organizacional orientada al cliente son esenciales para que los empleados desarrollen un servicio de calidad, y es más probable que transmitan esta actitud positiva en cada interacción con el cliente.

18. ¿Usted muestra empatía y escucha activa en cada atención que ofrece a los socios/clientes?

Tabla 24

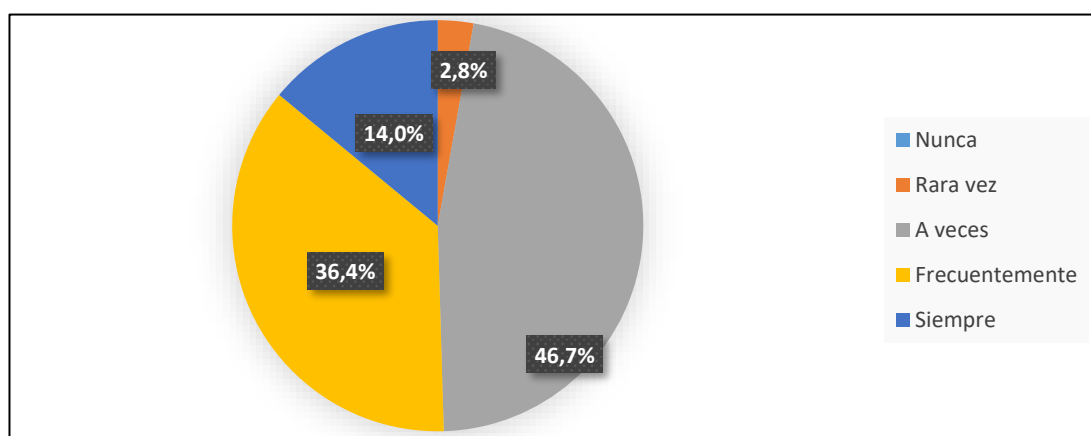
Empatía y escucha activa

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Rara vez	3	2,8	2,8	2,8
A veces	50	46,7	46,7	49,5
Frecuentemente	39	36,4	36,4	86,0
Siempre	15	14,0	14,0	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 19

Empatía y escucha activa



Análisis: El 46,7% de los encuestados que corresponde a 50 colaboradores consideran que a veces muestran empatía y escucha activa en cada atención que ofrecen a los socios/clientes, el 36,4% que corresponde a 39 colaboradores mencionaron que frecuentemente, el 14% que corresponde a 15 colaboradores indicaron que siempre y por último el 2,8% que corresponden a 3 colaboradores opinan que rara vez.

Interpretación: Este resultado indica que la mitad del personal está comprometido con la importancia de la empatía y escucha activa, estas habilidades de comunicación son cruciales para establecer vínculos duraderos con las clientes basadas en la

confianza y el respeto mutuo, ya que no solo es cuestión de cortesía, sino una estrategia empresarial poderosa.

19. ¿Considera que los socios/clientes se muestran satisfechos y agradecidos con su atención?

Tabla 25

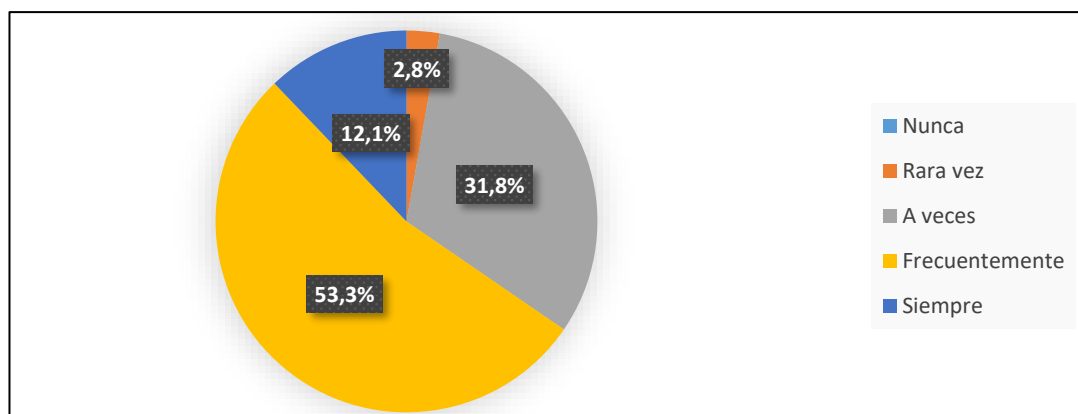
Cientes satisfechos por la atención

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Rara vez	3	2,8	2,8	2,8
A veces	34	31,8	31,8	34,6
Frecuentemente	57	53,3	53,3	87,9
Siempre	13	12,1	12,1	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 20

Cientes satisfechos por la atención



Análisis: El 53,3% de los encuestados que corresponde a 57 colaboradores consideran que los socios/clientes frecuentemente se muestran satisfechos y agradecidos con su atención, el 31,8% que corresponde a 34 colaboradores mencionaron que a veces, el 12,1% que corresponde a 13 colaboradores indicaron que siempre y por último el 2,8% que corresponden a 3 colaboradores opinan que rara vez.

Interpretación: La mayoría del personal considera que su atención genera una respuesta positiva. En este sentido, cuando los colaboradores perciben que los socios valoran su trabajo, se refuerza su compromiso con la institución. Estos gestos fortalecen la autoestima laboral y la motivación de los colaboradores, lo que les permiten entender que su trabajo es esencial para fomentar relaciones más cercanas y humanas.

20. ¿Usted considera que suele ponerse en el lugar del cliente y busca la alternativa más eficiente para generar satisfacción y confianza en el socio?

Tabla 26

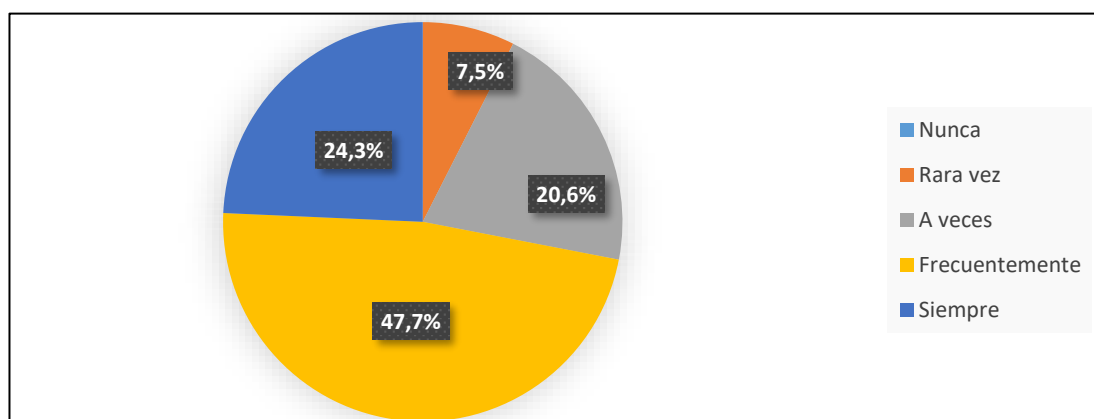
Ponerse en el lugar del cliente/ socio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Rara vez	8	7,5	7,5	7,5
A veces	22	20,6	20,6	28,0
Frecuentemente	51	47,7	47,7	75,7
Siempre	26	24,3	24,3	100,0
Total	107	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia usando Microsoft Excel.

Figura 21

Ponerse en el lugar del cliente/ socio



Análisis: El 47,7% de los encuestados que corresponde a 51 colaboradores consideran que frecuentemente suelen ponerse en el lugar del cliente y buscan la alternativa más eficiente para generar satisfacción y confianza en el socio, el 24,3% que corresponde a 26 colaboradores mencionaron que siempre, el 20,6% que corresponde a 22 colaboradores indicaron que a veces y por último el 7,5% que corresponden a 8 colaboradores opinan que rara vez.

Interpretación: Los datos muestran que la mayoría de los empleados buscan soluciones que generen confianza y satisfacción en sus socios, debido a que esta actitud proactiva y empática es clave para generar confianza. Cuando los empleados se centran en comprender las necesidades del cliente, a menudo identifican oportunidades de mejora o la creación de nuevas soluciones que la empresa no había considerado.

Análisis del Nivel de estrés laboral

Tabla 27

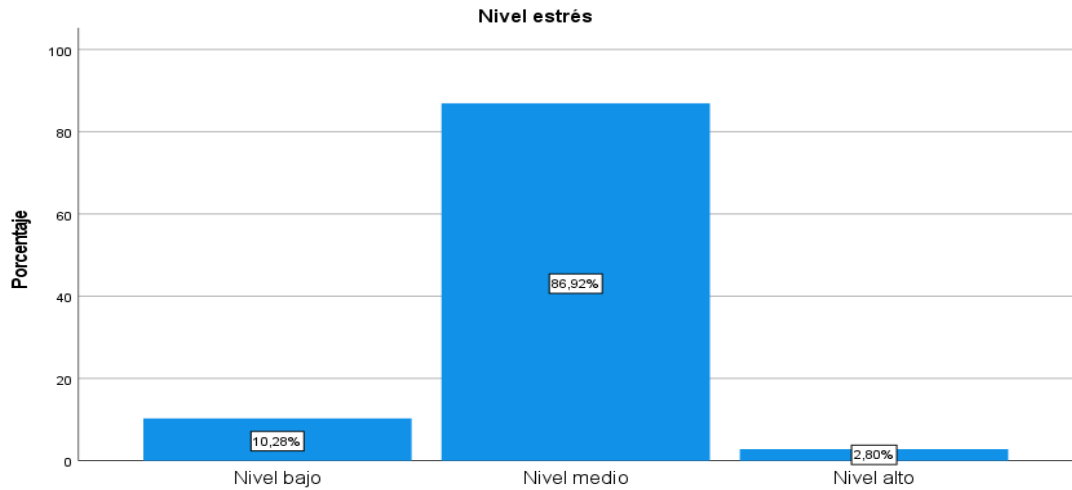
Nivel de estrés

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Nivel Bajo	11	10,3%	10,3%
Nivel Medio	93	86,9%	97,2%
Nivel Alto	3	2,8%	100%
Total	107	100%	100%

Nota. Elaboración propia mediante el software estadístico SPSS.

Figura 22

Nivel de estrés



Análisis e interpretación

De acuerdo a la información recabada de la suma agrupada del estrés laboral, el 86,92%, correspondiente a 93 de los encuestados, se encuentran en un nivel medio de estrés, el 10,28%, correspondiente a 11 de los encuestados, se encuentran en un nivel bajo y el 2,80%, correspondiente a 3 de los encuestados indicaron un nivel alto.

El estrés laboral es un problema crítico en las organizaciones, ya que afecta tanto el bienestar de los empleados como el rendimiento general de la empresa. Estos resultados demuestran que la mayoría de los empleados de la cooperativa Kullki Wasi presentan un nivel de estrés medio, lo que indica una alerta crucial, ya que existen factores de estrés significativos que podrían agravarse si no se toman medidas inmediatas.

3.2. Verificación de la hipótesis

Con base en la situación actual de la cooperativa de Ahorro y Crédito Kullki Wasi de la matriz de Ambato, se planteó como objetivo específico analizar la relación entre el estrés laboral y el servicio al cliente, a partir de esa problemática, se formularon dos hipótesis:

Hipótesis nula (H0): El estrés laboral **NO** afecta el servicio al cliente en la cooperativa de ahorro y crédito “Kullki Wasi”.

Hipótesis alternativa (H1): El estrés laboral **SI** afecta el servicio al cliente en la cooperativa de ahorro y crédito “Kullki Wasi”.

Para la verificación de estas hipótesis, se realizó un análisis de correlación utilizando el coeficiente de Spearman debido a que los datos no presentaban una distribución normal, según lo evidenciado en las pruebas de normalidad aplicadas previamente, en este caso esta prueba estadística no paramétrica permitió evaluar la asociación entre las variables y fue llevado a cabo a través del software estadístico SPSS, lo que garantizó la precisión en los cálculos y obtención de los resultados.

3.2.1. Prueba de normalidad

Kolmogorov-Smirnov

De acuerdo con Tapia & Cevallos (2021; citado por Lozada 2025), la prueba de Kolmogorov-Smirnov se utiliza para comprobar si un conjunto de datos sigue una distribución normal y se recomienda especialmente cuando la muestra tiene más de 50 observaciones, por lo que este análisis se basa en dos supuestos como la hipótesis nula, que indica que los datos siguen una distribución normal, y la hipótesis alternativa, que indica que esta condición no se cumple. El valor p se considera para tomar una decisión, si es mayor que el nivel de significación establecido (0,05), se acepta la hipótesis nula y se pueden utilizar estadísticas paramétricas. Sin embargo, si el valor p es menor, se rechaza la hipótesis nula y se seleccionan estadísticas no paramétricas para el análisis.

La prueba de normalidad se utilizó para determinar si los datos cumplen con una distribución normal o no, en este caso corresponde la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov debido a que el tamaño de población es de 107 colaboradores.

Tabla 28

Prueba de normalidad Kolmogorov- Smirnov

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	Gl	Sig.
Total Estrés laboral	,157	107	,000
Total Servicio al cliente	,142	107	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Prueba de normalidad elaborado a través del software estadístico SPSS.

Como se evidencia en los resultados tanto para la variable del estrés laboral como para la variable del servicio al cliente el p-valor es 0.000 que es menor para 0,05, esto significa que se rechaza la hipótesis nula, es decir que los datos no siguen una distribución normal. Por lo tanto, se utilizó un método no paramétrico, como el coeficiente de correlación de Spearman, para analizar la relación entre las variables de estudio.

3.2.2. Coeficiente de correlación de Spearman

De acuerdo con Palomar (2022), menciona que el coeficiente de correlación de Spearman es una prueba no paramétrica que evalúa la relación o dependencia entre dos variables discretas, siempre que al menos una de ellas sea ordinal. Este método es especialmente útil cuando los datos contienen valores atípicos, ya que estos pueden influir significativamente en los resultados obtenidos con el coeficiente de correlación de Pearson. Además, se recomienda el coeficiente de correlación de Spearman cuando las variables no cumplen el supuesto de distribución normal.

“La interpretación del coeficiente varía entre -1 y +1. Un valor cercano a -1 indica una fuerte correlación negativa, mientras que un valor cercano a +1 indica una fuerte correlación positiva. Valores cercanos a 0 indican que no existe una correlación lineal significativa entre las variables” (Tómas, 2010, pág. 104).

De acuerdo con Martínez & Campos (2015) detalla el valor del coeficiente de correlación de Spearman en la siguiente tabla:

Tabla 29

Valor del coeficiente de Spearman

Valor de Rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a - 0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.001 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota. Adaptado de “The Correlation Among Social Interaction Activities Registered Through New Technologies and Elderly's Social Isolation Level” por Martínez & Campos (2015), Revista mexicana de ingeniería biomédica 36(3).

Tabla 30

Correlación de Spearman

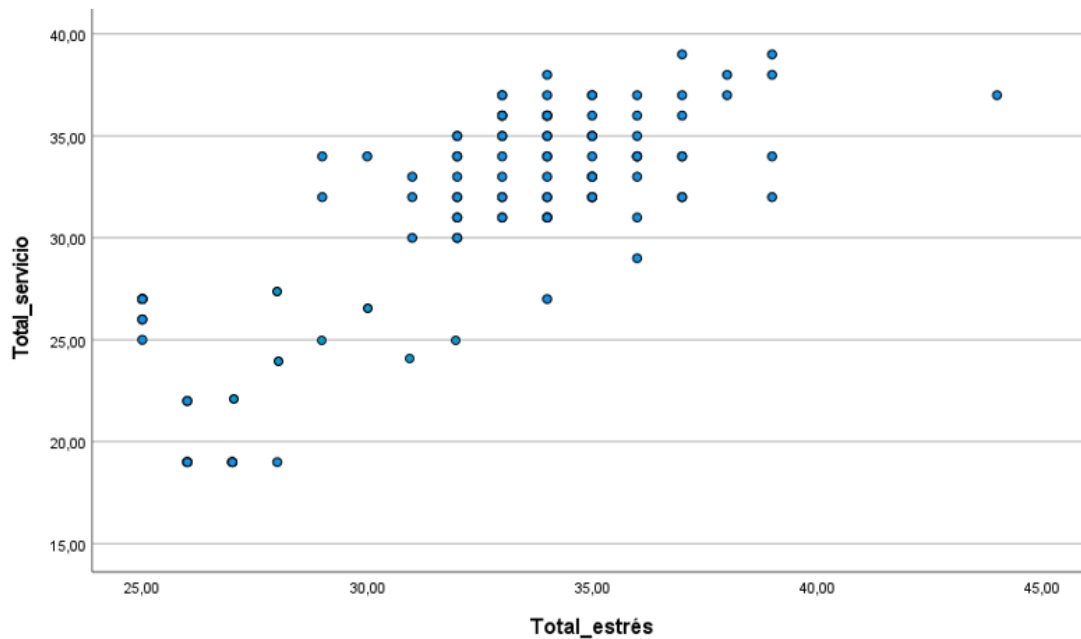
Correlaciones			Total, Servicio al cliente
Rho de Spearman	Total Estrés laboral	Total Estrés laboral	
	Total Servicio al cliente	Coefficiente de correlación	,554**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	107

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

Nota. Coeficiente de correlación de Spearman elaborado a través del software estadístico SPSS.

Figura 23

Diagrama de dispersión



Los resultados evidenciaron un coeficiente de correlación de 0,554, lo cual indica que existe una correlación positiva moderada entre las variables consideradas, además a partir del $p\text{-valor} = 0.000 < .001$ señala que el resultado es estadísticamente significativo con un nivel de confianza del 99%.

Teniendo en cuenta que el resultado de este hallazgo fue favorable, se determina lo siguiente:

Se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1), lo que significa que el nivel de estrés que experimentan los colaboradores sí influye de manera considerable en la calidad de servicio que brindan a los socios de la cooperativa de ahorro y crédito “Kullki Wasi”.

CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

De acuerdo con los objetivos específicos planteados se concluye que:

- Mediante la revisión de diversas fuentes bibliográficas como artículos de revista, libros, tesis académicas que respaldan esta relación y que ha sido ampliamente estudiada como una condición que afecta la salud tanto física como emocional del colaborador, se concluye que el estrés laboral es un factor determinante en la calidad del servicio al cliente y es fundamental que en el sector cooperativo se identifiquen y controlen sus causas a tiempo para proteger la salud del personal.
- De acuerdo a los resultados obtenidos , se identificó que el 86,92% de los 107 colaboradores de la Cooperativa Kullki Wasi presentaron un nivel medio de estrés por aspectos como el desgaste emocional y horas extensas en la jornada laboral, lo cual representa una señal de alerta institucional, debido a que podría evolucionar hacia un estrés severo si no se implementan medidas correctivas oportunas ,la persistencia de estos factores que generan estrés pueden afectar directamente el bienestar físico y mental de los colaboradores por lo que no realicen adecuadamente sus funciones.
- Finalmente, por medio de la aplicación del coeficiente de correlación de Spearman, se obtuvo un valor de 0,554 lo que evidencia una correlación positiva moderada entre las variables de estudio, este resultado permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa que indica que existe una relación significativa entre el nivel de estrés laboral y el servicio al cliente.

4.2. Recomendaciones

- Mediante fundamentos científicos de las variables estudiadas que ayudan a conocer factores que contribuyen a su aparición, se recomienda establecer estrategias para monitorear semestralmente los niveles de estrés laboral mediante encuestas y entrevistas psicosociales que permitan detectar tempranamente signos de agotamiento emocional, sobrecarga laboral o insatisfacción en los empleados, evitando así que el estrés se incremente y afecte el rendimiento laboral y el trato hacia los clientes.
- Es recomendable que la cooperativa optimice la gestión del tiempo para evitar jornadas laborales extensas como por ejemplo considerar la asignación de tareas de manera realista, usar herramientas tecnológicas para su planificación diaria y la eliminación de actividades improductivas o redundantes que disminuyan la sobrecarga horaria, de esta manera los empleados se sentirán con mayor disposición y actitud frente al cliente.
- Desarrollar un plan de acción para implementar programas de capacitación continuas orientados a mejorar las habilidades comunicativas, la empatía y la atención personalizada, debido a que una mayor preparación por parte del colaborador permitirá no solo fortalecer notablemente la experiencia del cliente sino también que contribuirá a la buena reputación de la cooperativa

MATERIALES DE REFERENCIA

5.1 Referencias bibliográficas

- Agudelo Herrera, J. S. (2020). *Consecuencias del estrés laboral en asesores de servicio al cliente de la empresa RIUM S.A.S en primer el semestre del año 2020* [Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador en Salud Ocupacional]. Obtenido de <https://acortar.link/yGazn7>
- Alarcón, V., Sarmiento, W., Mejía, J., Castaño, A., & Troncoso, A. (2020). Análisis de causas de ineficiencias en servicio al cliente. *Boletín de innovación, logística y operaciones*, 2(1). Obtenido de <https://revistascientificas.cuc.edu.co/bilo/article/view/3048/2887>
- Almeida, K. J., Álava, J. F., & Cañarte, L. T. (2022). El servicio al cliente como fortalecimiento organizacional para la compañía de transporte “24 de Mayo”. *Polo del conocimiento*, 7(9), 2346-2357. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9401479.pdf>
- Alvarez Grundy, B.M., & Díaz Izquierdo, L.F. (2022). *Estrés laboral y atención al cliente en los colaboradores del banco Continental del Perú del distrito de Miraflores, 2022* [Trabajo de investigación para optar el título de Bachiller en Administración y Dirección de Negocios]. Obtenido de <https://lc.cx/okdfZI>
- Angarita, E., Ortégón, M., & Niño, L. (2020). *Una mirada sistemática al estrés laboral, revisión y categorización de artículos entre los años 2010 al 2020* [Trabajo de grado presentado para optar el título de psicólogo]. Obtenido de <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/3e158812-42ac-4062-b478-beeac8930095/content>
- Arteaga, G. (22 de febrero de 2022). *Testsiteforme*. Qué es la investigación de campo: Definición, métodos, ejemplos y ventajas. Obtenido de Testsiteforme: <https://www.testsiteforme.com/investigacion-de-campo/>
- Arteaga, G. (26 de octubre de 2020). *Testsiteforme*. Investigación bibliográfica – Cómo llevar a cabo una. Obtenido de Testsiteforme: <https://www.testsiteforme.com/investigacion-bibliografica/>
- Ávalos, B. (2019). Jornada laboral: importancia y aspectos críticos de su regulación. *THĒMIS-Revista de Derecho*, 75, 17-32. doi: https://www.researchgate.net/publication/346825820_Jornada_laboral_importancia_y_aspectos_criticos_de_su_regulacion

- Balderas, A. V., Cruz, C., Zapata, N., & Salazar, J. M. (2022). La validación por juicio de expertos como estrategia para medir la confiabilidad de un instrumento. *Tectzapic*, 8(1). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9593530.pdf>
- Baque, M. A. (2022). Servicio de atención al cliente y su incidencia en el desarrollo de la compañía de transporte Mixta CTM 24 de mayo. *RECIMUNDO*, 60-70. doi: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8878577.pdf>
- Barra, M. M. (2023). Outsourcing como modelo productivo y fidelización de clientes de una empresa financiera. *Visión de futuro*, 27(2). doi: https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S166887082023000200130&script=sci_arttext
- Béjar, V., Madrigal, F., & Madrigal, S. (2025). Factores que inciden en el ausentismo laboral y su impacto económico en las organizaciones. *Latam: revista latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 6(1). doi: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10065560>
- Belduma, G., Toapanta, E., Gonzalez, E., & Burneo, D. (2023). La rotación de personal y su incidencia en el clima laboral del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Olmedo. Un análisis desde la comunicación interna y la administración. *Polo del Conocimiento*, 8(5), 1592-1617. doi: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9338834.pdf>
- Blomberg, S., Rosander, M., & Valvatne Einarsen, S. (2024). La ambigüedad de rol como antecedente del acoso laboral: clima laboral hostil y liderazgo de apoyo como factores intermedios. *Revista escandinava de gestión*, 40(2). doi: <https://acortar.link/Un0rFs>
- Buitrago, L. (2021). Estrés laboral: una revisión de las principales causas consecuencias y estrategias de prevención. *Revista de investigación en salud. Universidad de Boyacá*, 8(2), 131-146. Obtenido de <https://revistasdigitales.uniboyaca.edu.co/index.php/rs/article/download/553/628/5871>
- Calonge, G. (junio de 2022). *El absentismo laboral* [Trabajo fin de grado]. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/53940>
- Carrasco, S. (2023). *Técnicas de información y atención al cliente/ consumidor*. España: Ediciones Paraninfo S.A. Obtenido de <https://acortar.link/sBRof2>
- Cerda, H. (2021). *Los elementos de la investigación*. Editorial Magisterio. doi: <https://bibliotecadigital.magisterio.co/libro/los-elementos-de-la-investigaci-n>

- Chin, M., Ying, B., & Tuckey, M. R. (2024). Comparación de los efectos del liderazgo tóxico y el apoyo social del equipo sobre la inseguridad laboral, la ambigüedad de roles, el compromiso laboral y el desempeño laboral: una perspectiva mediadora multinivel. *Revisión de la gestión de Asia Pacífico*, 29(1), 115-126. doi: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1029313223000775>
- Colchado Salazar, D.G.A. (2021). *La influencia de la calidad de servicio al cliente en la recomendación de la empresa de transporte Civa, sede Chiclayo-2018* [Tesis para optar el título de licenciado en Administración de empresas]. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3388/1/TI_ColchadoSalazarDana.pdf
- Comisión Nacional de Préstamos para Educación. (2021). *Manual de Normas de Atención y Servicio al Cliente*. CONAPE. doi: <https://www.conape.go.cr/wp-content/uploads/2021/09/Manual-de-Normas-de-Atencion-y-Servicio-al-UsuarioVersion-2021.pdf>
- De León, J. M. (2018). *Identidad laboral y cultura organizacional* [Tesis de grado]. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/43/De-Leon-Julia.pdf>
- Dolan, S. (2023). The stress at work. *Routedge*, 270. Obtenido de <https://www.taylorfrancis.com/books/edit/10.4324/9781003217626/de-stress-work-simon-dolan>
- Dolores Ruiz, E., Salazar Gómez, J., Valdivia Rivera, M., Hernández Cárdenas, M., & Huerta Mora, I. (2023). Estrés laboral en relación con el desempeño laboral: un caso de estudio. *Revista académica y negocios*, 9(2), 169-182. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5608/560875871009/html/>
- Echeverri, L. M. (2023). *Plan estratégico de Marketing*. Bogotá: Universidad del Rosario. Obtenido de <https://n9.cl/hq4g3>
- Espinoza Buñay, J., & Rodríguez Pillaga, R. (2023). Modelo calidad, servicio, y satisfacción a partir de la percepción cliente dentro de las entidades financieras. *Ñeque*, 6(14), 85. doi: <https://revistaneque.org/index.php/revistaneque/article/view/134/391>
- Fernández Sánchez, E. (2019). *Administración de empresas: Tema 18: Estrés laboral*. Universidad de Oviedo. Obtenido de <https://www.esfernan.es/recursos-2/>
- Flores, P. A., Sánchez, J. A., Jiménez, J., & Rojo, S. J. (2023). Comprendiendo la fidelización de clientes: elementos clave, estadísticas y calificaciones. *XIKUA Boletín Científico de la Escuela Superior de Tlahuelilpan*, 11(22), 18-24. doi:

<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/xikua/article/download/10650/10255/>

- Fuentes, D. D., Toscano, A. E., Malvaceda, E., Díaz, J. L., & Díaz, L. (2020). *Metodología de la investigación: Conceptos, herramientas y ejercicios prácticos en las ciencias administrativas y contables*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/346362692_Metodologia_de_la_investigacion_Conceptos_herramientas_y_ejercicios_practicos_en_las_ciencias_administrativas_y_contables
- Gamboa, D. (2021). *Medición y control en la gestión y resultados*. Ediciones de la U. doi: https://www.google.com.ec/books/edition/Medici%C3%B3n_y_Control_en_la_Gestici%C3%B3n_y_Res/EeNDEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=0
- Gazia, J. C. (2025). *Liderazgo comercial: la clave en el mundo de los negocios*. Argentina: Las 4 miradas de la gestión empresarial. Obtenido de <https://n9.cl/hq4g3>
- Gonzalez Palacio, F.S., & Wilches Morales, N. A. (2023). *Estrés laboral en agentes de servicio al cliente en el sector del BPO en barranquilla* [Trabajo de investigación]. Obtenido de <https://bonga.unisimon.edu.co/items/be6f61a6-1e2a-4512-82a5-a765b5655999>
- González, A. (25 de Julio de 2024). *La identidad organizacional como factor clave en el clima laboral*. Obtenido de Integratec: <https://www.integratec.com/blog/identidad-organizacional-clima-laboral.html>
- Grullart, L., Puello Sánchez, K., & Morón Félix, D. (2023). *Manual de servicio y atención al cliente. Universidad abierta para adultos*. doi: <https://n9.cl/jc38q2>
- Henry, M. (2022). Cambios en los procesos de trabajo durante la pandemia de Covid-19 y riesgos psicosociales emergentes. *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, 26(42), 39-61. doi: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/200995>
- Jejen, L. K. (2021). La importancia de la calidad y el servicio. *Neuronum*, 7(3), 38. doi: <https://eduneuro.com/revista/index.php/revistaneuronum/article/view/335>
- Langle, M., Méndez, O., & Sánchez, J. (2021). Factores predictores del índice de rotación de personal: el caso de una empresa maquiladora en Reynosa. *Análisis Económico*, 36(93), 119-140. doi: <https://analiseconomico.azc.uam.mx/index.php/rae/article/view/656/481>

- Lara, S. R., Narváez, C. I., & Ormaza, J. E. (2023). Estrés laboral: identificación de sus principales causas en empleados de la Función Judicial del Azuay. *Conciencia Digital*, 6(41), 152. Obtenido de <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/ConcienciaDigital/article/download/2747/6826/>
- Lastanao Cortés, C., Varga Rodríguez, L., Mérida Donoso, Á., Elguea Sarto, L., Cambra Linés, M., & Contreras Martínez, A. (2021). Evaluación de la carga mental laboral, artículo monográfico. *Revista Sanitaria de investigación*. Obtenido de <https://revistasanitariadeinvestigacion.com/evaluacion-de-la-carga-mental-laboral-articulo-monografico/>
- Leka, S., Griffiths, A., & Cox, T. (2004). *La organización del trabajo y estrés*. Organización Mundial de la Salud. Obtenido de <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/42756/9243590472.pdf>
- Long, K., & Sook, F. (2024). Cómo el estrés y la satisfacción influyen en la calidad del servicio al cliente en el sector bancario. *Heliyón*, 10(11), 1. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844024086353>
- Lozada Arias, A. E. (2025). *Factores de riesgo externo y síndrome de burnout en empresarios del sector avícola de Tungurahua* [Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de investigación]. Repositorio institucional <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/0c35fad7-f47f-4141-aeb4-ab65ee63b6d6/content>
- Lucio Ureña, S.G. (2024). *Cultura de servicio al cliente en el desarrollo competitivo de las microempresas turísticas, asociadas a la prestación de servicios de alimentación en restaurantes de 3 tenedores, ubicadas en la Zona Especial Turística de la Mariscal de la ciudad de Quito* [Maestría en Gerencia Integrada de la Calidad e Innovación]. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/9930/1/T4367-MGICI-Lucio-Cultura.pdf>
- Madrigal, F., Madrigal, S., & Martínez, M.-d.-C. (2024). Comportamiento del consumidor: cambios y tendencias en la sociedad contemporánea. *Revista Venezolana de Gerencia*, 29(106), 643-658. doi: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9394088.pdf>
- Martínez, A., & Campos, W. (2015). Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores. *Revista mexicana de ingeniería biomédica*, 36(3). Obtenido de

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-95322015000300004

- Martínez, E., Licon, J. G., & Rivera, P. E. (2022). Importancia del servicio al cliente como factor de preferencia comercial en una pyme. *Revista de Investigación académica sin frontera*, (37), 1-18. doi: <https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIASF/article/download/463/536/2067>
- Mateos, M. Á., & Torres, C. A. (2022). *Atención básica al cliente*. COMT0211. España: IC Editorial. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Atenci%C3%B3n_b%C3%A1sica_al_cliente_COMT0211/sKpcEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1
- Medina, M. Á., Rojas, C. R., Bustamante, W., Loaiza, R. M., Martel, C. P., & Castillo, R. Y. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. doi: <https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/90/133/157?inline=1>
- Merino, C. (2023). Coeficientes V de Aiken: diferencias en los juicios de validez de contenido. *MH-Salud*, 20(1), 1-10. doi: <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/mhsalud/article/view/15070/26969>
- Mezzadri, J. (2021). La importancia del reconocimiento en las organizaciones. Apuntes para la creación del premio “Maestro de la Neurocirugía”. *Argent Neuroc*, 35(2), 172-176. doi: <https://ranc.com.ar/index.php/revista/article/view/165/268>
- Moreira Macías, S., & Vera Velásquez, B. (2023). Teletrabajo y su incidencia en el estrés laboral para empresas. *Journal Business Science*, 4(1), 65-82. Obtenido de https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/business_science/article/download/330/416/1662
- Murillo Valverde, R., Castro Tacuri, J., Arreaga Torres, N., Vallejo Zurita, W., & Gaibor García, I. (2023). Descifrando al Consumidor: Herramientas, Estrategias y Habilidades para Satisfacer las Necesidades del Consumidor de Guayaquil. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4). Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7626/11565>
- Ocampo, C., Delvitto, A., & Di Pasquo, F. (2022). Discusiones sobre el concepto de población humana en la investigación epidemiológica del dengue en Argentina. *Revista*

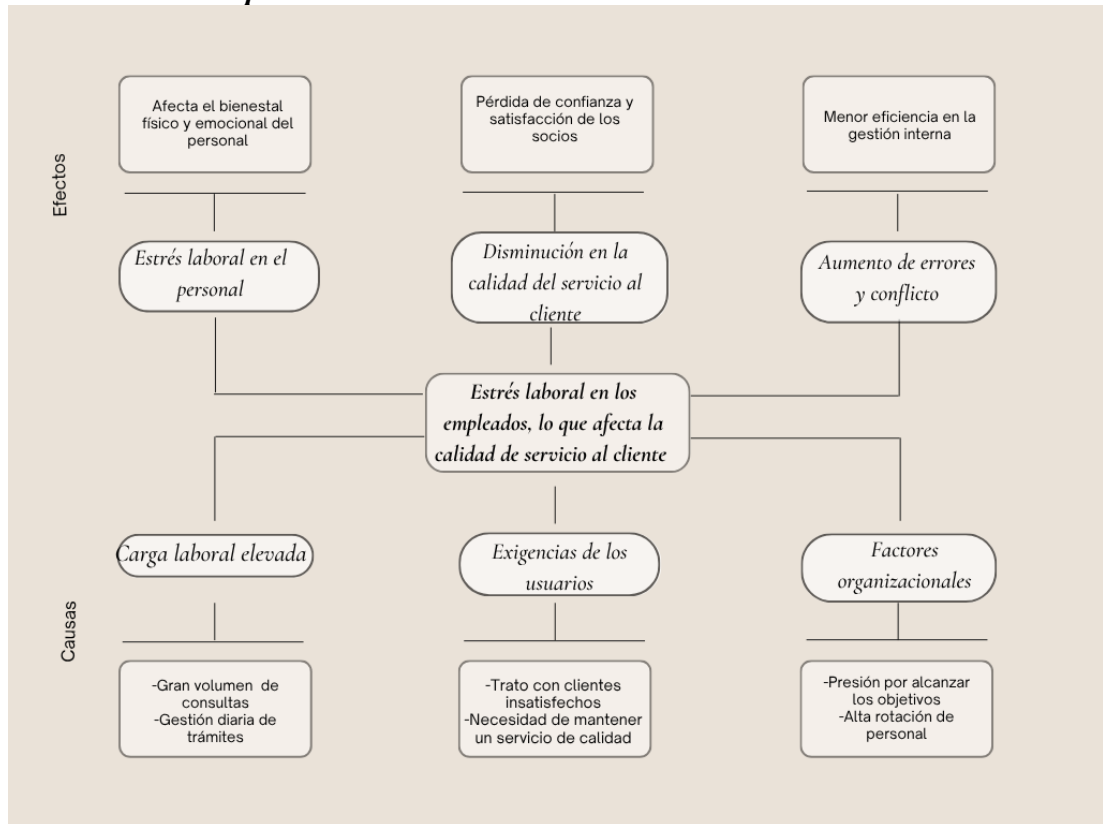
- colombiana de filosofía de la ciencia, 22(44), 169-211. doi: <https://www.redalyc.org/journal/414/41473752006/html/>
- Organización Iberoamericana de la Seguridad Social. (2021). *Guía para la mejora del estrés laboral*. OISS. doi: <https://oiss.org/wp-content/uploads/2021/12/EOSyS-14-Estreslaboralv3.pdf>
- Palacios, L., Cortez, C., Cueva, M., & Ramírez, W. (2024). Reconocimiento del desempeño laboral como principio gerencial en el liderazgo organizacional. *Revista de Ciencias Sociales*, 30(1), 470-484. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9370051>
- Palmera Vega, N. M., & Duque Coneo, I.S. (2022). *Falta del sentido de pertenencia de los empleados millennials y centennials en las empresas del sector empresarial de Bogotá [Especialización en Administración financiera]*. Obtenido de <https://repository.universidadean.edu.co/server/api/core/bitstreams/c674fcf8-cf9b-4f13-abf6-16aa3f5c81f0/content>
- Palmett, A. M. (2020). Métodos inductivos, deductivo y teoría de la pedagogía crítica. *Petroglifos Revista Crítica Transdisciplinar*, 3(1). Obtenido de <https://portal.amelica.org/ameli/journal/650/6503406006/>
- Palomar, I. (2022). *Diseño de gráficos de control no paramétricos para el coeficiente de correlación de Spearman*. [Trabajo fin de master]. Universitat Politècnica De València. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstreams/c9dc5167-3e87-42ef-9fb4-bffa9ff84562/download>
- Patlán Perez, J. (2019). ¿Qué es el estrés laboral y cómo medirlo? . *Revista Salud Uninorte*, 35(1), 156-184. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/817/81762945010/html/#B22>
- Pedreschi, R. J., & Nieto, O. M. (2023). La importancia del marketing de servicios y la calidad de atención al cliente. *Colegiada de Ciencia*, 5(1), 107-118. Obtenido de <https://revistas.up.ac.pa/index.php/revcolciencia/issue/view/481/219>
- Pérez, M. D. (2023). *Conserje-Ordenanza*. España: ICB editores. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Conserje_Ordenanza/9BM8EQAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=tiempo+de+resolucion+de+consultas+o+quejas&pg=PT70&printsec=frontcover
- Ramos, C. (2020). *Los alcances de una investigación*. CienciAmérica, 9(3), 1-5. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7746475.pdf>

- Rodríguez, J., & Reguant, M. (2020). Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 13(2), 1-13. Obtenido de <https://revistes.ub.edu/index.php/REIRE/article/view/reire2020.13.230048/31484>
- Sagbay-Llivichuzhca, M.C., Bermeo-Pazmiño, K.V., & Ochoa-Crespo, J.D. (2021). Determinación del nivel de satisfacción de los consumidores en los supermercados del Cantón Sigsig. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, 7(12), 277-309. Obtenido de file:///C:/Users/DELL/Downloads/Dialnet-DeterminacionDelNivelDeSatisfaccionDeLosConsumidor-7915361.pdf
- Serna, H., & Díaz, A. (2020). Medición del valor del cliente. *Desarrollo Gerencial*, 12(1), 1-26. doi: <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/3356>
- Suárez, R. J., Campos, L. Y., Villanueva, J. d., & Mendoza, C. (2020). Estrés laboral y su relación con las condiciones de trabajo. *Revista electronica de conocimientos, saberes y prácticas*, 3(1), 104-109. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/342965577_Estres_laboral_y_su_relacion_con_las_condiciones_de_trabajo
- Tenesaca, B. L., & Rodríguez, R. T. (2022). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en instituciones financieras. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, 8(2), 119-120. doi: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8468048>
- Tómas, J. (2010). *Fundamentos de bioestadística y análisis de datos para enfermería*. España: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Fundamentos_de_bioestad%C3%ADstica_y_an%C3%A1lisis/MHgap8IN124C?hl=es&gbpv=0
- Vallejo Ron, R.C. (2022). *El estrés laboral y su relación con la satisfacción laboral* [Maestría en Gestión del Talento]. Repositorio institucional <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8608/1/T3768-MGTH-Vallejo-El%20estres.pdf>
- Varela, N. D., & Marín, G. (2021). El liderazgo transformacional y su influencia en el sentido de pertenencia laboral. Una revisión literaria en el contexto organizacional. *Novarua*, 13(22), 85-101. doi: <https://revistas.uacj.mx/ojs/index.php/NovaRua/article/view/3993>

- Vega, V., Leyva, M. Y., & Batista, N. (2023). Desarrollo y validación de un cuestionario para evaluar el conocimiento en Metodología de la Investigación. *Revista Conrado*, 19(S2), 51-56. Obtenido de <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/3232/3092>
- Vera R. & Ayala M., (2023). Efecto del clima laboral en el compromiso Organizacional de los trabajadores. Caso: hospital Universitario de guayaquil 2023. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*.10(3), 189-204. <https://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/compendium/article/view/1219>
- Vergara, A. W., Callao, M., & Puican, V. H. (2021). El clima laboral en las instituciones públicas del Perú. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 14553-14570. doi: <https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1418/1957>
- Villacres, I. K., & Velásquez, M. T. (2022). Estudio de la carga laboral en el desempeño de trabajo del personal operativo del cuerpo de bomberos del Cantón Quevedo. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(7), 197-214.
- Villarreal, D., Cevallos, M., Arias, D., & Moya, K. (2022). Optimización de los procesos de logística, su mejora y satisfacción del cliente. *Conciencia Digital*, 5(1), 216–233. doi: <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/ConcienciaDigital/article/view/2137/5248>
- Vizcaíno, P. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Scientific Research Methodology: Practical Guide*, 1. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11620>
- Ying, C. L. (12 de junio de 2023). *¿Qué es la satisfacción del cliente? Definición + importancia*. Obtenido de Zendesk: <https://www.zendesk.es/blog/3-steps-achieving-customer-satisfaction-loyalty/>
- Zamora, R., & Panchana, A. (2024). Gestión de relaciones con los clientes como estrategia de negocios del sector retail en la provincia de Manabí- Ecuador. *Revista Social Fronteriza*, 4(1), 1-22. doi: <https://www.revistasocialfronteriza.com/ojs/index.php/rev/article/view/138>

ANEXOS

Anexo 1 Árbol de problemas



Anexo 2 Cálculo V de Aiken

Dimensiones	Ítems	Criterio Relevancia				Promedio	V Aiken			
		Juez 1	Juez 2	Juez 3	Juez 4					
Estrés laboral	Ítem 1	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 2	4	3	4	4	3,75	0,92			
	Ítem 3	4	3	4	4	3,75	0,92			
	Ítem 4	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 5	4	3	4	4	3,75	0,92			
	Ítem 6	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 7	4	3	4	4	3,75	0,92			
	Ítem 8	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 9	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 10	4	4	4	4	4,00	1,00			
Servicio al cliente	Ítem 11	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 12	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 13	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 14	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 15	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 16	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 17	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 18	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 19	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 20	4	4	4	4	4,00	1,00			
							0,98			

Escala relevancia	
1	No es relevante
2	Medianamente relevante
3	Relevante
4	Es totalmente relevante

Dimensiones	Ítems	Criterio Pertinencia				Promedio	V Aiken			
		Juez 1	Juez 2	Juez 3	Juez 4					
Estrés laboral	Ítem 1	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 2	4	3	4	4	3,75	0,92			
	Ítem 3	4	3	4	4	3,75	0,92			
	Ítem 4	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 5	4	3	4	4	3,75	0,92			
	Ítem 6	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 7	4	3	4	4	3,75	0,92			
	Ítem 8	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 9	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 10	4	4	4	4	4,00	1,00			
Servicio al cliente	Ítem 11	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 12	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 13	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 14	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 15	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 16	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 17	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 18	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 19	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 20	4	4	4	4	4,00	1,00			
							0,98			

Escala Pertinencia	
1	Nada pertinente
2	Poco pertinente
3	Pertinente
4	Totalmente pertinente

Dimensiones	Ítems	Criterio Claridad				Promedio	V Aiken			
		Juez 1	Juez 2	Juez 3	Juez 4					
Estrés laboral	Ítem 1	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 2	4	3	4	4	3,75	0,92			
	Ítem 3	4	3	4	4	3,75	0,92			
	Ítem 4	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 5	4	3	4	4	3,75	0,92			
	Ítem 6	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 7	4	3	4	4	3,75	0,92			
	Ítem 8	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 9	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 10	4	4	4	4	4,00	1,00			
Servicio al cliente	Ítem 11	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 12	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 13	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 14	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 15	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 16	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 17	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 18	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 19	4	4	4	4	4,00	1,00			
	Ítem 20	4	4	4	4	4,00	1,00			
							0,98			

Escala Claridad	
1	Nada claro
2	Medianamente claro
3	Claro
4	Completamente claro

Relevancia	0,98
Claridad	0,98
Pertinencia	0,98
V Aiken=	0,98

Anexo 3 Cuestionario



Cuestionario



Objetivo: Recopilar información para la elaboración del proyecto de investigación el estrés laboral y la atención al cliente de la Cooperativa de ahorro y crédito “Kullki Wasi” Ltda.

El cuestionario está dirigido a los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Kullki Wasi” de la ciudad de Ambato.

Indicaciones:

- Lea detenidamente cada pregunta y seleccione una alternativa de respuesta de acuerdo con su mejor criterio.
- Tome en cuenta que no existirá respuesta correcta e incorrecta en esta encuesta, el fin de recolectar la información para la investigación es exclusivamente con fines académicos y se tratará en absoluta reserva.

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Edad:

- Entre 18-30 años
- Entre 30-42 años
- Entre 42-54 años
- Mas de 54 años

1.2 Género:

- Masculino
- Femenino
- No definido

1.3 Puesto de trabajo.....

2. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Ítems	Nunca	Rara vez	A veces	Frecuente mente	Siempre
2.1 ¿Percibe que su jefe inmediato confía en su desempeño y en su capacidad para realizar su trabajo?					
2.2 ¿Cree usted que su trabajo aporta al logro de los objetivos que busca la institución?					
2.3 ¿Percibe inseguridad respecto a la estabilidad de su empleo en la institución?					
2.4 ¿Considera que la institución respeta su horario de salida establecido?					

2.5 ¿Con que frecuencia su jefe inmediato le asigna tareas cerca al término de su jornada laboral?					
2.6 ¿Considera que sus pendientes laborales sobrepasan sus responsabilidades?					
2.7 ¿Considera que su carga laboral está afectando su bienestar físico o mental?					
2.8 ¿Cree usted que tiene claridad sobre el objetivo y la misión de la institución?					
2.9 ¿Se considera parte integral de su equipo de trabajo dentro la institución?					
2.10 ¿Considera que sus funciones laborales dentro de la institución están claramente definidas?					
2.11 ¿Ha recibido algún reclamo en el último mes por la atención brindada hacia los socios?					
2.12 ¿Usted está cumpliendo con el tiempo de atención establecido para atender al socio?					
2.13 ¿Cuándo termina su horario laboral si tiene atenciones pendientes, considera que el socio puede sentir su aceleración por culminar la atención lo más pronto posible?					

2.14 ¿Considera que los socios/ clientes están satisfechos con su atención al punto de continuar vinculados con la institución al largo plazo?					
2.15 ¿Usted considera que la inestabilidad laboral, genera un poco de empatía en sus atenciones?					
2.16 ¿Usted informa a los socios de las ventajas y beneficios que brinda la cooperativa para fortalecer su participación y fidelización?					
2.17 ¿Considera que su atención está enfocada en la excelencia del servicio que proporciona a los socios?					
2.18 ¿Usted muestra empatía y escucha activa en cada atención que ofrece a los socios?					
2.19 ¿Considera que los socios se muestran satisfechos y agradecidos con su atención?					
2.20 ¿Usted considera que suele ponerse en el lugar del cliente y busca la alternativa más eficiente y eficaz para generar satisfacción y confianza en el cliente?					

Anexo 4 Validación de juicio de expertos



MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO:

JUICIOS DE EXPERTOS

MÉTODO DE V DE AIKEN



Según Aiken (1985) el método de V de Aiken es una técnica utilizada en la estadística que permite evaluar la validez de los ítems de un instrumento de medición, generalmente a través de un conjunto de expertos.

Asigne la puntuación de acuerdo a los siguientes parámetros:

Tema de Investigación: EL estrés laboral y el servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Kullki Wasi".

Relevancia: El ítem es adecuado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

1	No es relevante
2	Medianamente relevante
3	Relevante
4	Es totalmente relevante

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

1	Nada claro
2	Medianamente claro
3	Claro
4	Completamente claro

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

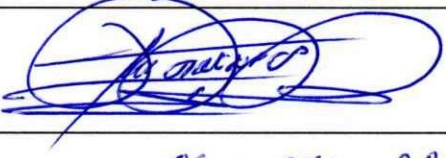
1	Nada pertinente
2	Poco pertinente
3	Pertinente
4	Totalmente pertinente

¿? INF. GEN.

3

			Relevancia				Pertinencia				Claridad				Sugerencias
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Nº	Dimensión	Ítems													
Variable Independiente: Estrés laboral															
1	Carga laboral 9 	¿Considera que la cooperativa respeta su horario de salida establecido? ✓				/				/				/	
2		¿Con que frecuencia su jefe inmediato le asigna tareas cerca al término de su turno laboral? <i>jornada</i>				/				/				/	
3		¿Considera que sus pendientes laborales le sobrepasan? <i>no sobrepasan</i>				/				/				/	
4		¿Considera que su carga laboral está afectando su bienestar físico o mental? ✓				/				/				/	

IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO-JUEZ

Validado por:	Dr. WALTER JIMENEZ SILVA
Profesión:	DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN
Lugar de Trabajo:	U.TA. FAC. CC. AA.
Cargo que desempeña:	DOCENTE TITULAR
Lugar y fecha de validación:	AMBATU, 08 de ABRIL de 2025
E-mail:	walterjimenez@uta.edu.ec
Teléfono:	099 2594862
Firma:	
Fecha:	08 - 04 - 2025

Muchas gracias

Por su colaboración



MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO:

JUICIOS DE EXPERTOS

MÉTODO DE V DE AIKEN



Según Aiken (1985) el método de V de Aiken es una técnica utilizada en la estadística que permite evaluar la validez de los ítems de un instrumento de medición, generalmente a través de un conjunto de expertos.

Asigne la puntuación de acuerdo a los siguientes parámetros:

Tema de Investigación: EL estrés laboral y el servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Kullki Wasi".

Relevancia: El ítem es adecuado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

1	No es relevante
2	Medianamente relevante
3	Relevante
4	Es totalmente relevante

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

1	Nada claro
2	Medianamente claro
3	Claro
4	Completamente claro

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

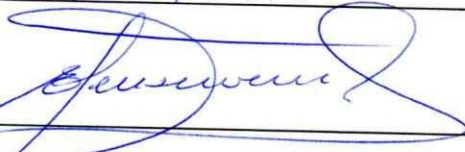
1	Nada pertinente
2	Poco pertinente
3	Pertinente
4	Totalmente pertinente

			Relevancia				Pertinencia				Claridad				Sugerencias
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Nº	Dimensión	Ítems													
Variable Independiente: Estrés laboral															
1	Carga laboral	¿Considera que la cooperativa respeta su horario de salida establecido?				✓				✓				✓	
2		¿Con que frecuencia su jefe inmediato le asigna tareas cerca al término de su turno laboral?				✓				✓				✓	
3		¿Considera que sus pendientes laborales le sobrepasan?				✓				✓				✓	
4		¿Considera que su carga laboral está afectando su bienestar físico o mental?				✓				✓				✓	

5	Puestos de trabajo no definidos	¿Cree usted que tiene claridad sobre la meta, misión y objetivo de la cooperativa?																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
---	---------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

14	Tasa de retención de clientes	¿Considera que los socios/clientes están satisfechos con su atención al punto de continuar vinculados con la institución al largo plazo?						✓				✓				✓	
15		¿Usted considera que la inestabilidad laboral, genera un poco de empatía en sus atenciones?						✓				✓					✓
16		¿Usted informa a los socios de las ventajas y beneficios que brinda la cooperativa para fortalecer su participación y fidelización?						✓				✓					✓
17	Recomendación del cliente	¿Considera que su atención está enfocada en la excelencia del servicio que proporciona a los socios?						✓				✓					✓
18		¿Usted muestra empatía y escucha activa en cada atención que ofrece a los socios?						✓				✓					✓
19		¿Considera que los socios se muestran satisfechos y agradecidos con su atención?						✓				✓					✓
20		¿Usted considera que suele ponerse en el lugar del cliente y busca la alternativa más eficiente y eficaz para generar satisfacción y confianza en el socio?						✓				✓					✓

IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO-JUEZ

Validado por:	Mauricio Vizcete Muñoz
Profesión:	DOCTOR EN CIENCIAS ORGANIZACIONALES
Lugar de Trabajo:	FCADM - UTA
Cargo que desempeña:	DOCENTE
Lugar y fecha de validación:	AMBATO, 07 - ABRIL - 2025
E-mail:	jm.vizcete@uta.edu.ec
Teléfono:	099 854 3715
Firma:	
Fecha:	07.04.2025

Muchas gracias

Por su colaboración



MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO: JUICIOS DE EXPERTOS MÉTODO DE V DE AIKEN



Según Aiken (1985) el método de V de Aiken es una técnica utilizada en la estadística que permite evaluar la validez de los ítems de un instrumento de medición, generalmente a través de un conjunto de expertos.

Asigne la puntuación de acuerdo a los siguientes parámetros:

Tema de Investigación: EL estrés laboral y el servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Kullki Wasi".

Relevancia: El ítem es adecuado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

1	No es relevante
2	Medianamente relevante
3	Relevante
4	Es totalmente relevante

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

1	Nada claro
2	Medianamente claro
3	Claro
4	Completamente claro

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

1	Nada pertinente
2	Poco pertinente
3	Pertinente
4	Totalmente pertinente

			Relevancia				Pertinencia				Claridad				Sugerencias
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Nº	Dimensión	Ítems													
Variable Independiente: Estrés laboral															
1	Carga laboral	¿Considera que la cooperativa respeta su horario de salida establecido?				✓				✓				✓	
2		¿Con que frecuencia su jefe inmediato le asigna tareas cerca al término de su turno laboral?				✓				✓				✓	
3		¿Considera que sus pendientes laborales le sobrepasan?				✓				✓				✓	
4		¿Considera que su carga laboral está afectando su bienestar físico o mental?				✓				✓				✓	

[illegible]

Variable Dependiente: Servicio al cliente

[illegible]

IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO-JUEZ

Validado por:	<i>Ing. Luis Federico</i>
Profesión:	<i>PMES Ing.</i>
Lugar de Trabajo:	<i>Grupo TFLA - UTA</i>
Cargo que desempeña:	<i>Gerente General / P.I.</i>
Lugar y fecha de validación:	<i>Ambato, 03/04/2015</i>
E-mail:	<i>luis1105@hotmail.com</i>
Teléfono:	<i>0984349475</i>
Firma:	<i>[Firma manuscrita]</i>
Fecha:	<i>03/04/2015</i>

Muchas gracias

Por su colaboración



MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO:

JUICIOS DE EXPERTOS

MÉTODO DE V DE AIKEN



Según Aiken (1985) el método de V de Aiken es una técnica utilizada en la estadística que permite evaluar la validez de los ítems de un instrumento de medición, generalmente a través de un conjunto de expertos.

Asigne la puntuación de acuerdo a los siguientes parámetros:

Tema de Investigación: EL estrés laboral y el servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Kullki Wasi".

Relevancia: El ítem es adecuado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

1	No es relevante
2	Medianamente relevante
3	Relevante
4	Es totalmente relevante

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

1	Nada claro
2	Medianamente claro
3	Claro
4	Completamente claro

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

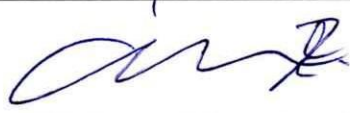
1	Nada pertinente
2	Poco pertinente
3	Pertinente
4	Totalmente pertinente

			Relevancia				Pertinencia				Claridad				Sugerencias
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Nº	Dimensión	Ítems													
Variable Independiente: Estrés laboral															
1	Carga laboral	¿Considera que la cooperativa respeta su horario de salida establecido?				2				4				4	✓
2		¿Con que frecuencia su jefe inmediato le asigna tareas cerca al término de su turno laboral?				4				4				4	✓
3		¿Considera que sus pendientes laborales le sobrepasan?				4				4				4	✓
4		¿Considera que su carga laboral está afectando su bienestar físico o mental?				4				4				4	✓

5	Puestos de trabajo no definidos	¿Cree usted que tiene claridad sobre la meta, misión y objetivo de la cooperativa?																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									</
---	---------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	----

			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
14	Tasa de retención de clientes	¿Considera que los socios/clientes están satisfechos con su atención al punto de continuar vinculados con la institución al largo plazo?				✓				✓				✓	✓
15		¿Usted considera que la inestabilidad laboral, genera un poco de empatía en sus atenciones?				✓			✓				✓		✓
16		¿Usted informa a los socios de las ventajas y beneficios que brinda la cooperativa para fortalecer su participación y fidelización?				✓			✓				✓		✓
17	Recomendación del cliente	¿Considera que su atención está enfocada en la excelencia del servicio que proporciona a los socios?				✓			✓				✓		✓
18		¿Usted muestra empatía y escucha activa en cada atención que ofrece a los socios?				✓			✓				✓		✓
19		¿Considera que los socios se muestran satisfechos y agradecidos con su atención?				✓			✓				✓		✓
20		¿Usted considera que suele ponerse en el lugar del cliente y busca la alternativa más eficiente y eficaz para generar satisfacción y confianza en el socio?				✓			✓				✓		✓

IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO-JUEZ

Validado por:	Ing. Arturo Montenegro R.
Profesión:	Ing. Comercial
Lugar de Trabajo:	UTS
Cargo que desempeña:	Docente.
Lugar y fecha de validación:	Ambato 8/04/2025
E-mail:	af.montenegro@uta.edu.ec
Teléfono:	0984/43099
Firma:	
Fecha:	8/4/2025

Muchas gracias

Por su colaboración

Anexo 5 Índices de estrés laboral y servicio al cliente

- **Indicadores de estrés laboral**

Nombre del indicador: Reconocimiento y motivación

Reconocimiento y motivación

$$= \frac{\text{número de colaboradores con respuestas afirmativas}}{\text{total de colaboradores encuestados}} \times 100$$

$$\text{Reconocimiento y motivación} = \frac{70}{107} \times 100$$

$$\text{Reconocimiento y motivación} = 65,42\%$$

Interpretación: El 65,42 % del personal afirma que recibe reconocimiento y se siente motivado, esto refleja un porcentaje moderado y positivo en la productividad de la cooperativa.

Nombre del indicador: Rotación del personal

Rotación del personal

$$= \frac{\text{número de colaboradores que dejaron la empresa en un período}}{\text{promedio de colaboradores en ese período}} \times 100$$

$$\text{Rotación del personal} = \frac{15}{104} \times 100$$

$$\text{Rotación del personal} = 14,42 \%$$

Interpretación: Existe el 14,42 % de rotación de personal de manera semestral, lo cual indica posibles áreas de mejora e implementar estrategias de retención del talento humano en la cooperativa.

Nombre del indicador: Jornada laboral extensa

Jornada laboral extensa = # de días laborales por semana x horas diarias

$$\text{Jornada laboral extensa} = 5 \text{ días} \times 9 \text{ horas/día}$$

$$\text{Jornada laboral extensa} = 45 \text{ horas semanales}$$

Interpretación: Los colaboradores trabajan en promedio 45 horas semanales, lo cual indica que la salida a veces es respetada por la institución, pero no siempre, esto muestra baja previsibilidad en las jornadas laborales, impactando de manera negativa en el rendimiento del personal.

Nombre del indicador: Absentismo

$$\text{Absentismo} = \frac{\text{Total de días de ausencia}}{\# \text{ total de días laborales programados}} \times 100$$

$$\text{Absentismo} = \frac{7}{22} \times 100$$

$$\text{Absentismo} = 31,88 \%$$

Interpretación: Existe absentismo el 31,88% en la cooperativa, lo que indica que casi una tercera parte del personal puede reflejar problemas con la carga de trabajo.

Nombre del indicador: Nivel de identificación de la empresa

$$\begin{aligned} &\text{Identificación de la empresa} \\ &= \frac{\text{número de colaboradores que se identifican con la empresa}}{\text{total de colaboradores encuestados}} \times 100 \end{aligned}$$

$$\text{Identificación de la empresa} = \frac{61}{107} \times 100$$

$$\text{Identificación de la empresa} = 57,0 \%$$

Interpretación: El 57,0 % del personal afirma sentirse identificado con la cooperativa, lo que refleja un moderado compromiso, sin llegar a ser excesivo.

Nombre del indicador: Sentido de pertenencia

$$\begin{aligned} &\text{Sentido de pertenencia} \\ &= \frac{\text{número de colaboradores que indican sentido de pertenencia}}{\text{total de colaboradores encuestados}} \times 100 \end{aligned}$$

$$\text{Sentido de pertenencia} = \frac{39}{107} \times 100$$

$$\text{Sentido de pertenencia} = 36,45 \%$$

Interpretación: El 36,45 % del personal afirma que existe el sentido de pertenencia, lo que indica bajo o moderado la conexión e inclusión por parte de la cooperativa hacia el equipo de trabajo.

- **Indicadores de servicio al cliente**

Nombre del indicador: Número de quejas por el servicio

Número de quejas

$$= \frac{\text{número de quejas recibidas por el cliente por mes}}{\# \text{ total de transacciones}} \times 100$$

$$\text{Número de quejas} = \frac{42}{1936} \times 100$$

$$\text{Número de quejas} = 2,17 \%$$

Interpretación: Existe un 2,17% quejas por el servicio, lo cual indica una incidencia baja, no obstante, se debe analizar la principal causa (atención en ventanilla, demora, falta de información, etc).

Nombre del indicador: Tiempo de resolución

$$\text{Tiempo de resolución} = \frac{\text{Tiempo total de resolución}}{\# \text{ total de casos resueltos}}$$

$$\text{Tiempo de resolución} = \frac{6000 \text{ horas}}{134 \text{ casos}}$$

$$\text{Tiempo de resolución} = 44,77 \approx 45 \text{ horas}$$

Interpretación: Se indicó unas 45 horas promedio de tiempo de resolución (aprobación de crédito), lo que indica que la cooperativa tiene un moderado nivel de eficiencia en la gestión y solución de problemas.

Nombre del indicador: Tiempo promedio de relación con el cliente

Tiempo promedio de relación con el cliente

$$= \frac{\text{suma total de tiempo de relación}}{\text{total de clientes analizados al año}}$$

$$\text{Tiempo promedio de relación con el cliente} = \frac{7000}{1100}$$

$$\text{Tiempo promedio de relación con el cliente} = 6 \text{ años}$$

Interpretación: Se manifestó que existe una relación de 6 años promedio por cliente, lo que indica que mientras más sea largo el vínculo, mejor será la retención del cliente.

Nombre del indicador: Fidelización

$$\text{Fidelización} = \frac{\text{clientes leales}}{\text{total de clientes}} \times 100$$

$$\textbf{Fidelización} = \frac{3045}{7601} \times 100$$

$$\textbf{Fidelización} = 45,38 \%$$

Interpretación: Existe fidelización en los clientes/socios de 45,38%, lo que indica un porcentaje moderado de que los clientes están satisfechos y dispuestos a seguir con los servicios.

Nombre del indicador: Escucha activa

$$\textbf{Escucha activa} = \frac{\text{número de veces que el cliente se sintió escuchado}}{\text{\# total de interacciones}} \times 100$$

$$\textbf{Escucha activa} = \frac{140}{300} \times 100$$

$$\textbf{Escucha activa} = 46 \%$$

Interpretación: Existe un 46% de escucha activa, lo cual que los empleados si prestan atención y comprenden plenamente lo que dice el cliente.

Nombre del indicador: Cumplimiento de necesidades del cliente

$$\textbf{Necesidades del cliente} = \frac{\text{Clientes que recomiendan}}{\text{total de encuestados}} \times 100$$

$$\textbf{Necesidades del cliente} = \frac{11}{20} \times 100$$

$$\textbf{Necesidades del clientes} = 55 \%$$

Interpretación: El 55% menciona el cumplimiento adecuado de las necesidades del cliente, el resultado refleja moderadamente el compromiso hacia el servicio y representa una oportunidad de mejora.