

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN



**Desempeño laboral del área de operaciones y ventas para la atención
de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2023**

Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Administración

Autora

Blas Lucas, Yuliana Yeraldine

Código ORCID 0009-0009-2085-5472

Asesor

Santos Díaz, Pablo Arnulfo

Código ORCID 0000-0002-8606-3146

HUACHO-PERÙ

2024

INDICE

Indice General.....	i
Indice De Tablas	ii
Índice de figuras.....	iii
Palabra clave:.....	iv
Constancia de originalidad.....	v
Titulo.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
1. Introduccion	1
2. Metodología	23
3. Resultados	26
4. Analisis y discusion.....	49
5. Conclusiones y recomendaciones.....	53
6. Referencias bibliograficas	55
7. Anexos y apèndices	61

Índice de Tablas

N.º		Pág.
Tabla 1:	¿Recibe capacitaciones según a sus requerimientos?	26
Tabla 2:	¿Considera que el personal se encuentra en su puesto de acuerdo a sus conocimientos o perfiles?	27
Tabla 3:	¿Realiza su trabajo en el tiempo que se le asigna?	28
Tabla 4:	¿Se le permite al personal brindar aportes y dar solución a los problemas que pueda haber?	29
Tabla 5:	¿Aprende de manera rápida nuevos procedimientos o formas de trabajo?	30
Tabla 6:	¿Sabe manejar sus emociones ante algún conflicto?	31
Tabla 7:	¿Le gusta trabajar en equipo, para ayudar a sus compañeros?	32
Tabla 8:	¿Su jefe valora su trabajo, y si tiene que corregir lo acepta bien?	33
Tabla 9:	¿Se le incentiva con alguna recompensa cuando cumple con su trabajo eficientemente?	34
Tabla 10:	¿Se le asigna los recursos necesarios para el desarrollo de sus labores?	35
Tabla 11:	¿Cuenta con ambientes adecuados en su área de trabajo?	36
Tabla 12:	¿Cómo califica la atención que se le brinda en la cooperativa?	37
Tabla 13:	¿Cómo califica la atención en línea que otorga la cooperativa?	38
Tabla 14:	¿la comunicación que tiene con el personal es clara y sencilla?	39
Tabla 15:	¿Cómo califica la atención de los horarios establecidos?	40
Tabla 16:	¿Valorice la actitud y predisposición que tienen el personal que lo atiende?	41
Tabla 17:	¿Cómo califica los sistemas tecnológicos de la cooperativa?	42
Tabla 18:	¿Cómo califica al personal en cuanto a seguridad y confianza?	43
Tabla 19:	¿Cómo considera la asesoría que se le brinda en la cooperativa?	44
Tabla 20:	¿Recomendaría sobre los servicios que ofrece la cooperativa a sus conocidos por ser?	45
Tabla 21:	¿Cómo califica las políticas que hay en la cooperativa, sobre los clientes que realizan pagos puntuales?	46
Tabla 22:	¿Considera que el personal tiene empatía para atenderlo?	47
Tabla 23:	Correlación de variables	48

Índice de figuras

Fig. 1	¿Recibe capacitaciones según a sus requerimientos?	26
Fig. 2	¿Considera que el personal se encuentra en su puesto de acuerdo a sus conocimientos o perfiles?	27
Fig. 3	¿Realiza su trabajo en el tiempo que se le asigna?	28
Fig. 4	¿Se le permite al personal brindar aportes y dar solución a los problemas que pueda haber?	29
Fig. 5	¿Aprende de manera rápida nuevos procedimientos o formas de trabajo?	30
Fig. 6	¿Sabe manejar sus emociones ante algún conflicto?	31
Fig. 7	¿Le gusta trabajar en equipo, para ayudar a sus compañeros?	32
Fig. 8	¿Su jefe valora su trabajo, y si tiene que corregir lo acepta bien?	33
Fig. 9	¿Se le incentiva con alguna recompensa cuando cumple con su trabajo eficientemente?	34
Fig.10	¿Se le asigna los recursos necesarios para el desarrollo de sus labores?	35
Fig.11	¿Cuenta con ambientes adecuados en su área de trabajo?	36
Fig.12	¿Cómo califica la atención que se le brinda en la cooperativa?	37
Fig.13	¿Cómo califica la atención en línea que otorga la cooperativa?	38
Fig.14	¿la comunicación que tiene con el personal es clara y sencilla?	39
Fig.15	¿Cómo califica la atención de los horarios establecidos?	40
Fig.16	¿Valorice la actitud y predisposición que tienen el personal que lo atiende?	41
Fig.17	¿Cómo califica los sistemas tecnológicos de la cooperativa?	42
Fig.18	¿Cómo califica al personal en cuanto a seguridad y confianza?	43
Fig.19	¿Cómo considera la asesoría que se le brinda en la cooperativa?	44
Fig.20	¿Recomendaría sobre los servicios que ofrece la cooperativa a sus conocidos por ser?	45
Fig. 21	¿Cómo califica las políticas que hay en la cooperativa, sobre los clientes que realizan pagos puntuales?	46
Fig. 22	¿Considera que el personal tiene empatía para atenderlo?	47

Palabras Claves:

Tema	Desempeño laboral, atención al cliente/socio
Especialidad	Administración

Keywords:

Tema	
Especialidad	Administration

Línea de investigación del VRI. (RCU. N° 4201-2019-USPCU)

Línea de investigación	Talento humano
Área	Ciencias Sociales
Sub área	Economía y Negocios
Disciplina	Negocios y management

CONSTANCIA DE SIMILITUD



VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Vicerrector de Investigación de la Universidad San Pedro:

HACE CONSTAR

Que, de la revisión del trabajo titulado "Desempeño laboral del área de operaciones y ventas para la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2023." del (a) estudiante: BLAS LUCAS YULIANA YERALDIN, identificado(a) con Código N° 1711100345, se ha verificado un porcentaje de similitud del **23%**, el cual se encuentra dentro del parámetro establecido por la Universidad San Pedro mediante resolución de Consejo Universitario N° 5037-2019-USP/CU para la obtención de grados y títulos académicos de pre y posgrado, así como proyectos de investigación anual Docente.

Se expide la presente constancia para los fines pertinentes.

Chimbote, 01 de agosto de 2024

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN



Dr. JAVIER MARTÍNEZ CARRIÓN
VICERRECTOR



**Desempeño laboral del área de operaciones y ventas para la atención
de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2023.**

Resumen

El objeto del estudio será fundamentar que el desempeño laboral del área de operaciones y ventas se relaciona con la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024. El método científico corresponde a una investigación descriptiva correlacional, donde se buscó medir el nivel de asociación que hay entre las variables. Para obtener la data, usamos la técnica de la encuesta, aplicada a dos tipos de poblaciones, trabajadores y clientes, siendo 88 respectivamente. Se obtuvo la confiabilidad del instrumento por el Alfa de Cronbach, así como también se validó por el juicio de expertos. El ordenamiento de la información se hizo mediante el soporte informático del Office Microsoft, permitiendo agrupar en valores numéricos para hacer el análisis en un nivel estadístico. Ante los resultados podemos fundamentar que existe una correlación positiva media y muy significativa entre el desempeño y la atención al cliente, ya que $r=0,622^{**}$, con una significancia de $p=0,000 < 0,05$. esto se pudo ver ante la prueba de estadígrafo de Spearman, lo que hace que la hipótesis sea aceptada, por lo tanto, si se mejora el desempeño de los trabajadores, incidirá de manera significativa en la atención al cliente.

Abstract

The purpose of the study will be to establish that the work performance of the operations and sales area is related to the attention of the partners of INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024. The scientific method corresponds to a descriptive correlational research, where we sought to measure the level of association between the variables. To obtain the data, we used the survey technique, applied to two types of populations, workers and clients, with 88 respectively. The reliability of the instrument was obtained by Cronbach's Alpha, as well as validated by expert judgment. The information was organized using Microsoft Office computer support, allowing grouping into numerical values to carry out the analysis at a statistical level. Given the results, we can establish that there is a medium and very significant positive correlation between performance and customer service, since $r=0.622^{**}$, with a significance of $p=0.000 < 0.05$. This could be seen before the Spearman statistician test, which makes the hypothesis accepted, therefore, if the performance of the workers is improved, it will significantly affect customer service.

1. Introducción

También se han realizado investigaciones a nivel internacional, el estudio de Vega (2024) se centra en la relación entre la variable independiente calidad del servicio y la variable dependiente desempeño laboral, y además estableció un marco teórico relacionado con las variables estudiadas. Los métodos utilizados en Materiales y Métodos incluyen métodos cuantitativos, y el alcance o tipo incluye un grado descriptivo de corrección. La conclusión es que para mantener satisfechos a los socios y al mismo tiempo mantener la lealtad de los clientes, es importante fortalecer la gestión del servicio al cliente, lo que a su vez crea un ambiente de trabajo positivo y motivador para los empleados, lo cual es importante para mejorar el bienestar de los empleados. ser y felicidad. importante inversión.

El autor Guacho (2024), propuso desarrollar estrategias combinadas con una mejora del servicio al cliente para posicionarse como el primero. Este estudio utiliza el método de investigación descriptivo. Los resultados obtenidos muestran que mientras no se apliquen correctamente las estrategias en atención al cliente no se logra nada, es decir. no podrá posicionarse como una de las mejores cooperativas y, al mismo tiempo, la aplicación incorrecta de estrategias afectará la fidelidad de los clientes, por lo que no lo es. Recomiendan buscar a alguien que capacite a los empleados para que todos los socios se sumerjan en el conocimiento de las herramientas y estrategias de atención al cliente, y la calidad del servicio se registre en la mente de los usuarios para que no duden en visitar nuevamente la empresa. y nuevamente tratar de oportunidades de cooperación. El posicionamiento dará un gran paso adelante si al frente de la cooperativa hay personas formadas.

En su estudio de Abad (2021), propuso el uso del modelo Servqual para determinar la satisfacción de los socios y clientes y ayudar a mejorar la calidad del servicio al cliente. Para ello, las entidades financieras. Se realizó una encuesta a sus socios y clientes para conocer su satisfacción con los servicios prestados por la cooperativa. Los resultados obtenidos revelaron una brecha

entre las expectativas y las percepciones de que los clientes están satisfechos con la cooperativa Insatisfechos con el servicio brindado. Por ello, se proponen estrategias que pueden ayudar a mejorar la calidad de los servicios cooperativos para aumentar la satisfacción de sus socios y clientes.

El objetivo de Sánchez (2023) es “Análisis de la atención al cliente en la prestación de servicios bancarios mediante herramientas estadísticas en la cooperativa de ahorro Jardín Azuayo” y los resultados se obtienen a partir de la información recopilada con un peso y ponderación satisfactorios. promedio. 3.63 , lo que demuestra que a la Cooperativa de Ahorro Jardín Azuayo le va bien (...), este resultado se debe a la naturaleza irregular del sistema financiero, donde todas las unidades bancarias están en línea, donde cada unidad logra superarlo; situación varias veces a la vez, otras unidades tardan en responder, pero en sí misma es difícil satisfacer plenamente a los clientes.

También Villacís (2023), el propósito de su investigación es evaluar las variables del comportamiento organizacional de la cooperativa de ahorro y crédito “COACMES” y su impacto en el desempeño laboral, utilizando finalmente como insumo principal la matriz 5w 1h y el análisis de la problemática a resolverse como principal aportación, un plan de mejora oficial. Los resultados determinaron que existe un efecto positivo moderado e insignificante entre el comportamiento organizacional y el desempeño laboral, por lo que concluimos que las cooperativas deben adoptar y aplicar mecanismos de mejora que contribuyan al deterioro de la situación existente.

Mientras, Villegas (2022), tuvo como objetivo investigar el tipo de atención que reciben los clientes utilizando aplicaciones de observación directa y encuestas para identificar factores que contribuyen a una mayor atención a los clientes de una institución. La cooperativa Juan Pío de Mora se especializa en componentes financieros como servicios de ahorro y crédito para sus socios, pero también prioriza el componente humano, social y solidario. En las cooperativas se han identificado problemas de que los clientes no están satisfechos con el sistema de atención al cliente: se retrasa el suministro de

información o el cumplimiento de las solicitudes de los clientes, además los empleados de las cooperativas a menudo no están preparados y no son profesionales. modelo.

Gutiérrez (2022), cuyas investigaciones se centran en mejorar el desempeño laboral del sector crediticio y brindar buenos servicios a los socios de la Cámara de Comercio de Cooperativas de Crédito de Ambato, no es así como lo hace la cooperativa. Información sobre departamentos o servicios de crédito. Por lo tanto, es necesario desarrollar estrategias de mejora del desempeño que incluyan lineamientos para que los afiliados puedan obtener información sobre el departamento de crédito y los servicios ofrecidos sin acudir al cajero. Nuestro objetivo es que los miembros tengan una buena experiencia al visitar las instalaciones, para que el personal médico siempre se sienta bienvenido.

Andrés (2021) plantea que toda institución financiera o no financiera debe mantener un control en relación a la calidad de los servicios que brinda a los clientes, por lo que es necesario estudiar dónde pueden estar las debilidades internas y externas de la organización para poder tomar medidas preventivas y medidas correctivas. medidas, recursos, actividades y tiempo pueden dirigirse al logro de una eficiencia y eficacia administrativa adecuada para el logro de la misión fijada por la cooperativa de ahorro y crédito. Con base en los datos obtenidos en las entrevistas, se puede concluir que las falencias de la cooperativa son principalmente la falta de programas de capacitación para promover el desarrollo personal y profesional de los socios, además, no existe presupuesto para tal fin y, según En los datos de la encuesta, hay problemas evidentes con la seguridad, por lo que se recomienda mejorarlos para poder mejorar significativamente el servicio al cliente.

Cuyo & Lictapuzon (2021) plantearon que la evaluación del desempeño es considerada un punto clave para determinar las capacidades del personal en las organizaciones, porque a través de ella se pueden identificar los aspectos más importantes que impactan en los servicios y el desarrollo organizacional. (...) con

este tipo de investigaciones se evaluará a los usuarios mediante un cuestionario cerrado sobre el trato que reciben del personal administrativo que trabaja en la organización, y se realizarán entrevistas mediante preguntas abiertas a los directivos para conocer su percepción sobre el talento. implementación del modelo de evaluación para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sumak Kawsay, en el Estado de Ramana.

Rodríguez (2020), indicó en su estudio que las actividades de capacitación se realizan de acuerdo a los requerimientos específicos de cada sector y que existen áreas donde las necesidades aún no están cubiertas, lo cual es razón suficiente para desarrollar el programa de capacitación propuesto, pues se está abordando. el coraje del personal directivo y administrativo de la unidad estructural, y con su utilización se busca dotar a los empleados de nuevos conocimientos y una nueva actitud hacia el trabajo, lo que significa un mejor desempeño, lo que contribuirá a la mejora del servicio al cliente, En su opinión, ; No de alta calidad. Los resultados obtenidos con las propuestas de este artículo serán implementados inmediatamente por los directores de las cooperativas, asegurando la mejora de los derechos laborales y el aumento de la eficiencia de las actividades laborales de acuerdo a la nueva situación.

Chicaiza (2019) encontró en su estudio que las cooperativas no cuentan con un método de evaluación del desempeño, plan de capacitación y área de manual funcional para asignar tareas específicas a cada área de trabajo, y los trabajadores carecen de capacitación y tienen un bajo nivel de educación. Definir y crear un modelo de evaluación del desempeño 360° que incluya autoevaluación, evaluación sumativa y evaluación individual, y proponer estrategias para mejorar los niveles de desempeño en función de los resultados de la evaluación. Se recomienda al director general utilizar este consejo ya que reducirá tiempo y recursos para contar con personal altamente calificado en todas las áreas de trabajo de la cooperativa.

En un estudio nacional, Pretell & Ríos (2024) encontró que mencionaron que sus empleados rara vez utilizan los canales digitales para hacer negocios, lo

que genera una alta demanda de sus canales directos, debido a que los socios se caracterizan por ser tradicionales, prefieren la atención personalizada. gestionar sus actividades. , para animarlos a descargar y utilizar la aplicación para sus actividades. Según el análisis de viabilidad económica realizado, esta alternativa demostró ser sostenible y rentable en el largo plazo, por lo que la conclusión final fue incentivar a los empleados a adaptarse. el mismo canal de servicios en todas las aplicaciones para ayudar a mejorar la experiencia y la lealtad de los empleados.

Alvarado & Pin (2024) plantearon que el liderazgo organizacional se centra en la gestión de recursos y procesos para alcanzar las metas, mientras que el desempeño laboral se refiere a la productividad y eficiencia de los empleados, y ambos están interrelacionados en las organizaciones, por lo que este estudio se centra en el análisis de Lomas Cooperativa. Delaware. Ahorro y Crédito Salitre Ltda Sargentillo Esfuerzo del Trabajo del Personal Gestión Organizacional. El método se lleva a cabo con la ayuda de encuestas y entrevistas. Los resultados resaltaron la importancia de una gestión organizacional efectiva para mejorar el desempeño laboral y la satisfacción de los socios, ya que el 67% de los empleados indicaron estar parcialmente satisfechos con su trabajo, a pesar de esto, el 81% de los socios estaban satisfechos con la calidad de los servicios de la cooperativa.

Guillén & Guillén (2023) tienen como objetivo determinar en qué medida la implementación de herramientas y desarrollo de métodos BPM mejora la eficiencia del proceso de venta de seguros en Caja Rural de Ahorro y Crédito Cencosud Scotia Perú S.A. Para ello concluyeron que estos métodos y herramientas técnicas BPM nos ayudaron a reducir el tiempo promedio en el proceso de venta de seguros no obligatorios y alcanzar indicadores clave que cumplen con los estándares de las entidades financieras de nuestro mercado. Estos métodos y herramientas técnicas de BPM también nos ayudaron a reducir la tasa de seguro de las aplicaciones de reciclaje y alcanzar el objetivo esperado, pero todavía tenemos brechas para mejorar aún más y reducir el reciclaje a cero.

El objetivo general de Corber (2023) es proponer una estrategia de optimización utilizando la banca móvil para mejorar la atención al cliente en la Sucursal de Ahorro y Crédito Municipal Chachapoyas Huancayo, 2020. El modelo de investigación es descriptivo. Por lo tanto, se ha establecido que el uso de la banca móvil entre los clientes del respectivo banco ha aumentado en los últimos tres años, aunque hay un grupo de clientes que no están satisfechos con el tipo de servicio y prefieren el presencial. hacer frente a las transacciones. Los mayores problemas de la banca móvil están relacionados con la complejidad de las aplicaciones y la saturación del sistema. Las estrategias de incentivos son esenciales para impulsar la demanda de los clientes para que puedan atraer negocios a la banca móvil y formar parte de la transformación digital de la sociedad.

Oviedo y Bedía (2023) en su estudio propusieron ciertas estrategias operativas o de marketing y mejoras en la calidad del servicio al cliente para aumentar el conocimiento de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito La Portuaria, lo que finalmente condujo al desarrollo de la cooperativa tanto entre los socios. y en forma. de cuota de mercado. En este sentido, se adopta un marco teórico de estudio de caso, que examina la situación actual e histórica de la empresa y su contexto de desarrollo. Los resultados de esta encuesta muestran la percepción actual de los participantes sobre los servicios actuales que prestan las entidades en los diferentes canales. Actualmente, los socios no utilizan mucho estos oleoductos porque no los comprenden y no los utilizan, además de que la empresa carece de actividades de comunicación. Además, sufren las desventajas del servicio presencial y la distancia de la oficina.

Villegas (2022) intentó analizar la atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Juan Pío de Mora” de la ciudad de Babajoyo, provincia de Los Ríos, mediante un método descriptivo utilizando métodos de encuesta aplicados a los clientes de la cooperativa. Entrevistas al personal. La atención al cliente no satisface a los usuarios debido a muchas deficiencias como confusión durante la atención al cliente, conocimiento insuficiente del personal de atención

al cliente, mala actitud hacia los clientes, etc. Estas falencias se concentraron en la cooperativa de ahorro y préstamo “Juan Pío de Mora”, por lo que se hicieron recomendaciones de mejoras, como la capacitación del personal y el desarrollo de nuevas estrategias, lo que a su vez ayudó al surgimiento de esta cooperativa.

Ramírez (2022) intentó determinar la relación entre las percepciones sobre la calidad de la atención y la satisfacción de los socios de la cooperativa de ahorro y crédito de Santa María Magdalena de Andahuaylas en el año 2021. La conclusión es que la significancia de cualquier contraste no es mayor que 0,05, por lo que todas las hipótesis negativas se rechazan automáticamente. Asimismo, se concluye con un 95% de confianza que existe una correlación moderada de $Rho\ 0.405^{**}$ entre las dos variables centrales, lo que indica claramente que la calidad tiene una fuerte influencia en el logro de la satisfacción. En cuanto a las dimensiones, existe la misma relación entre capacidad de respuesta y satisfacción por un lado con un $Rho\ de\ 0,427^{**}$.

Cuevas & Torres (2021) tuvo como objetivo determinar la relación entre el servicio al cliente y el posicionamiento de marca de una institución financiera en una región. Claramente el problema de atención al cliente y conseguir una marca existe en diferentes partes del mundo, por ejemplo lo que pasó con el Banco de Lima, es muy parecido al tema de investigación porque no se consigue en el mercado financiero. Sin satisfacción del cliente lo es. Sin embargo, también carece de una estrategia para lograr la satisfacción del cliente y lograr el reconocimiento social. Por otro lado, no actuar de inmediato puede tener consecuencias graves, por lo que las evaluaciones ex ante en las instituciones financieras deben tratarse con cautela.

Flores (2021) se propuso determinar el impacto del desempeño laboral en la productividad de los empleados en Amazon Savings and Credit Union. Este estudio tiene una metodología básica, de tipo correlacional y de nivel no experimental, es decir, contrastar la aparición de una variable frente a otra en lugar de manipularlas. Excel se utiliza para el procesamiento de datos mediante tablas estadísticas. El objetivo es comprender si una variable afecta a otra

variable. Según la tabla chi-cuadrado existen 2 grados de libertad, el valor de X^2 es 5,99 menor que el calculado por Amazon Savings Credit Union.

En su estudio, Hilares & Husca (2019) recomiendan el uso del neuromarketing en la atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credicusco en la provincia del Cusco - durante el año 2019, considerando precios, horarios, música y estimulación visual. El nivel de investigación fue descriptivo, el diseño fue no experimental y transversal, y la muestra de investigación resultante estuvo conformada por 227 socios potencialmente activos de la cooperativa de ahorro Credicusco y un total de 14 empleados que brindaban atención al cliente, como técnicos. Camino. De acuerdo a los resultados obtenidos se encontró que el uso del neuromarketing es muy bajo, esto se debe a que los socios de atención al cliente no conocen el concepto y los potenciales beneficios que brinda, lo cual se refleja en las respuestas dadas en las estadísticas según la escala de uso. Datos que pueden determinar qué tan bien una empresa está utilizando una herramienta.

Salvatierra (2018) intentó determinar las características de la calidad del servicio en el proceso de atención de la plataforma municipal de banca de ahorro y crédito de la región de Tumbes en el año 2018, tipo de método: nivel descriptivo: cuantitativo, diseño: no experimental. La conclusión es que las instituciones financieras deben capacitar a sus empleados en atención al cliente, prestar atención personal y genuina a los clientes, enfatizar el aprecio de los empleados por el buen servicio al cliente, realizar encuestas en la institución financiera para evaluar la calidad del servicio y poder identificar áreas. para mejorar y mejorar el sistema de colas para que los clientes no sientan que están siendo atendidos durante demasiado tiempo.

Para brindar una base teórica para hacer trabajo a nivel científico, Gutiérrez (2022) sostiene que el concepto de hacer trabajo reconoce la realidad del trabajo de cada individuo que busca ayuda con sus habilidades. Las instituciones pueden tener modelos eficientes que no afecten a los socios. En lugar de hacer que el cliente espere varios minutos para recibir un programa, se

esfuerzo por ser eficiente y rápido a la hora de generar cualquier tipo de programa.

Alvarado & Pin (2024) afirmaron que el desempeño laboral puede variar de un empleado a otro y puede verse influenciado por factores como la capacitación, la motivación, la satisfacción laboral y las condiciones laborales.

Gamarra (2023) la define como la calidad del trabajo que realiza cada empleado para realizar las tareas diarias. Aplicar comentarios a situaciones, contratar o despedir personas, promover empleados a un puesto específico

En cuanto a la importancia de la medición del desempeño, podemos decir que la evaluación del desempeño en la institución trae beneficios directos a los empleados, ya que determina las áreas en las que mejor se desempeñan, debiendo recalcarse que siempre se debe tener en cuenta su preparación académica. cuenta. Por consideración. La capacidad de un individuo para liderar un equipo de trabajo debe desarrollarse colectivamente, porque un líder es sólo un guía, no alguien que impone su voluntad a los demás, por lo que es importante elegir profesionales que persigan intereses comunes y no sólo de un lado específico. profesionalmente.

Por otro lado, según González (2022), las características de desempeño laboral toman en cuenta varias características al momento de evaluar el desempeño laboral, y estas características se convierten en las herramientas básicas de la gestión de recursos humanos, y las características del autor se presentan en detalle a continuación: participación, responsabilidad, interacción, creatividad, resiliencia

En cuanto a los factores que afectan el desempeño laboral, según Cursalab (2023), “En general, muchos factores afectan el desempeño laboral de los empleados, afectando con ello su capacidad para concentrarse, realizar tareas de manera efectiva y convertirse en una parte valiosa de la organización”.

Un entorno de trabajo organizado y colaborativo aumenta la productividad. Desarrollo Profesional: Brindar a los empleados oportunidades

de crecimiento dentro de la empresa para que puedan desarrollar mejor sus habilidades y conocimientos y así mejorar su desempeño.

Comunicación: La comunicación eficaz es un pilar importante de una organización y contribuye a un mejor desempeño de los empleados.

Reconocimiento: El reconocimiento de los empleados es fundamental ya que aumenta la satisfacción laboral y la motivación para alcanzar los objetivos de la empresa.

Gestión: En general, una gestión que anime, motive y oriente a los empleados supone mucho esfuerzo de trabajo.

Asimismo, existen otros factores que afectan directamente el desempeño laboral, uno de los cuales es la falta de capacitación en el trabajo. Cada campo laboral debe diferenciarse en función de la formación vocacional, ya que el capital humano debe desplegarse en función de sus capacidades laborales. Otro factor es el ambiente de trabajo. Uno de los problemas más comunes es el estrés de no tener el trabajo adecuado. Esto, combinado con la falta de descansos activos durante la jornada laboral, puede provocarles un estrés extremo e impedirles realizar su trabajo. Haz bien cada trabajo.

Otro factor es el entusiasmo por el trabajo. Si las personas que trabajan en diferentes áreas de trabajo no pueden realizar bien sus tareas, esto conducirá a una disminución en el crecimiento de la organización. Por lo tanto, las personas necesitan estar constantemente motivadas mediante recompensas por su desempeño.

Según Paz (2019), la evaluación del desempeño es un proceso que tiene como objetivo informar a los empleados sobre cómo trabajan y su nivel de desempeño para desarrollar planes de mejora basados en los resultados, mejorando así el nivel de desempeño del empleado en el desempeño futuro. sus funciones.

Pachón (2018) agrega que la evaluación debe ser objetiva, objetiva y justa, tomando en cuenta el comportamiento positivo y negativo específico de su

trabajo en el tiempo y espacio que se evalúa.

La evaluación del desempeño es importante porque puede revelar problemas con la supervisión del personal, apego de los empleados a la organización o al puesto actual, discordia, desperdicio de empleados cuyo potencial es mayor que los requisitos del trabajo, motivación, etc., dependiendo del tipo de empleado. de problemas y ayuda a decidir y formular políticas de recursos humanos que satisfagan las necesidades de la organización. (Bueno, 2012).

Chicano (2016) afirmó que la tasación es un proceso continuo y sistemático de evaluación del personal en cualquier nivel y en cualquier departamento relacionado con el desempeño laboral y no involucra ningún factor personal entre el tasador y el evaluado. Los elementos que los autores consideran relevantes para su evaluación incluyen:

Aspectos relacionados con la organización personal de las emociones de los empleados; Mauleón (2022) dice que el propósito de la evaluación del desempeño es “Aquellas organizaciones que quieran alcanzar la cima del éxito organizacional deben desarrollar planes detallados y es importante monitorear a los empleados para ver si están cumpliendo con esta responsabilidad”.

Los objetivos son: aumentar la productividad, generar confianza y productividad, garantizar el desarrollo profesional, evaluar la retención de empleados y proporcionar evidencia.

El propósito y objetivo básico de la evaluación del desempeño del talento es que el gerente o responsable de la empresa utilice métodos de evaluación para evaluar el desempeño de los empleados y determinar el salario que reciben los empleados a través de grados salariales.

Identificar oportunidades para que los gerentes validen el desempeño de los empleados (crear motivación) y facilitar la verificación a través de programas y estrategias que puedan mejorar significativamente el desempeño (Ibídem, 2011).

En cuanto al fundamento teórico a nivel científico de la Atención al cliente/socio, los clientes serán considerados miembros en este estudio porque la institución es una cooperativa de crédito. Un cliente es una persona, empresa u organización que voluntariamente compra o adquiere para sí, otra persona u organización los productos o servicios que necesita o desea, por lo tanto, es el motivo principal de la creación, producción, producción y venta de bienes y servicios (Solórzano y Nereida, citados en 2013).

El servicio al cliente o socio es un conjunto de actividades desarrolladas por una organización orientada al mercado para satisfacer las necesidades de los clientes y determinar sus expectativas actuales (y muy probablemente sus necesidades futuras) con el fin de lograr la puntualidad. 2007, citado en Guillén & Guillén, 2023).

Mateos y Torres (2022) señalaron que los aspectos relacionados con la comunicación son especialmente pronunciados en la atención al cliente. De hecho, la manera en que se atiende a los clientes ahora se considera fundamental para su satisfacción. La mayor sensación de satisfacción de un cliente está íntimamente relacionada con lo atendido que se siente, y lo que realmente le importa cuando compra o vuelve a llamar es la sensación personal de ser escuchado y comprendido.

Andrès (2021) afirma que se puede entender que el servicio al cliente es importante porque los clientes satisfechos obtienen ganancias y muchas veces comprarán el mismo o diferente producto en el futuro y, si se cumplen las expectativas, tendrán una experiencia agradable e informarán a los demás para que la empresa obtenga publicidad positiva, como una mayor cuota de mercado.

Fernández (2012) lo menciona en su libro El servicio al cliente en los procesos de negocio. Define a un cliente como cualquier persona que recibe un producto o servicio. Como hemos visto, el principio y el fin de toda actividad empresarial e institucional es el cliente.

Guacho (2024) menciona que el cliente de hoy es un factor muy

importante en cualquier negocio y por ello se le debe mostrar un gran respeto, es decir. atención de calidad, un servicio que lo satisfaga que pueda recomendar y regresar, es cierto porque cada uno es mediador de las referencias de empresa que tiene, por lo que este cambio debe ser un esfuerzo colectivo en toda la organización. Por otro lado, se modifica la ley general de legislación cooperativa de conformidad con el D.S. 074/90-TR y T.U.O y decretos. Los artículos 141 y 592 de la Ley establecen:

Art. 16. Para ser considerado socio, la persona física debe tener capacidad de obrar, salvo los menores de edad. Además, la membresía en cooperativas y organizaciones constituidas de conformidad con los requisitos de los estatutos de la cooperativa debe estar formalmente constituida y registrada de conformidad con la ley y sus estatutos. Arte.

El artículo 21 establece que las personas que obtengan la membresía deben ser conscientes de sus aportes y cumplir con obligaciones cooperativas y/o con sus pares, mientras que el artículo 22 establece que el registro de membresía debe ser cancelado. Exclusión por las causas previstas en los estatutos de la cooperativa o muerte súbita, liquidación (si se trata de una persona jurídica) y art. final.

El artículo 23 explica las circunstancias en las que un socio se retira voluntariamente y ejerce sus derechos y libertades conforme a los estatutos y, finalmente, el artículo 24 establece que si se cancela el registro de un socio, su cuenta será cerrada y registrada. , los intereses, aportaciones y beneficios correspondientes, los pasivos descontados y una parte proporcional de las pérdidas incurridas al final del año.

Si queremos saber quiénes son los socios de la cooperativa según (Elio, 2006, citado en Ramírez (2022)), se muestra que: individuales o colectivos, naturales o jurídicos, los socios son personas que realizan compras o que actúan voluntariamente, según sus requerimientos o diferentes productos y/o diferentes servicios a producir, producir y vender.

Desde este punto de vista, existen dos tipos diferentes de socios, a saber: socios internos y socios externos. Refiriéndose a cierto tipo de clientes, la atención personalizada: Este tipo de clientes genera discusiones porque quieren tener siempre la razón, exigen atención especial y generalmente son desconfiados. No es recomendable hacerlos esperar, mostrar comprensión y demostrar competencia y confianza en la información que les brindamos. (Fernández, 2015).

Cliente conversador: este tipo de cliente suele mostrarse sonriente y amable, aunque esto puede provocar una atención excesiva en detrimento de otros clientes que esperan, aunque muestre evidente seguridad, debe ser el factor de nuestra interpretación y el centro de nuestro tiempo (Fernández ; 2015).

Clientes omniscientes: muestran un alto nivel de seguridad y creen que conocen toda la información antes de recibirla, sienten que tienen la verdad absoluta, muestran un sentido de superioridad, les gusta presumir e imponer sus estándares, son orgullosos y fácilmente influenciados. Es importante evitar discusiones, no proyectarlo negativamente, comprender su actitud y evitar retrasos o malentendidos que provoquen su agresión. (Fernández, 2015).

Cliente impulsivo: muestra impaciencia, nerviosismo, alta emocionalidad, descuido y constante cambio de opinión. No es recomendable ofrecerle más opciones ni hacerle esperar.

Cliente grosero: es gruñón, grosero, discutidor y abusivo y parece fuerte y agresivo. Es importante expresar opiniones tranquilas y desapasionadas con confianza. (Fernández, 2015).

Cuando se trata de la importancia del servicio al cliente, Torres lo define. (2010) "Las organizaciones del siglo XXI enfatizan cada vez más la importancia de los clientes en su planificación comercial. "Las empresas se centran en las necesidades y expectativas de sus clientes y en cómo satisfacerlas".

López (2016) en La Importancia de la Satisfacción del Cliente define el servicio como: La satisfacción del cliente beneficia a la empresa, ej. Los clientes

satisfechos volverán a comprar después de realizar una compra. Crea un vínculo con la marca y se convierte en un consumidor más fiel.

Es muy importante intentar satisfacer a los clientes, teniendo en cuenta las ventajas que ofrece y la situación actual del mercado, cuando las ofertas son muy elevadas y el número de competidores va en aumento. Los clientes son como socios.

En su libro *Comunicación y Atención al Cliente* (2017), Serrano define a los clientes como cuatro puntos:

El cliente es nuestro "jefe" y la razón de su existencia. Es la persona más importante de nuestra industria.

El cliente no depende de nosotros, nosotros dependemos de él. Cuando un cliente compra un producto o servicio, nos está haciendo un favor, es el alma de nuestra empresa y de cualquier otra empresa. Esta es la parte más importante de nuestro negocio.

El cliente es quien nos transmite sus necesidades y deseos, y es él a quien tenemos que satisfacer y agradar, por eso se merece nuestro más cálido y atento trato.

Un cliente es una persona con sentimientos y emociones, no una fría estadística. Gracias a él realizamos nuestras actividades para que su visita no interfiera con nuestro trabajo y siempre sea una cálida bienvenida.

El principio de servicio al cliente Gutiérrez (2022) considera que el servicio al cliente es una de las herramientas que dan valor agregado a los servicios sin incurrir en costos adicionales para adquirir nuevos clientes y socios, donde se debe observar el respeto de la oferta y la demanda frente a los competidores y socios. ; para la estandarización. Para la propia institución (Abad, 2014), crear una política de servicio y atención al cliente promueve un ambiente de trabajo que deja tiempos de espera innecesarios, por lo que los clientes y socios colaboradores tienen las siguientes expectativas:

Los clientes y socios comerciales deben ser tratados con atención y

respeto. Las sugerencias y comentarios positivos y negativos contribuyen a la mejora continua de la organización.

Los beneficios deben centrarse en la satisfacción de los socios y clientes. Se debe garantizar calidad, tiempo de espera, precio y cantidad.

Las estrategias de marketing deben estar vinculadas a las necesidades del cliente a través de productos o servicios. Definir qué son las cooperativas de ahorro y crédito según Barba y Gaviláns (2016), son como empresas constituidas por personas físicas que están legalmente autorizadas para realizar intermediación financiera a través de sus productos financieros y no financieros, con mediación económica, financiera, social y ambiental; eficiencia en la resolución de problemas de socios.

Piedra y col. (2019) sostienen que estas instituciones son alternativas distintas al capitalismo porque, de acuerdo con el principio de cooperación, mejoran la calidad de vida al brindar diversos servicios en beneficio de sus semejantes.

Gutiérrez (2022), según el D.S. creada por la Ley de Cooperación 074/90-TR, es una asociación voluntaria e independiente de personas que deciden unirse para crear una organización con prácticas democráticas, cuya gestión y administración debe cumplir con lo que los socios consideran adecuado para el mercado, actuar económicamente. Su objetivo es satisfacer las demandas, necesidades y aspiraciones sociales, económicas y culturales justas de todos los socios.

Preocuparse por la satisfacción del cliente es muy importante según (Philip, 2017): "Las empresas crean una cultura muy profunda que implica valorar ciertas cosas, la satisfacción del cliente significa medir la mentalidad de una persona que percibe bienes o servicios y si le conviene; expectativas "Lo que hace que esto sea positivo es considerar el estímulo y ver si aumenta la satisfacción".

¿Cumple con sus expectativas y deseos, especialmente si el servicio

prestado es intangible y sólo el cliente lo evaluará subjetivamente? Según Pozo (2020), “Simboliza el grado de satisfacción que sienten los consumidores luego de recibir un producto o servicio, el cual se calcula a partir del valor recibido y sus expectativas antes de recibir el producto o servicio, tomando en cuenta los siguientes factores, satisfacción del cliente.

Respecto a la percepción del cliente (socio Hilares & Usca (2019) nos dice que es importante entender este tema porque cuando una persona decide comprar un producto o servicio, es el elemento principal que le da información al sujeto sobre si comprar o no. comprar, convertirse en percepción

Importancia de la percepción: cada uno tiene una percepción diferente de cada producto o servicio que percibe, incluso si un millón de personas ven el mismo anuncio o compran el mismo producto, ¿tendrán siempre una percepción diferente que el resto de personas? Desde una perspectiva de neuromarketing, un producto o servicio es:

Estructura cerebral, porque ocurre en el cerebro del cliente, no en el cerebro de la empresa, donde se crea y posiciona la marca, producto o servicio.

La decisión final de elegir un producto o servicio es una percepción impulsada por la percepción del cliente.

La percepción del consumidor es más importante que la percepción de la empresa. La percepción de un sujeto determinará su comportamiento.

La clave para un buen servicio al cliente Team (2010) sugiere que los profesionales deben ser capaces de informar y guiar a los clientes a través del proceso, anticiparse a sus necesidades e identificar de esta manera a los clientes, llamando su atención sobre esta situación inusual, independientemente de si se sienten intimidados o infeliz; con el comercio. (121, págs.).

Está claro que la formación es sencilla, el reto es precisar los elementos de la relación con el consumidor, la fidelización del cliente depende no sólo de su desarrollo, sino que el comportamiento depende naturalmente de las fortalezas de la empresa y de la distribución, cuál es el papel. de determinar, determinar,

decidir cada elemento.

Podemos justificar teóricamente por qué este estudio se basa en la base teórica de las variables de desempeño laboral y la forma de atender al cliente para realizar una investigación profunda en situaciones reales en diferentes épocas, porque sabemos que estamos en constante cambio, porque las organizaciones y la academia necesitan nuevos enfoques teóricos para explicar diversos fenómenos que ocurren en un momento dado en relación con variables dadas.

En la práctica, podemos asumir que las cooperativas encuestadas podrán identificar los puntos claves respecto del comportamiento, actitud y desempeño de sus empleados, para luego tomar decisiones sobre los cambios a incluir. Con base en lo anterior, esta evaluación pretende brindar resultados relevantes para el mejor desarrollo de las actividades cooperativas, incluyendo socios de cooperación, estructura organizacional, entorno y tecnología, así como variables que determinan el esfuerzo laboral, con el fin de incrementar la conciencia de las cooperativas.

El presente estudio se justifica en función de la metodología porque se utilizan la encuesta y el cuestionario como técnica e instrumento de investigación, además se utiliza el método estadístico para analizar los datos y emitir conclusiones las cuales se realizarán utilizando el método inductivo y con un enfoque cuantitativo, permitiendo al arribo de conclusiones en relación a los objetivos propuestos.

Desde la perspectiva social, los principales hallazgos se dirigen a las financieras y sus colaboradores, ya que, a partir de la información obtenida sobre el estado actual del desempeño del área de operaciones y ventas, con el fin de diseñar las mejores estrategias para mejorar la atención a sus socios y contar con buenos niveles de rentabilidad en beneficio de los ciudadanos de Barranca.

Las razones que se valoraron desde el punto de vista científico, se justifican porque para la realización de esta investigación, se originan en la

necesidad de poder contar con instrumentos que permita evaluar los indicadores para medir el desempeño y su mejora en la atención en los socios. El uso de técnicas e instrumentos en un nivel científico, permite generar nuevo conocimiento científico en relación a las variables.

Ante la problemática identificada podemos referirnos a lo que son las cooperativas, Ruiz y Lemaitre (2016), son entidades formales creadas voluntariamente por un grupo de personas con el objetivo de satisfacer necesidades económicas, sociales y culturales comunes a través de prácticas, cooperación y ayuda mutua basada en principios.

Por lo tanto, analizando la problemática que enfrenta la cooperativa de ahorro Barranca INTERFINCO COOPAC, se puede observar que el rendimiento laboral va disminuyendo día a día y la eficiencia laboral es baja debido a factores internos y externos provocados por causas de fuerza mayor. Las herramientas necesarias para realizar las tareas pueden causar estrés y ansiedad al personal por temor a perder su empleo, lo que se refleja en un bajo desempeño y calidad de la atención a los socios. En tanto, Guacho (2024) en su estudio habló sobre los problemas que afectan a la cooperativa Daquilema, es necesario analizar las posibles estrategias que se podrían ofrecer que ayudarían a lograr mejores resultados y lograr un excelente servicio al cliente. Un mejor posicionamiento en el mercado es diferenciarse de otras cooperativas para lograr los objetivos deseados.

Si bien Gutiérrez (2022) afirma que el desempeño laboral es el pilar principal para definir el desempeño de los empleados en las actividades como un proceso manejable que integra varios componentes como el talento y el ambiente, es importante asegurar un desempeño laboral suficiente para lograr el desempeño esperado.

Sabiendo que estamos viviendo una crisis económica global, los socios ya no vienen a solicitar préstamos, lo que reduce su capacidad de trabajo y los lleva a la desesperación. También aumentará la falta de comunicación, supervisión y reducción de procesos inicialmente insignificantes, que afectan el

desarrollo del recurso más importante de la empresa, el recurso humano (Paredes, 2012). En este sentido, nos planteamos la siguiente pregunta; ¿De qué manera el desempeño laboral del área de operaciones y ventas se relaciona con la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024?

Para conceptualizar la primera variable, Bautista et al. (2020) el desempeño laboral es el nivel de desempeño y productividad que los empleados alcanzan en el trabajo, es decir, la forma en que una persona realiza tareas y responsabilidades en el lugar de trabajo y demuestra su capacidad para alcanzar metas.

Esta variable de desempeño laboral tiene varias dimensiones. Como sugirió Arias (2011), cómo evaluar el desempeño de los empleados de la siguiente manera:

Competencias: Esta dimensión explica los puntos conceptuales y prácticos que una persona necesita adquirir para obtener y desempeñar un puesto de trabajo. Las partes básicas de este campo se pueden encontrar en las metas, misiones, planes y estrategias propuestas por las empresas e industrias.

Habilidades: Esta dimensión se refiere a las habilidades mentales y psicomotoras para realizar y completar un trabajo. **Personalidad:** esta dimensión se refiere al movimiento de las interacciones interpersonales, el pensamiento y las emociones que se muestran frente a los demás.

Expectativas: El impacto del desempeño esperado cae dentro de esta dimensión, particularmente en términos de recompensas y sanciones. Los recursos son la disponibilidad de un conjunto de factores internos o externos para realizar determinadas actividades.

Para conceptualizar la segunda variable, es decir, el servicio al cliente, se utiliza a Palomo (2014), quien afirma: "Es un conjunto de actividades iniciadas por una organización que tiene como objetivo relacionar, identificar las necesidades de los clientes en las compras, satisfacer sus necesidades, y así lograr este objetivo." Podemos crear o aumentar la satisfacción del cliente

cumpliendo sus expectativas” (p. 2). Para la segunda variable se recomiendan las siguientes dimensiones:

Según Guacho (2024), la capacidad de respuesta se refiere al grado en que una organización está preparada para recibir tareas o información de los usuarios, es decir, en qué medida la organización se rige por el orden en respuesta a posibles inequidades en determinadas áreas. , también debe responder de manera inmediata o rápida para demostrar que la institución está completamente preparada para cualquier situación que pueda surgir para los accionistas o socios, por lo que es importante evaluar la institución y capacitarla ante cualquier situación para garantizar que todas las respuestas sean oportunas y efectivas.

Guacho (2024) argumentó que la atención rápida es lo que todos quieren en todo tipo de instituciones, es decir cuando ves tantas colas en diferentes sectores financieros, por otro lado quieres una máquina que dé asesoría y una caja registradora, podemos lograr este objetivo con una atención rápida, pero con dedicación y esfuerzo y el aporte de cada empleado inmerso en un campo directamente relacionado con este.

Confianza y seguridad, Carrillo y Sánchez (2021), mencionan que la seguridad parece ser un dominio de la política, lo militar o la justicia. Sin embargo, el nuevo prototipo cruza otros campos de conocimiento abiertos como la economía, los negocios, la salud, la protección del medio ambiente y los derechos humanos. Con demasiada frecuencia, la seguridad aparece como un símbolo más y no constituye una protección real si no se implementa.

Como señalan Arévalo y colegas (2022), la empatía plantea varias cuestiones que actualmente se debaten entre psicólogos y filósofos. El papel de la empatía en la agencia social y moral del individuo se examina en el contexto de la psicología moral y social. En algunos casos, la empatía se considera un elemento clave de motivación prosocial y moral.

Para operacionalizar a la variable, Desempeño laboral, podemos decir que es la muestra del nivel de trabajo que tienen cada trabajador, ante los

recursos dados, esto se podrá evaluar mediante las competencias, habilidades, personalidad y expectativas de cada trabajador, at través de una encuesta con una escala de Likert, aplicada a los socios de la cooperativa.

Y la operacionalización de la atención al cliente, podemos decir que es un conjunto de acciones que cada organización diseña para poder ofrecer lo que quiere y para saber cómo se encuentra la atención de los socios se evaluará mediante una encuesta, con una escala de Likert a la capacidad de respuesta, atención rápida, confianza y la empatía que hay en los trabajadores, para con los socios.

Para este estudio se propuso dos hipótesis, alterna y nula: H1: El desempeño laboral del área de operaciones y ventas se relaciona significativamente en la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024. H0: El desempeño laboral del área de operaciones y ventas no se relaciona significativamente en la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024.

Se tuvo como propósito general, Fundamentar que el desempeño laboral del área de operaciones y ventas se relaciona con la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024.

Y en los objetivos Específicos fue: Identificar los factores que afectan al desempeño laboral del área de operaciones y ventas de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024.

Descubrir si en el área de operaciones y ventas diseñan mejores estrategias para la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024.

Demostrar que el desempeño laboral del área de operaciones y ventas incide en la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024.

2. Metodología

Tipo de investigación.

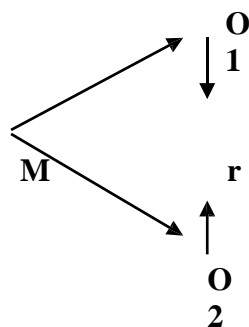
Asimismo, Tamay (2023) dice que este es de tipo descriptivo, correlacional que “describe las características y propiedades según el tema de investigación sin manipular ni establecer relaciones entre las variables. En términos generales, la recopilación de información sobre las variables de investigación es información bibliográfica.” (pág. 17). 17).

Preserva el enfoque cuantitativo, que según Arteaga (2020) se basa en mediciones estadísticas objetivas, la recolección de datos a través de la investigación, por qué se describen y comprenden los fenómenos, además de sus relaciones entre variables. Se establece correlación.

Diseño de investigación.

Se contó con un diseño no experimental, ya que se dejó a las variables que se comporten de acuerdo a su naturaleza, es decir no hubo ninguna manipulación en ellas.

Su esquema metodológico es el siguiente:



Donde:

M : trabajadores

O1 : Desempeño laboral

O2 : Atención al cliente

r : relación de variables.

Población

La cooperativa tiene clientes y trabajadores. Según Huairé (2019), “una población es un conjunto de unidades de análisis que tienen características específicas de interés o atributos cuantificables específicos en un momento y lugar determinado” (p. 17). 38)

Para el recojo de la información se contó con toda la población de los trabajadores y en el caso de los clientes son 88 el cual se obtuvo una muestra a través del muestreo no probabilístico, por conveniencia del autor.

Técnicas e instrumentos de investigación

Técnicas

Aplicamos una encuesta, refiere (Salas, 2020), que esta es un método de recoger información precisa para una investigación.

Instrumentos.

Se contó con un cuestionario el cual se elaboró en base a los objetivos propuestos, para dar respuesta al problema planteado.

Validez y Confiabilidad de la Información

Para validar o medir los ítems en relación a las dos variables en estudio, fue la opinión de juicio de expertos en investigación.

Confiabilidad:

Los resultados para el desempeño laboral, mostraron tener una alta confiabilidad del instrumento, por ser de 0,800, por lo tanto, este puede ser aplicado.

Los resultados para la atención al cliente, mostraron tener una alta confiabilidad del instrumento, por ser de 0,894, por lo tanto, este puede ser aplicado.

Procesamiento y análisis de la información.

Para llegar al diagnóstico ante la problemática, se contó con ayuda de herramientas e instrumentos validados y medidos ante estadísticos como el Alfa de Cronbach, para el recojo de la información, el cual dan garantía de su fiabilidad, así como se utilizó el spss v25, que midió la correlación de las variables, también se utilizará el Excel ayudando agrupar y ordenar la información a tablas y figuras respectivamente, para hacer un mejor análisis.

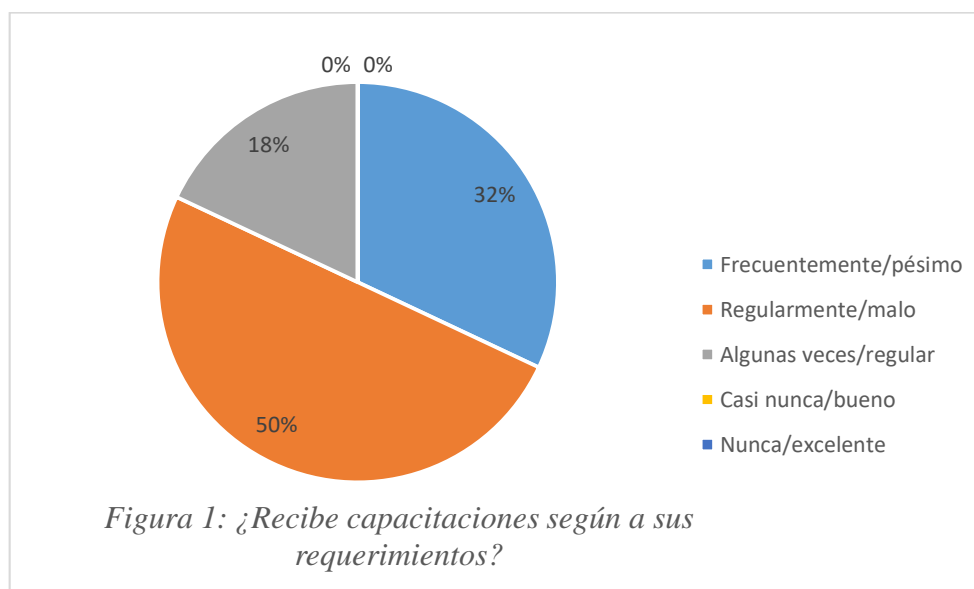
3. RESULTADOS

TABLA 1:

¿Recibe capacitaciones según a sus requerimientos?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	28	32%
Regularmente/malo	44	50%
Algunas veces/regular	16	18%
Casi nunca/bueno	0	0%
Nunca/excelente	0	0%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas



INTERPRETAMOS:

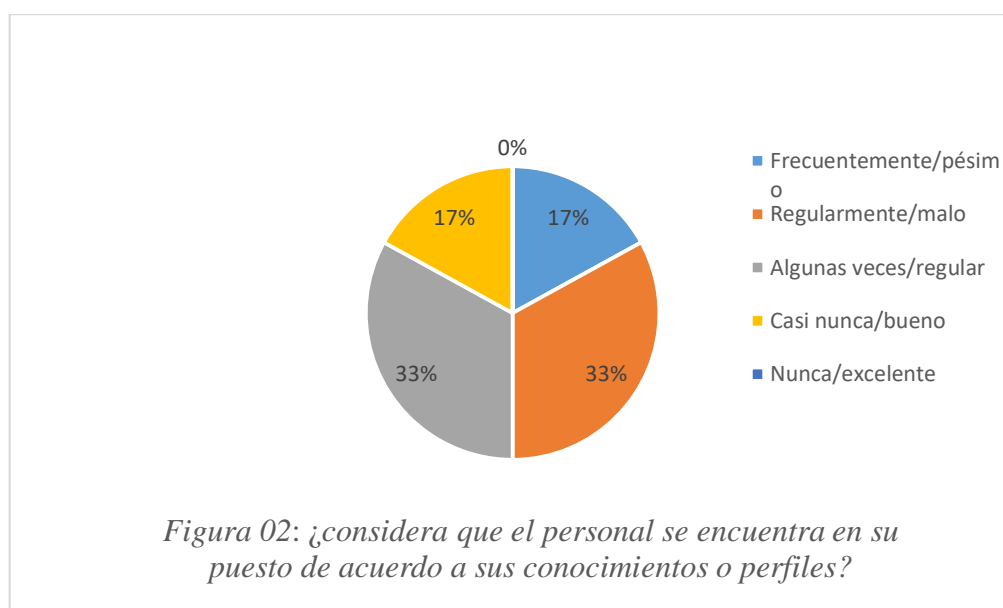
Visualizamos en la tabla 1 donde el 50% alegó que recibe regularmente capacitaciones según a sus requerimientos, el 33% dijo frecuentemente y el 17% algunas veces.

TABLA 2.

¿Considera que el personal se encuentra en su puesto de acuerdo a sus conocimientos o perfiles?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	15	17%
Regularmente/malo	29	33%
Algunas veces/regular	29	33%
Casi nunca/bueno	15	17%
Nunca/excelente	0	0%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas.



INTERPRETAMOS:

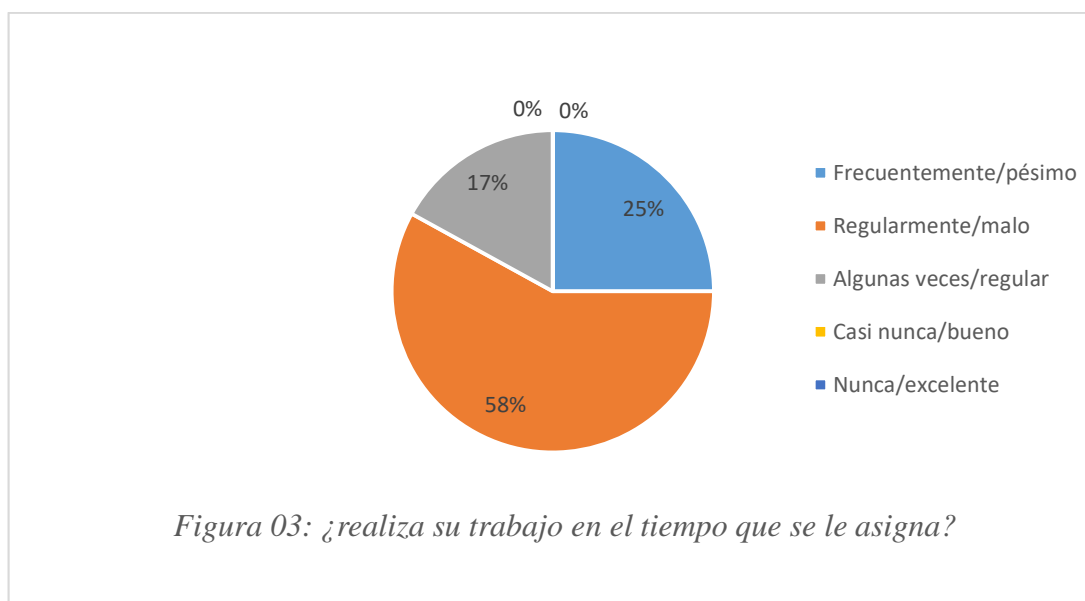
Se visualiza en la tabla 2, donde 33% de encuestados considera que el personal se regularmente se encuentra en su puesto de acuerdo a sus conocimientos o perfiles, otro 33% dijo algunas veces, el 17% indicó que es frecuentemente y el otro 17% casi nunca, se hace de acuerdo al puesto.

TABLA 3.

¿Realiza su trabajo en el tiempo que se le asigna?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	22	25%
Regularmente/malo	51	58%
Algunas veces/regular	15	17%
Casi nunca/bueno	0	0%
Nunca/excelente	0	0%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas.



INTERPRETANDO:

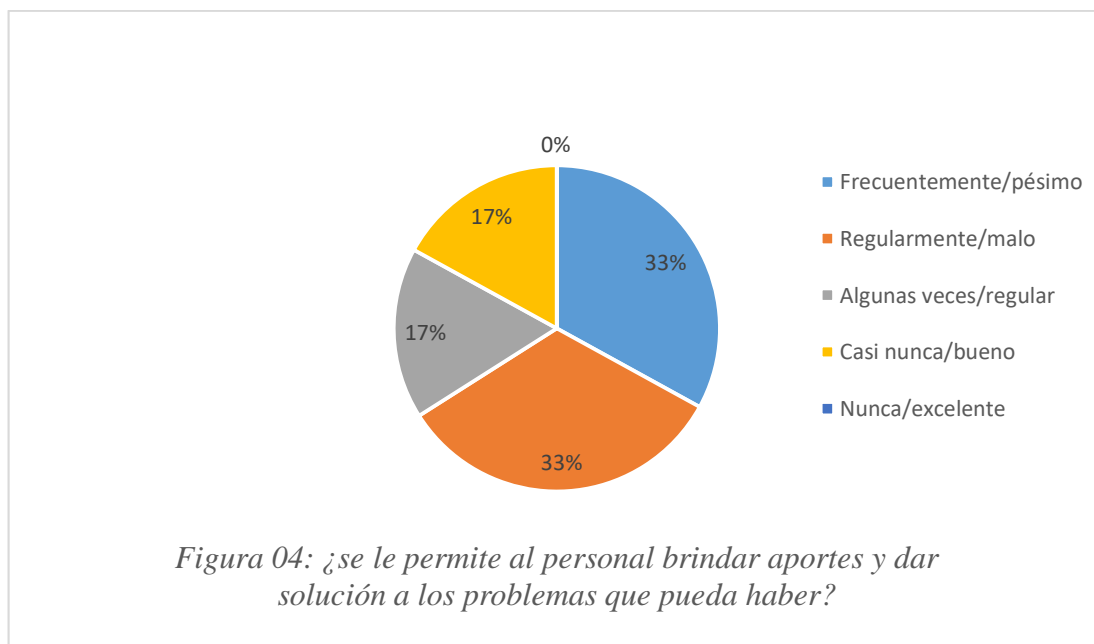
Se mira en la tabla 3, el 58% de encuestados dice que regularmente realiza su trabajo en el tiempo que se le asigna, el 25% dijo frecuentemente y el 17% indicó algunas veces lo hace.

TABLA 4.

¿Se le permite al personal brindar aportes y dar solución a los problemas que pueda haber?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	29	33%
Regularmente/malo	29	33%
Algunas veces/regular	15	17%
Casi nunca/bueno	15	17%
Nunca/excelente	0	0%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas.



INTERPRETANDO:

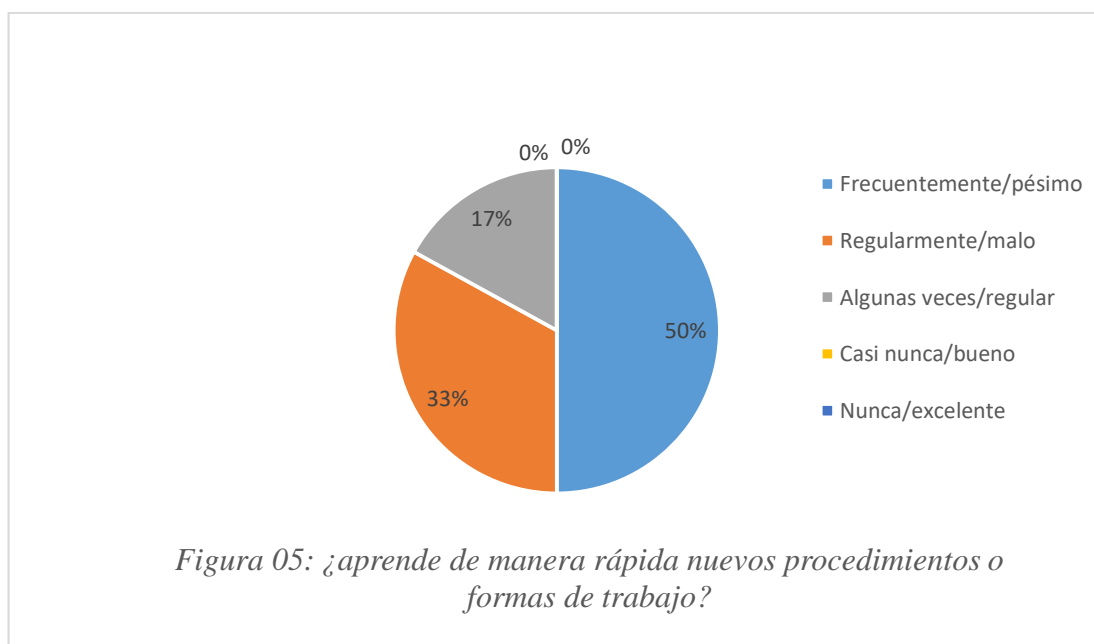
Se denota en la tabla 4, el 33% afirmó que frecuentemente se le permite al personal brindar aportes y dar solución a los problemas que pueda haber, el 33% dijo que es regularmente, el 17% que algunas veces y el otro 17% casi nunca se les permite.

TABLA 5.

¿Aprende de manera rápida nuevos procedimientos o formas de trabajo?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	44	50%
Regularmente/malo	29	33%
Algunas veces/regular	15	17%
Casi nunca/bueno	0	0%
Nunca/excelente	0	0%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas.



INTERPRETACIÓN:

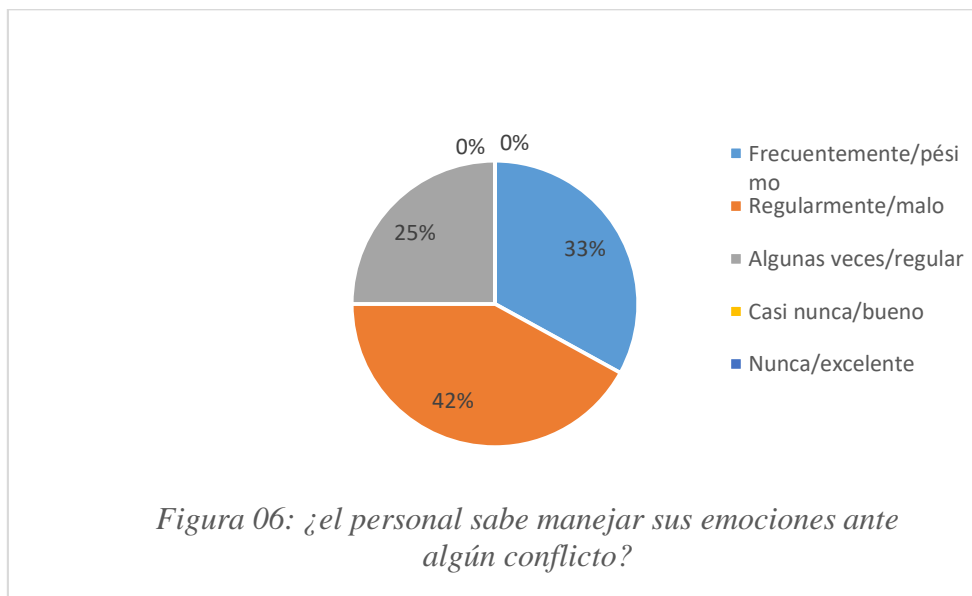
Tabla 5, se observa al 50% de encuestados alegan que frecuentemente aprende de manera rápida nuevos procedimientos o formas de trabajo, el 33% dijo que regularmente y el 17% que algunas veces lo hace de manera rápida.

TABLA 6.

¿el personal sabe manejar sus emociones ante algún conflicto?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	29	33%
Regularmente/malo	37	42%
Algunas veces/regular	22	25%
Casi nunca/bueno	0	0%
Nunca/excelente	0	0%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas.



INTERPRETACIÓN:

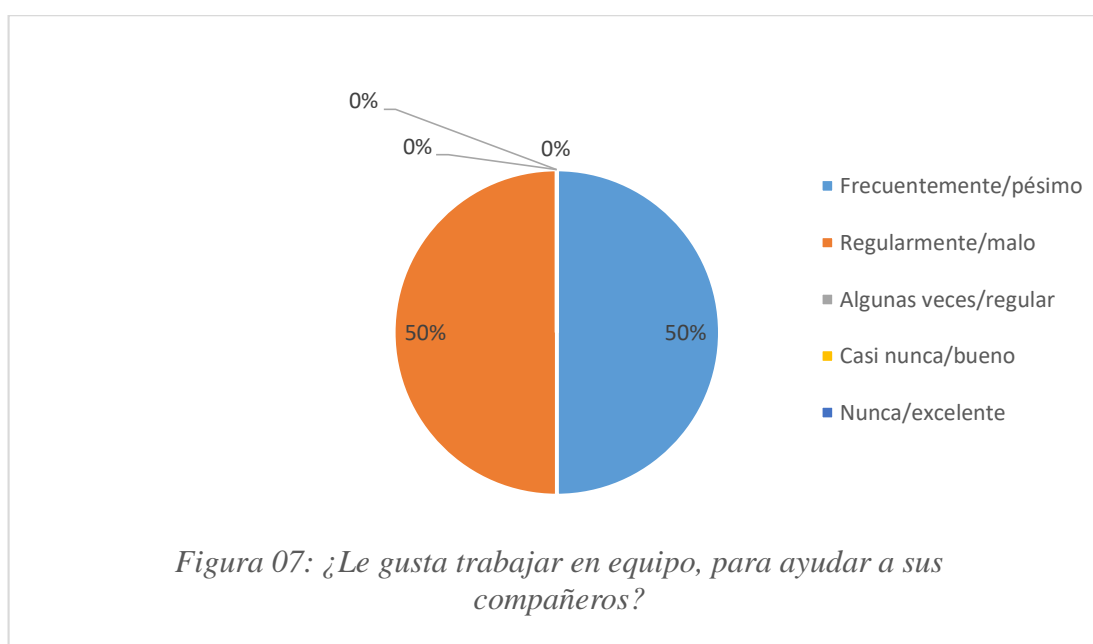
En la tabla 6, se aprecia al 42% del personal regularmente sabe manejar sus emociones ante algún conflicto, el 33% dijo frecuentemente y el 25% algunas veces.

TABLA 7.

¿Le gusta trabajar en equipo, para ayudar a sus compañeros?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	44	50%
Regularmente/malo	44	50%
Algunas veces/regular	0	0%
Casi nunca/bueno	0	0%
Nunca/excelente	0	0%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas.



INTERPRETANDO:

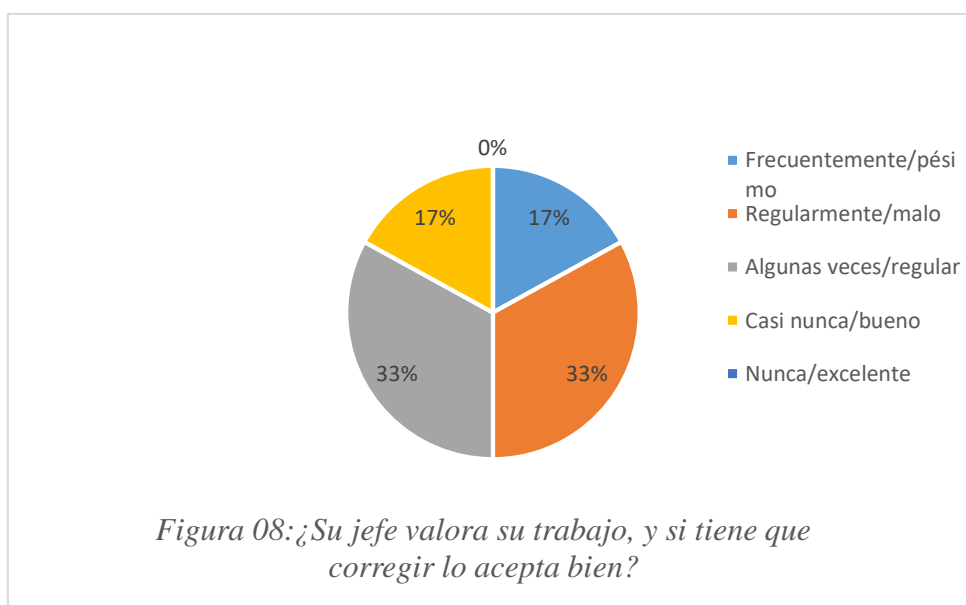
Se ve en la tabla 7, que al 50% de trabajadores frecuentemente le gusta trabajar en equipo, para ayudar a sus compañeros y el otro 50% dijo que regularmente le gusta.

TABLA 8.

¿Su jefe valora su trabajo, y si tiene que corregir lo acepta bien?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	15	17%
Regularmente/malo	29	33%
Algunas veces/regular	29	33%
Casi nunca/bueno	15	17%
Nunca/excelente	0	0%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas



INTERPRETACIÓN:

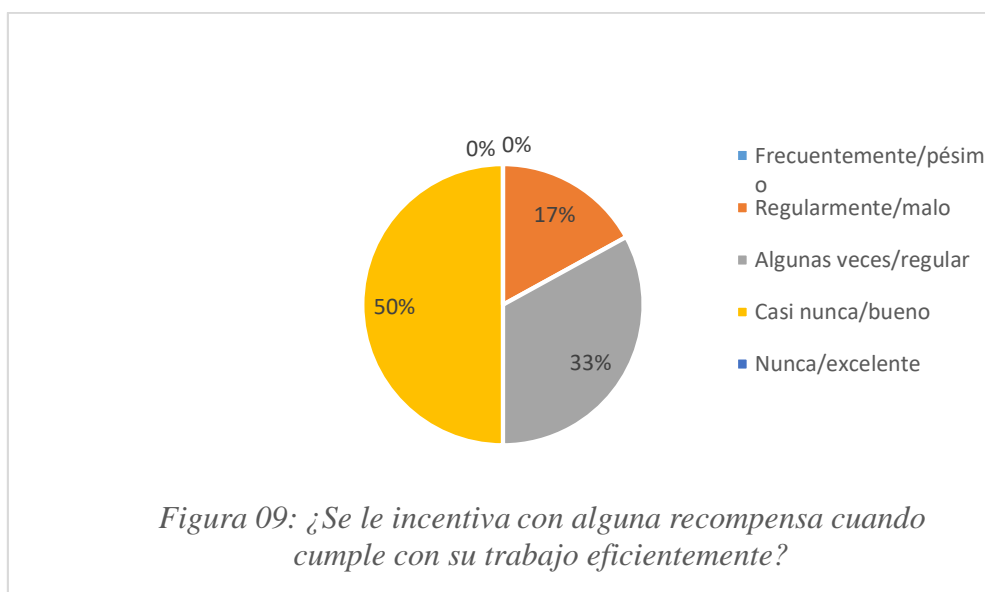
Se ve en la tabla 8, donde el 33% de encuestados dijo que regularmente su jefe valora su trabajo, y si tiene que corregir lo acepta bien, el 33% dijo algunas veces, un 17% indicó frecuentemente y el otro 17% casi nunca se le valora.

TABLA 9.

¿Se le incentiva con alguna recompensa cuando cumple con su trabajo eficientemente?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	0	0%
Regularmente/malo	15	17%
Algunas veces/regular	29	33%
Casi nunca/bueno	44	50%
Nunca/excelente	0	0%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas



INTERPRETANDO:

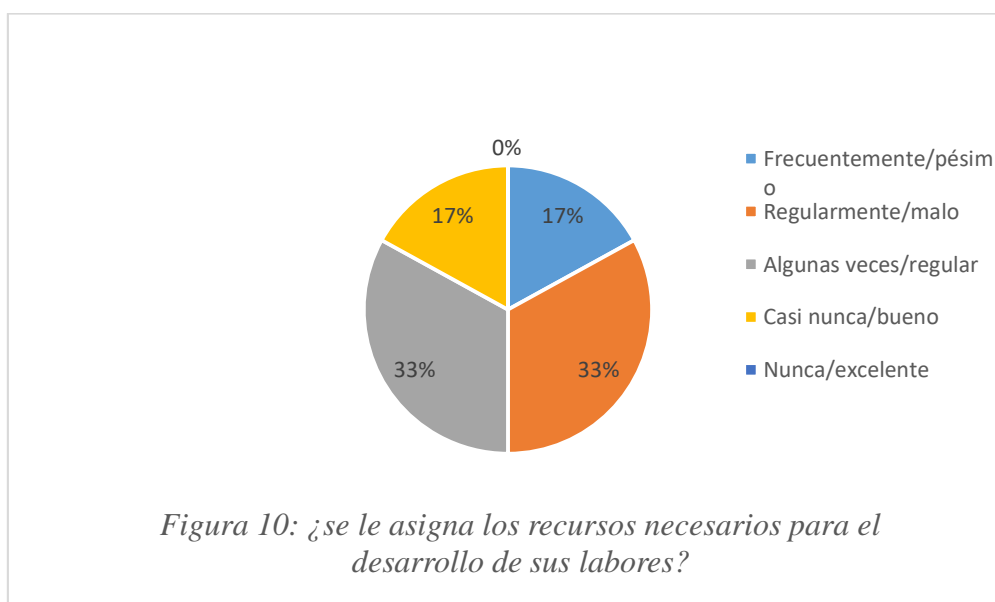
Nos denota la tabla 9, donde el 50% de trabajadores dice casi nunca se le incentiva con alguna recompensa cuando cumple con su trabajo eficientemente, el 33% dijo algunas veces y el 17% indicó que es regularmente.

TABLA 10.

¿Se le asigna los recursos necesarios para el desarrollo de sus labores?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	15	17%
Regularmente/malo	29	33%
Algunas veces/regular	29	33%
Casi nunca/bueno	15	17%
Nunca/excelente	0	0%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas



INTERPRETANDO:

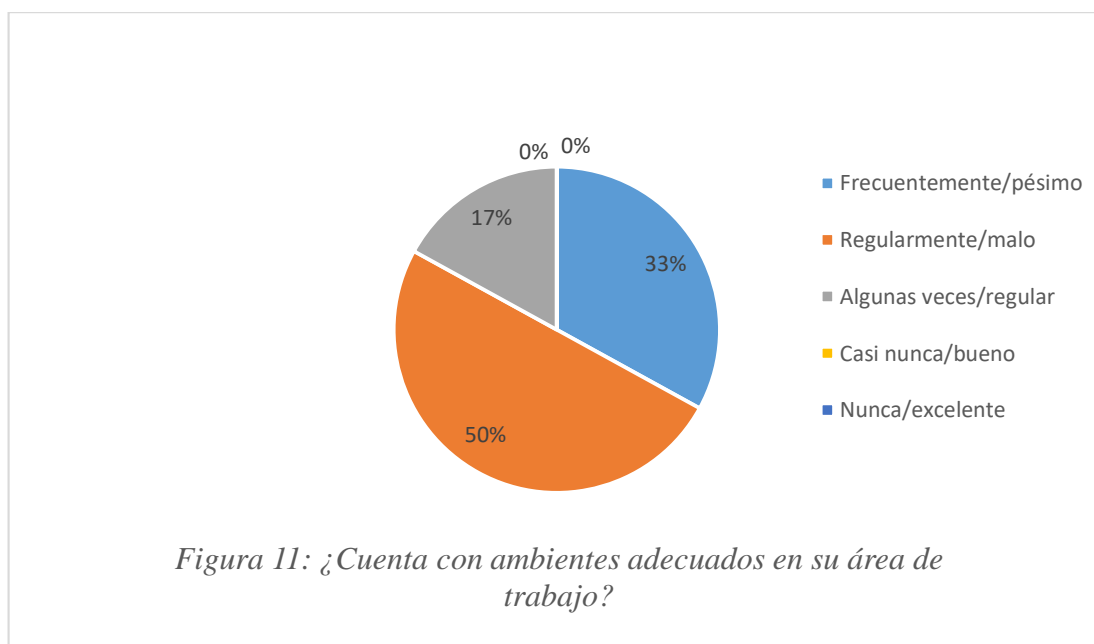
Visualizamos en la tabla 10, que el 33% de trabajadores dice regularmente se le asigna los recursos necesarios para el desarrollo de sus labores, el 33% dijo algunas veces, el 17% que es frecuentemente y el 17% casi nunca.

TABLA 11.

¿Cuenta con ambientes adecuados en su área de trabajo?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	29	33%
Regularmente/malo	44	50%
Algunas veces/regular	15	17%
Casi nunca/bueno	0	0%
Nunca/excelente	0	0%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas



INTERPRETANDO:

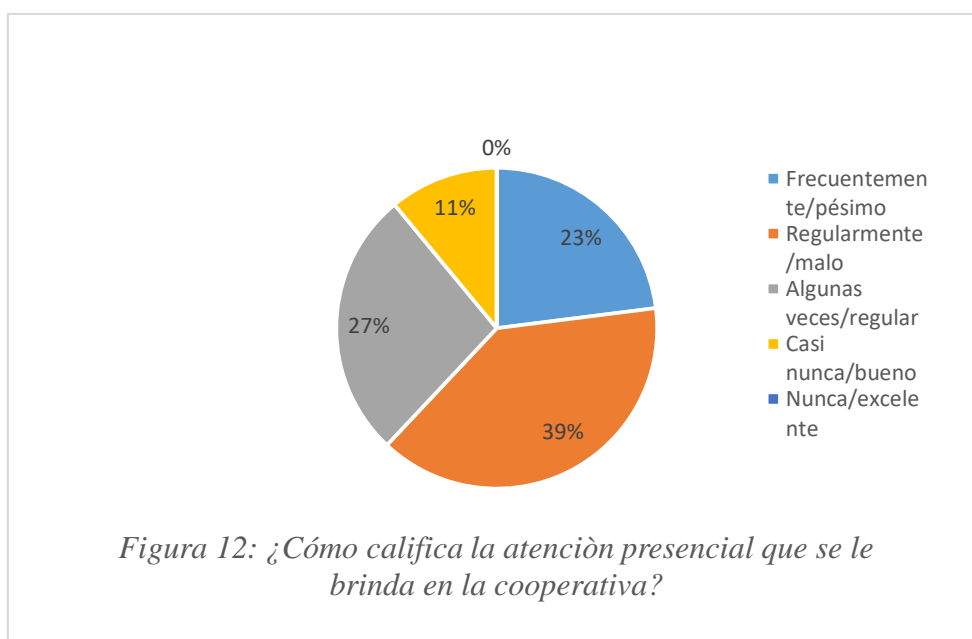
Observamos en la tabla 11, el 50% de encuestados indica que regularmente cuenta con ambientes adecuados en su área de trabajo, el 33% que es frecuentemente y el 17% dijo algunas veces.

TABLA 12.

¿Cómo califica la atención presencial que se le brinda en la cooperativa?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	20	23%
Regularmente/malo	34	39%
Algunas veces/regular	24	27%
Casi nunca/bueno	10	11%
Nunca/excelente	0	0%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas



INTERPRETANDO:

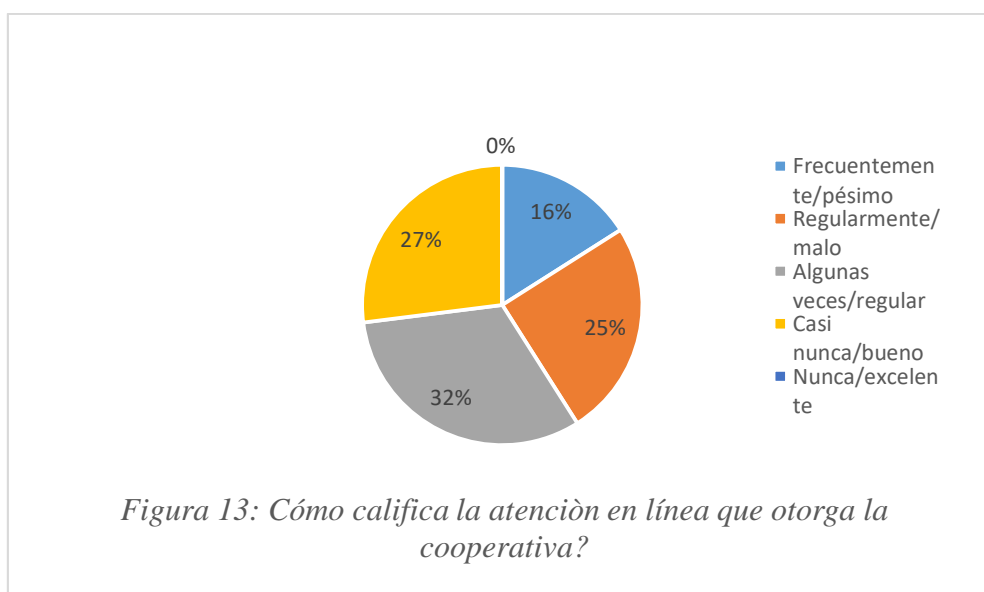
Miramos en la tabla 12 donde al 39% de encuestados le parece malo la atención presencial que se le brinda en la cooperativa, al 27% dijo regular, 23% es pésimo y solo el 11% dijo bueno.

TABLA 13.

¿Cómo califica la atención en línea que otorga la cooperativa?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	14	16%
Regularmente/malo	22	25%
Algunas veces/regular	28	32%
Casi nunca/bueno	24	27%
Nunca/excelente	0	0%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas



INTERPRETANDO:

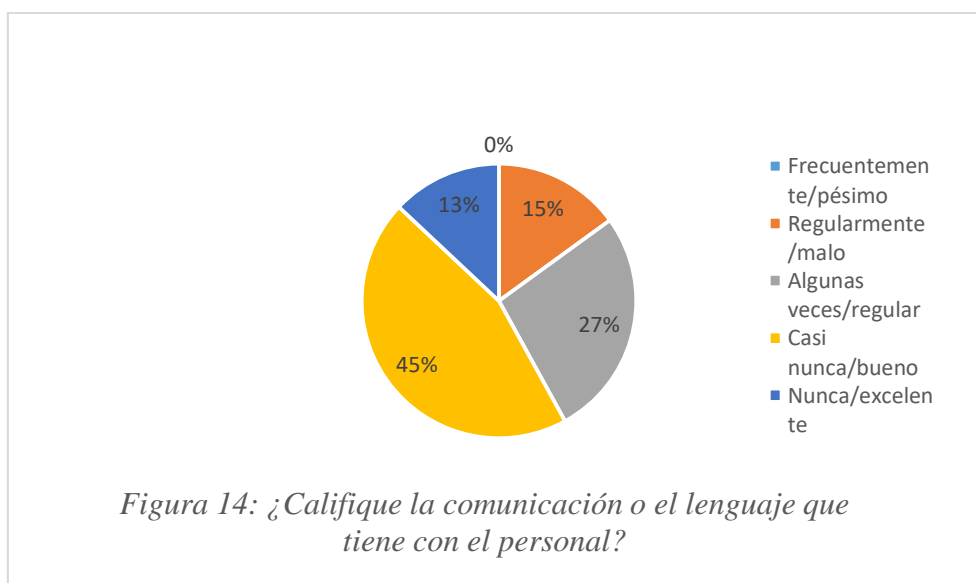
Observamos que en la tabla 13, que al 32% de trabajadores le parece regular la atención en línea que otorga la cooperativa, al 27% dijo bueno, un 25% que es malo y 16% indicó que es pésimo.

TABLA 14.

¿Califique la comunicación o el lenguaje que tiene con el personal es?

ESCALA	CANT.	. %
Frecuentemente/pésimo	0	0%
Regularmente/malo	13	15%
Algunas veces/regular	24	27%
Casi nunca/bueno	40	45%
Nunca/excelente	11	13%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas



INTERPRETANDO:

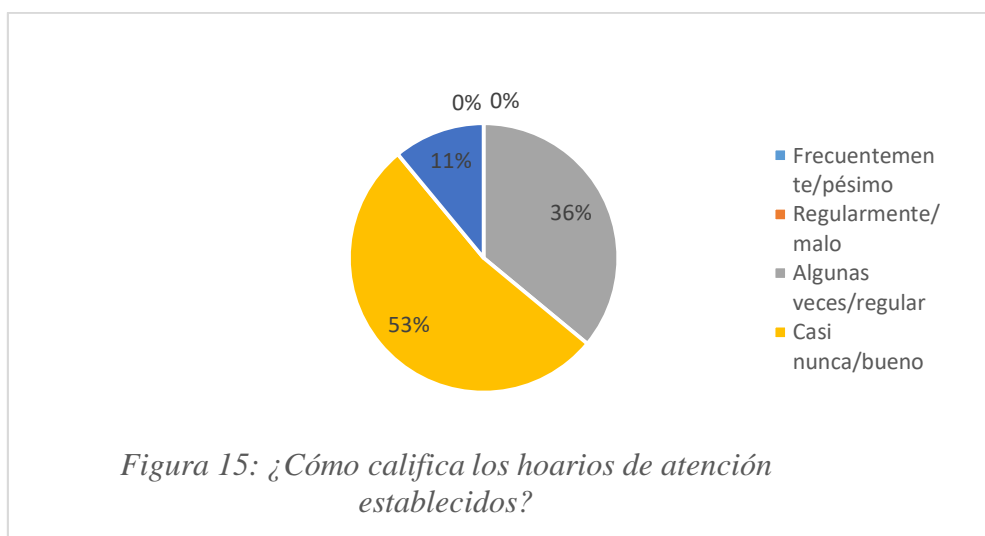
En la tabla 14, se ve que solo el 45% de trabajadores dice que la comunicación o el lenguaje que tiene con el personal es bueno, el 27% dijo que es regular, un 15% interpretó en malo y solo el 13% indicó que es excelente.

TABLA 15.

¿Cómo califica los horarios de atención establecidos?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	0	0%
Regularmente/malo	0	0%
Algunas veces/regular	32	36%
Casi nunca/bueno	46	53%
Nunca/excelente	10	11%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas



INTERPRETANDO:

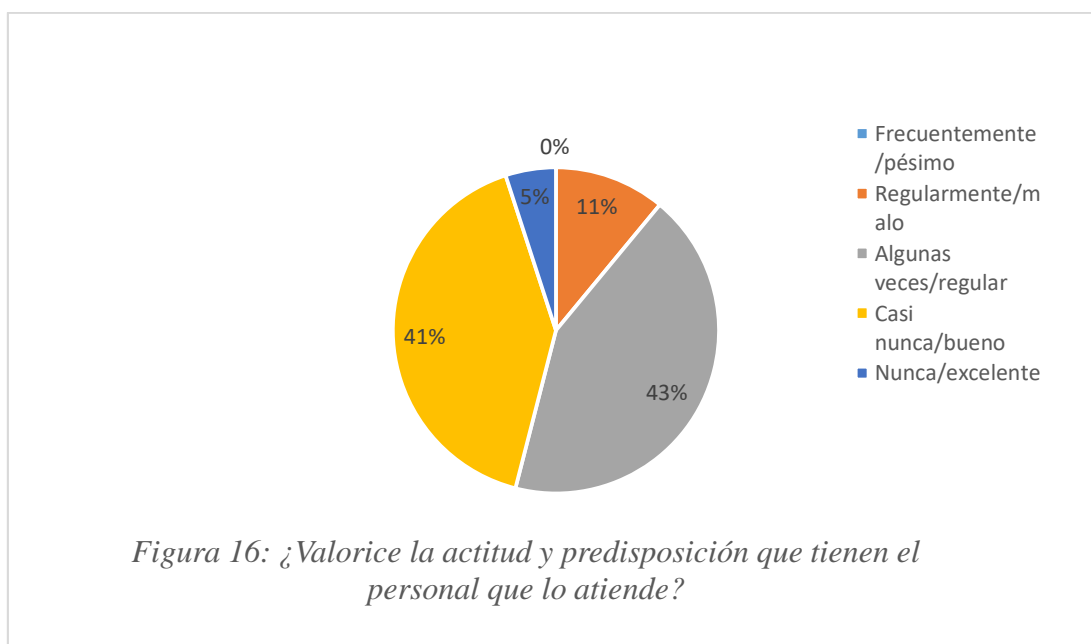
Se ve en la tabla 15, que el 53% de trabajadores dicen que los horarios de atención establecidos, es bueno, mientras que el 36% dijo que es regular y solo el 11% dijo ser excelente.

TABLA 16.

¿Valore la actitud y predisposición que tienen el personal que lo atiende?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	0	0%
Regularmente/malo	10	11%
Algunas veces/regular	38	43%
Casi nunca/bueno	36	41%
Nunca/excelente	4	5%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas



INTERPRETANDO:

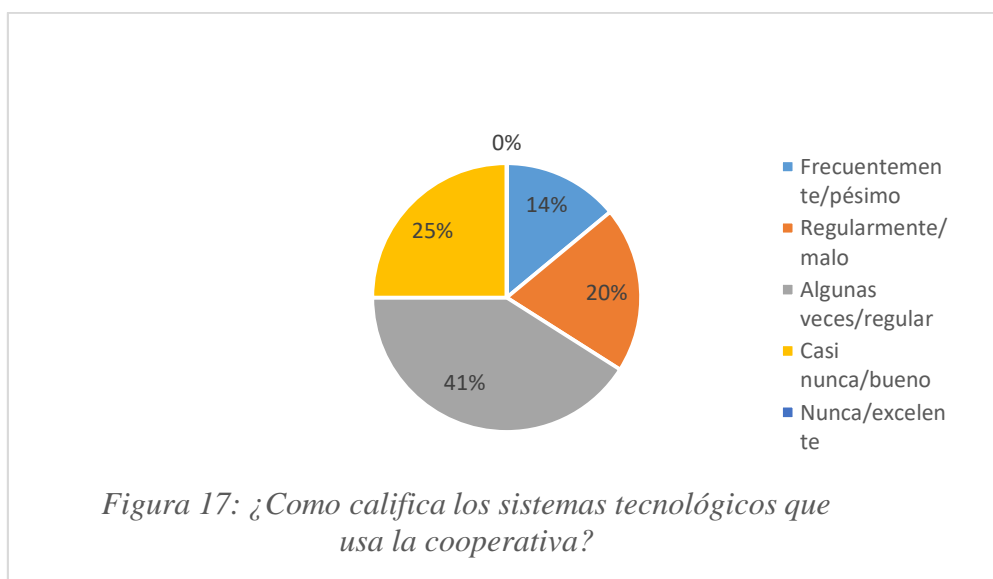
Apreciamos en la tabla 16, que el 43% de trabajadores afirma que es regular la actitud y predisposición que tienen el personal que lo atiende, un 41% dijo es bueno, 11% malo y solo el 5% dijo ser excelente.

TABLA 17.

¿Cómo califica los sistemas tecnológicos que usa la cooperativa?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	12	14%
Regularmente/malo	18	20%
Algunas veces/regular	36	41%
Casi nunca/bueno	22	25%
Nunca/excelente	0	0%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas



INTERPRETACIÓN:

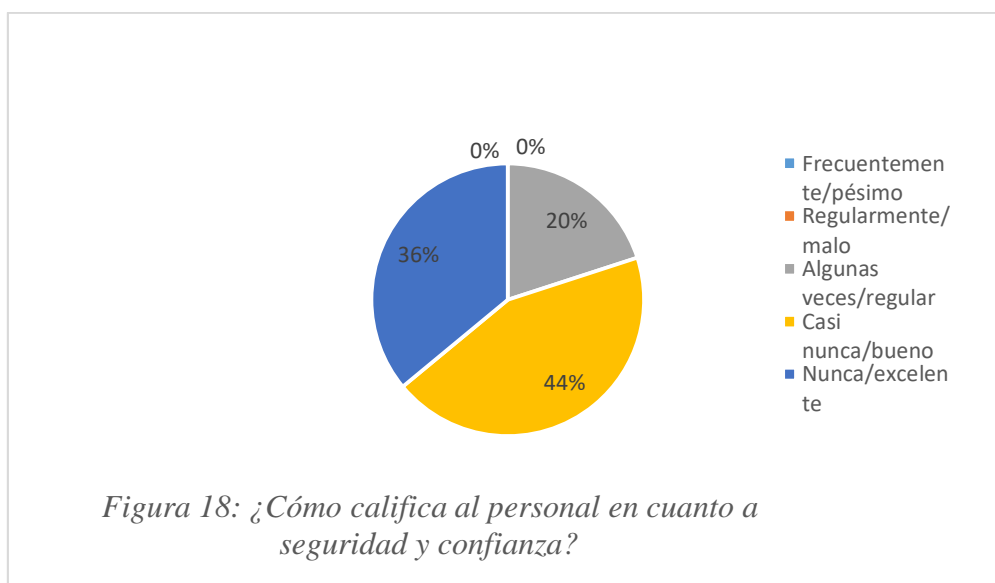
Miramos en la tabla 17, que al 41% de encuestados alegan que es regular los sistemas tecnológicos que usa la cooperativa, el 25% dijo bueno, un 20% es malo y 14% es pésimo.

TABLA 18.

¿Cómo califica al personal en cuanto a seguridad y confianza?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	0	0%
Regularmente/malo	0	0%
Algunas veces/regular	18	20%
Casi nunca/bueno	39	44%
Nunca/excelente	31	36%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas



INTERPRETANDO:

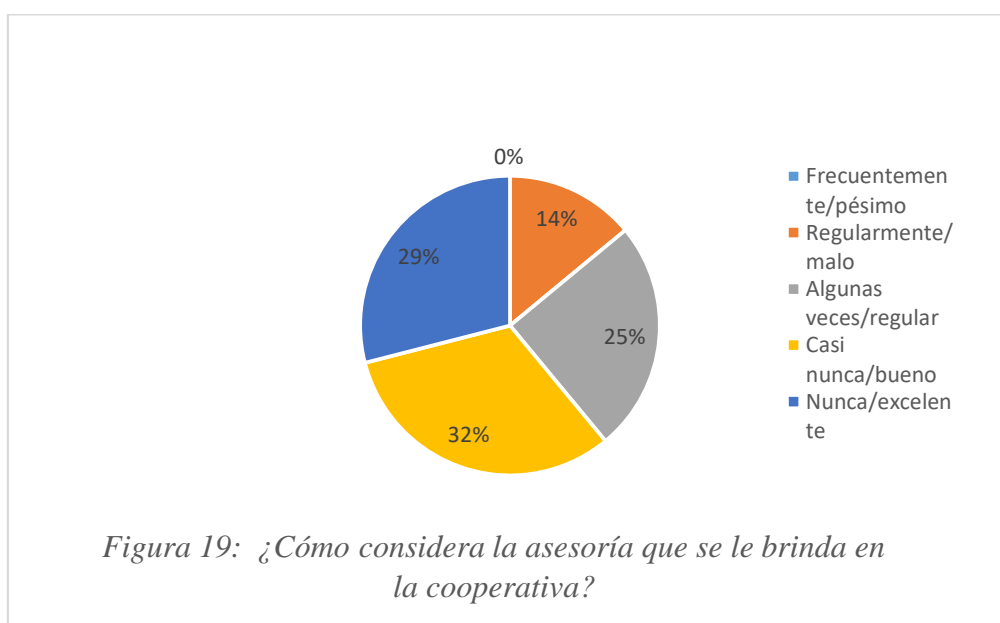
Podemos apreciar en la tabla 18, al 44% de trabajadores indican que es bueno el personal en cuanto a seguridad y confianza, un 36% dijo ser excelente y el 20% que es regular.

TABLA 19.

¿Cómo considera la asesoría que se le brinda en la cooperativa?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	0	0%
Regularmente/malo	12	14%
Algunas veces/regular	22	25%
Casi nunca/bueno	28	32%
Nunca/excelente	26	29%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas



INTERPRETANDO:

En esta tabla 19, miramos que el 32% de los trabajadores dicen que es bueno la asesoría que se le brinda en la cooperativa, un 29% dijo ser excelente, 25% indicó ser regular y el 14% malo.

TABLA 20.

¿Cómo recomendaría sobre los servicios que ofrece la cooperativa a sus conocidos por ser?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	0	0%
Regularmente/malo	8	9%
Algunas veces/regular	38	43%
Casi nunca/bueno	30	34%
Nunca/excelente	12	14%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas



INTERPRETANDO:

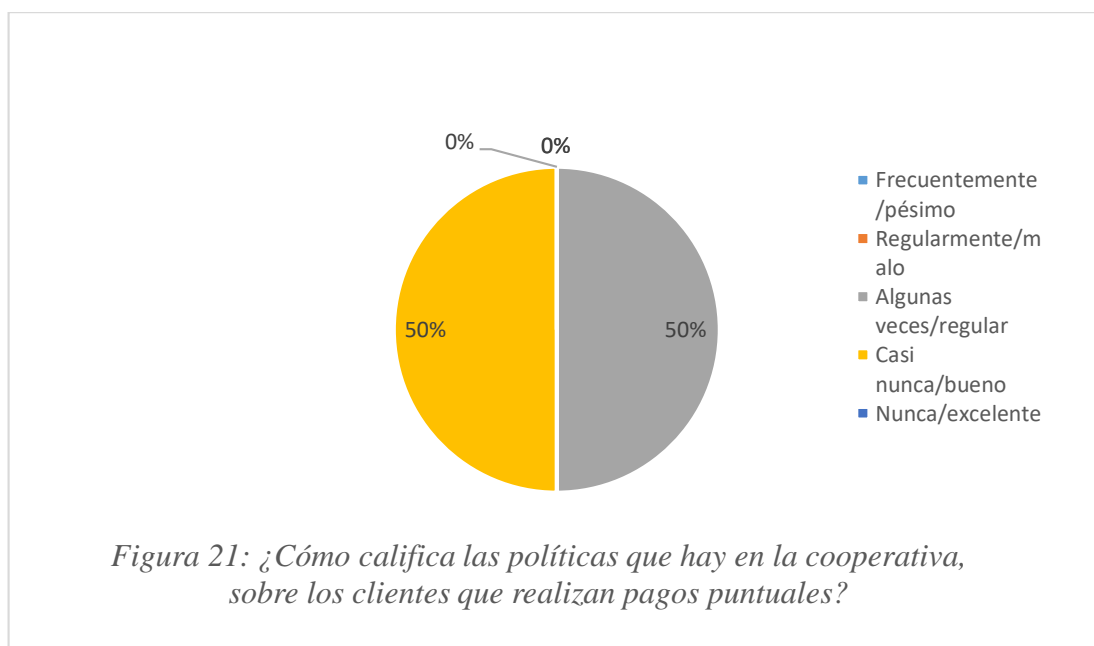
Se exhibe en la tabla 20, al 43% dicen que los servicios que ofrece la cooperativa a sus conocidos por ser regular, 34% dijo ser bueno, el 14% es excelente y 9% afirmó malo.

TABLA 21.

¿Cómo califica las políticas que hay en la cooperativa, sobre los clientes que realizan pagos puntuales?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	0	0%
Regularmente/malo	0	0%
Algunas veces/regular	44	50%
Casi nunca/bueno	44	50%
Nunca/excelente	0	0%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas



INTERPRETANDO:

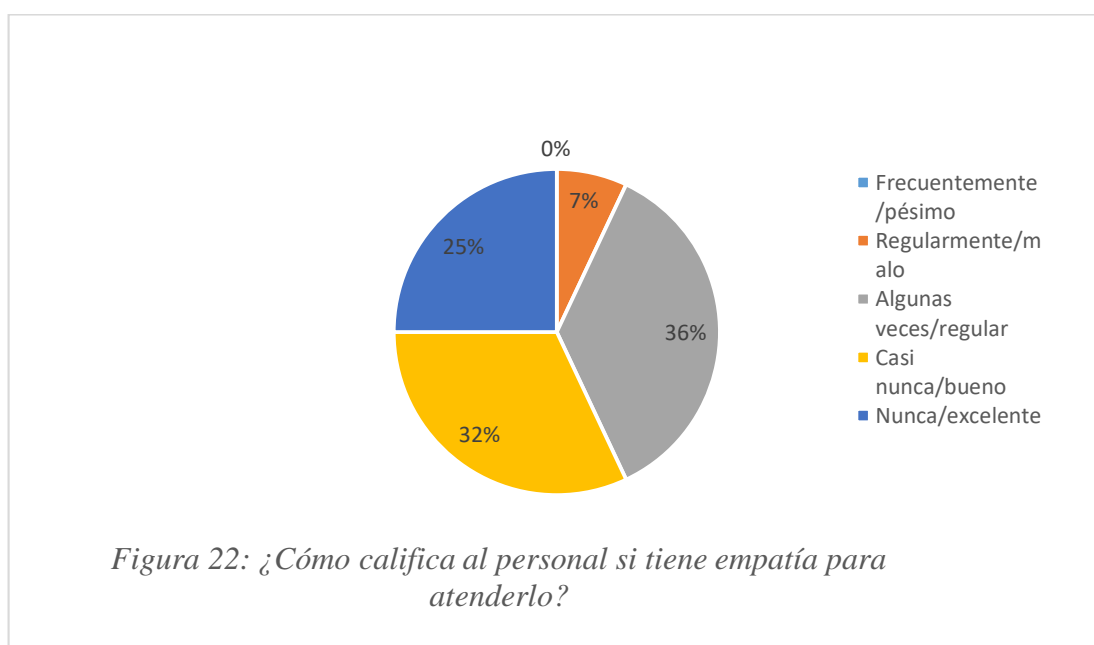
Visualizamos en la tabla 21, donde el 50% de encuestados dice que las políticas que hay en la cooperativa, sobre los clientes que realizan pagos puntuales, es regular y el otro 50% dice es bueno.

TABLA 22.

¿Cómo califica al personal si tiene empatía para atenderlo?

ESCALA	CANT.	%
Frecuentemente/pésimo	0	0%
Regularmente/malo	6	7%
Algunas veces/regular	32	36%
Casi nunca/bueno	28	32%
Nunca/excelente	22	25%
TOTAL	88	100%

Fuente: data de variables estudiadas



INTERPRETANDO:

Visualizamos en la tabla 22 que el 36% de trabajadores indico que es regular el personal si tiene empatía para atenderlo, 32% bueno, 25% excelente y el 7% malo.

Tabla 23:**Correlación desempeño y la atención al cliente.**

		Desempeño		Atención al cliente.
Desempeño	Coef. de cor.	1,000		0,622*
	Sig. (bil.)	.		,000
	N	88		88
Atención al cliente.	Coef. de cor.	0,622**		1,000
	Sig. (bil.)	,000		.
	N	88		88

** . Ante una significancia de correlación de nivel (0,01).

Ante el resultado de la tabla 23, se confirma la existencia de una correlación positiva media ya que $r=0,622^{**}$, dado por el estadístico de Spearman y en cuanto a su significancia mostró a $p=0,000 < 0,05$. Por lo tanto, se evidencia que existe una correlación positiva media y muy significativa entre el desempeño y la atención al cliente, esto hace que la hipótesis sea aceptada.

4. Análisis y Discusión.

Fundamentar que el desempeño laboral del área de operaciones y ventas se relaciona con la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca - 2024.

Ante el resultado de la tabla 23, se confirma la existencia de una correlación positiva media ya que $r=0,622^{**}$, dado por el estadístico de Spearman y en cuanto a su significancia mostró a $p=0,000 < 0,05$. Por lo tanto, se evidencia que existe una correlación positiva media y muy significativa entre el desempeño y la atención al cliente, esto hace que la hipótesis sea aceptada. Al mismo tiempo, Gutiérrez (2022) sugirió en su investigación que para mejorar el desempeño del sector crediticio y brindar un buen servicio a los socios de las cooperativas de ahorro, pudo demostrar que no existen lineamientos en la industria que. indicar a los miembros: miembros sobre la industria crediticia o cualquier Información sobre los servicios aquí brindados. Por lo tanto, es necesario desarrollar estrategias para mejorar el trabajo que incluyan lineamientos para que los afiliados puedan obtener información sobre el departamento de crédito y los servicios brindados sin necesidad de acudir al mostrador. Por otro lado, su estudio demostró que las cooperativas no han mejorado el método de evaluación del desempeño del servicio al cliente porque no cuenta con un plan de capacitación y un manual funcional para determinar tareas específicas para cada área de trabajo, por lo que los empleados carecen de capacitación y tienen un bajo nivel de capacitación. trabajar. Nivel de Educación. En el estudio de Korber (2023), propuso una estrategia de optimización del uso de la banca móvil para mejorar el servicio al cliente en los bancos municipales. Se puede observar que los principales problemas de la banca móvil están relacionados con la complejidad de la aplicación y la saturación del sistema. Las estrategias de incentivos son esenciales para impulsar la demanda de los clientes para que puedan atraer negocios a la banca móvil y formar parte de la transformación digital de la sociedad.

La calidad de trabajo determina el éxito en una empresa, pues si evaluamos permanentemente el desempeño de nuestros colaboradores, nos permite detectar cuales son las falencias, así como visualizar donde el empleado se desenvuelve mejor,

según a sus competencias de su formación profesional, en tal sentido en nuestro estudio contribuye a un mejor servicio de atención al cliente.

Identificar los factores que afectan al desempeño laboral del área de operaciones y ventas de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024

En la tabla 1, vemos que el 50% de los trabajadores afirman que regularmente recibe capacitaciones según a sus requerimientos, en la tabla 2, un 33% considera que el personal, algunas veces se encuentra en su puesto de acuerdo a sus conocimientos o perfiles, en la tabla 4, un 33% indicó que regularmente, se le permite al personal brindar aportes y dar solución a los problemas que pueda haber y en la tabla 10, otro 33% dicen que algunas veces se le asigna los recursos necesarios para el desarrollo de sus labores. Los autores Cuyo y Lictapuzon (2021) afirman en su estudio que la evaluación del desempeño se considera un punto clave para determinar las competencias humanas en las organizaciones, ya que a través de ella se pueden identificar e incidir en los aspectos más importantes. Según Rodríguez (2020), indicaron que para mejorar el desempeño se necesita más inversión en capacitación, y esto debe hacerse de acuerdo a los requerimientos específicos de ciertos departamentos, pero siempre hay áreas donde las necesidades no se cubren y hay son suficientes. razones para desarrollar programas de capacitación que brinden conocimientos y nuevas actitudes laborales que se traduzcan en un mejor desempeño que ayude a mejorar el servicio al cliente. Por lo anterior, Alvarado & Pin (2024) plantearon que el desempeño laboral puede variar entre los empleados y puede verse influenciado por factores como la capacitación, la motivación, la satisfacción laboral y las condiciones laborales.

Es fundamental que cada empresa u organización debe implementar sus propios indicadores de medición del desempeño, como el saber los aportes grupales e individual, con el fin de detectar los factores que influyen aun mal desempeño, como la falta de motivación, malas condiciones de trabajo.

Descubrir si en el área de operaciones y ventas diseñan mejores estrategias para la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024.

En la tabla 12, nos denota que el 39% de los clientes califican a la atención presencial

que se le brinda en la cooperativa, es regular, en la tabla 14, un 45% de los clientes indican que la comunicación o el lenguaje que tiene con el personal es bueno, en la tabla 16, un 43% dicen que la actitud y predisposición que tienen el personal que lo atiende, es regular, en la tabla 19, solo el 32% de los clientes consideran que la asesoría que se le brinda en la cooperativa, es buena, en la tabla 22, un 36% calificó al personal en cuanto a su empatía para atenderlo, es regular. En el estudio de Guacho (2024) sugirió desarrollar estrategias junto con mejorar el servicio al cliente para posicionarse como el primero. Sus resultados demuestran que mientras no se apliquen correctamente las estrategias de atención al cliente es imposible posicionarse como una de las mejores cooperativas. Según Abad (2021), en su investigación se enfocó en mejorar los servicios a socios y clientes, sugirió utilizar el modelo Servqual para medir su satisfacción, (...), los resultados obtenidos revelaron expectativas. Brecha entre clientes Por ello, se proponen estrategias que puedan ayudar a mejorar la calidad de la atención al cliente en las cooperativas. En tanto Villegas (2022), por otro lado, sugiere investigar qué tipo de atención reciben los clientes utilizando aplicaciones de observación directa y encuestas para identificar factores que contribuyen a una mayor atención a los clientes en las cooperativas. Según Pretell & Ríos (2024), informaron que los empleados rara vez utilizan los canales digitales cuando hacen negocios, por lo que los canales presenciales tienen una gran demanda debido al carácter tradicional de los empleados y su preferencia por la atención personalizada al cliente. Se les ocurrió una estrategia para colocar personas en empresas que atraigan socios que quieran hacer negocios sin receta para alentarlos a descargar y usar la aplicación para hacer negocios. son aplicaciones que fomentan el uso del mismo canal de servicios de forma personalizada que ayudará a mejorar la experiencia y fidelización del miembro.

Es necesario que las empresas diseñen las mejores estrategias que influyan en la fidelidad de los clientes, así como en invertir en capacitaciones sobre temas de las nuevas herramientas tecnológicas y estrategias de atención al cliente, con el fin de mejorar la calidad de servicio quedando grabado en la mente de sus clientes.

Demostrar que el desempeño laboral del área de operaciones y ventas incide en la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024

En la tabla 3, el 58% de los trabajadores indican que realiza su trabajo, regularmente en el tiempo que se le asigna, en la tabla 5, un 50% indicó que frecuentemente aprende de manera rápida nuevos procedimientos o formas de trabajo, en la tabla 7, vemos que solo el 50% dice que le gusta regularmente trabajar en equipo, para ayudar a sus compañeros, en la tabla 17, un 41% de los clientes indican que los sistemas o medios tecnológicos que usa la cooperativa es regular y en la tabla 21, un 50% califica a las políticas que hay en la cooperativa, sobre los clientes que realizan pagos puntuales, es regular. Mientras Andrés (2021) afirma que toda institución financiera o no financiera debe mantener un control sobre la calidad de los servicios que brinda a los clientes, por lo que es necesario verificar dónde pueden existir debilidades internas y externas para poder tomar medidas preventivas y correctivas. Faltan programas de capacitación para promover el desarrollo personal y profesional de los empleados, y no se ha asignado presupuesto para este fin. Al mismo tiempo, Alvarado & Pin (2024) plantearon que el liderazgo organizacional se centra en la gestión de recursos y procesos para alcanzar las metas, mientras que el desempeño laboral se refiere a la productividad y eficiencia de los empleados, y ambas están interrelacionadas en las organizaciones. En tal sentido Oviedo y Bedia (2023) indicaron en su estudio que los socios actualmente no utilizan mucho estos canales porque no los entienden y no los utilizan por la falta de actividades de comunicación de la empresa. Además, sufren las desventajas del servicio presencial y la distancia de la oficina.

Ante las evidencias notamos que todas las entidades financieras deben tener muy en claro que es fundamental y clave que sus clientes o socios tengan una buena experiencia al visitar las instalaciones, se debe enfatizar en el trato que reciben por parte de sus trabajadores, así como brindarles la confianza y seguridad de sus productos que ofrecen pronta aplicación.

5. Conclusiones y recomendaciones.

Conclusiones

Podemos fundamentar que existe una correlación positiva media y muy significativa entre el desempeño y la atención al cliente, ya que $r=0,622^{**}$, con una significancia de $p=0,000 < 0,05$. esto se pudo ver ante la prueba de estadígrafo de Spearman, lo que hace que la hipótesis sea aceptada, tal como se ve en la tabla 23, si se mejora el desempeño de los trabajadores, incidirá de manera significativa en la atención al cliente.

Notamos que el desempeño de los trabajadores es regular, ya que hay capacitaciones regularmente, tal como se ve en la tabla 1, cuando el 50% de los trabajadores lo afirman y peor cuando algunas veces se encuentra en su puesto de acuerdo a sus conocimientos o perfiles, y menos son incentivados a brindar sus aportes, no hay preocupación por contar con ambientes agradables, esto se ve en la tabla 4, cuando un 33% indicó que regularmente, se le permite o por que algunas veces se le asigna los recursos necesarios para el desarrollo de sus labores, esto se ve en la tabla 10, cuando un 33% lo dicen.

La atención al cliente es regular, ya que los clientes afirman que la atención presencial lo es, esto se ve en la tabla 12, cuando el 39% lo afirma, así mismo solo el 45% dicen que la comunicación es buena y que la actitud y predisposición que tienen el personal que lo atiende, es regular, repercutiendo en la calidad de atención tal como se ve en la tabla 19, cuando solo el 32% de los clientes indicó que es buena, ya que no hay mucha empatía por parte del personal, un 36% calificó que es regular, esto se ve en la tabla 22.

No hay un buen desempeño en el cual repercute en la atención a los clientes, la falta de capacitaciones en los nuevos medios tecnológicos, así como en los productos nuevos a ofrecer, por ello los trabajadores indican que realiza su trabajo, regularmente en el tiempo que se le asigna, pero si hay una buena predisposición ya que en la tabla 5, un 50% indicó que frecuentemente aprende de manera rápida, en la tabla 7, vemos que no hay un trabajo en equipo ya que solo el 50% dice que regularmente lo hace, en la tabla 17, un 41% de los clientes indican que los sistemas

o medios tecnológicos que usa la cooperativa es regular y en la tabla 21, un 50% califica a las políticas que hay en la cooperativa, sobre los clientes que realizan pagos puntuales, es regular.

Recomendaciones

El gerente general conjuntamente con las áreas pertinentes debe asignar un presupuesto para invertir en plataformas, medios digitales y capacitaciones en temas de las nuevas tendencias de atención al cliente, sabiendo que es fundamental que la cooperativa debe invertir, para dar mejores opciones a sus clientes, para informar y obtener algún servicio, contribuyendo a una mejor imagen de competitividad.

Realizar las capacitaciones, solicitando a cada área sus necesidades, realizar las rotaciones de acuerdo a los perfiles y haciendo la revisión de los CV, hacer reuniones semanales, donde pueda opinar o contribuir cada personal referente a las falencias o fortalezas que hay en algún proceso, en el cual se pueda corregir u aprovechar, en cuanto a la asignación de recursos, estos deben realizarse según a las necesidades y de forma equitativa.

Evaluar al personal de atención al cliente si cumple con el perfil, además de ello debe capacitarlo continuamente sobre los nuevos productos que se ofrecen, así como en el desarrollo de habilidades blandas para tener una buena comunicación clara y sencilla, donde sea empático a sus necesidades del cliente, mostrando buena predisposición, confianza y seguridad al asesorarlo. Evaluar al personal mediante encuestas y tomar medidas respectivas.

Evaluar al personal su desempeño mediante nuevos indicadores, proponiendo metas a cumplir. Fomentar el trabajo en equipo, manteniendo una buena comunicación. Debe haber un personal asignado a capacitar a los clientes en el uso de los medios tecnológicos, sabiendo que estos deben ser muy funcional. Revisar o diseñar nuevas políticas de pago, incentivando el pronto pago de sus clientes.

6. Referencias Bibliográficas

- Abad, C. (2021). *Los procesos servuctivos de la cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda., cantón Tulcán y su incidencia en la atención al cliente periodo 2019-2020*. Universidad Politécnica Estatal Del Archiupec. <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/1181>
- Alvarado, A. & Pin, G. (2024). Gestión organizacional y el desempeño laboral en la cooperativa de ahorro y crédito salitre LTDA. *Ciencia y Desarrollo*, 27(1), 437-448.
- Andrés, C. (2021). *La gestión administrativa y su incidencia en la atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito integración desarrollo y futuro INDEFUT LTDA* (Bachelor's thesis, Universidad Nacional de Chimborazo). <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7664>
- Areválo, L., Argañaraz, M., Brunsteins, P., Fernández, M., Fonseca, G., Herrera Comoglio, R., & Morey, P. (2022). *Empatía. un debate filosófico. Brujas* . <https://doi.org/978-987-760-477-1>
- Arias, F. (2011). *Administración de recursos humanos: para el alto desempeño*. México: Editorial McGraw Hill
- Arteaga, G. (2020). *Testsiteforme. Enfoque cuantitativo: métodos, fortalezas y debilidades.*: <https://www.testsiteforme.com/enfoquecuantitativo/>
- Barba, D., y Gavilánez, M. (2016). *Gestión social en las Cooperativas de Ahorro y Crédito de una provincia ecuatoriana*. *Revista Ciencia UNEMI*, 9(19), 30- 38. <http://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/view/321/277>
- Carillo a, J., & Sánchez, J. (2021). *Sobre la seguridad*. Ciudad de Mexico. <https://doi.org/978-607-564-296-3>
- Chicaiza, J. (2019). *Evaluación del desempeño del talento humano de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Rhumy Wara* (Bachelor's thesis, Escuela Superior

Politécnica de Chimborazo).

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/13554>

Chicano, E. (2016). UF0341: Contratación Laboral. IC Editorial

Corbera, A. (2023). Optimización de uso de la Banca Móvil para mejorar la atención al cliente en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo Sucursal Chachapoyas, 2020.

<https://hdl.handle.net/20.500.14077/3152>

Cueva, M., & Torres, G. (2021). Universidad Cesar Vallejo. Universidad Cesar Vallejo: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/71898>

Cursalab. (2023). Cursalab. 6 Factores claves que influyen en el desempeño laboral:

<https://cursalab.io/blog/factores-influyen-desempenolaboral/>

Cuyo, C. & Lictapuzon J. (2021). “*Evaluación del desempeño del talento humano y su incidencia en la atención a los usuarios de la cooperativa de ahorro y crédito Sumak Kawsay en el cantón La Maná provincia de Cotopaxi, año 2021*” (Bachelor's thesis, Ecuador: La Maná: Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)). <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7751/1/UTC-PIM-000360.pdf>

Fernández, S. (2012). Atención al cliente en el proceso comercial, España. Editorial Paraninfo

Flores, R. (2021). Desempeño laboral y su incidencia en la productividad de los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Amazonas, 2020.

<https://hdl.handle.net/20.500.14077/2393>

Gamarra, G. (2023). Factorial HR. Cómo mejorar el desempeño laboral en empresas.:

<https://factorialhr.es/blog/mejorar-penolaboral/#:~:text=de%20tu%20equipo-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20desempe%C3%B1o%20laboral%3F,se%20desenvuelve%20en%20su%20rol.>

- Gonzales, M. (2022). Repositorio.uss. Nivel de desempeño laboral en los colaboradores de la empresa taxi Sipán Tours: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7086/Gonzales%20Ancajima%20Milagros%20Viviana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guacho, N. (2024). *Atención al cliente y posicionamiento de la cooperativa de ahorro y crédito Daquilema, provincia de Santa Elena, año 2023* (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena. 2024).
- Guillen, G. & Guillen H. (2023). Mejora del proceso de venta de seguros optativos basado en BPM y estudio de métodos para reducir los tiempos de atención al cliente en una Entidad financiera del Perú.
- Gutiérrez, J. (2022). El desempeño laboral del departamento crediticio para una buena atención al socio de la cooperativa de ahorro y crédito Cámara de Comercio de Ambato. Presentado para optar el grado académico de: licenciada en administración de empresas. escuela superior politécnica de Chimborazo. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/17682>
- Hilares, Y. & Usca, E. (2019). Propuesta del uso del Neuromarketing para el área del servicio al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credicusco de la provincia de Cusco-periodo 2019.
- López, A. (2016). *La Importancia de la Satisfacción del Cliente*, Colombia. McGraw-Hill.
- Mateos de Pablo Blanco, M. Á., & Torres Gómez, C. A. (2022). Atención básica al cliente. IC editorial. <https://doi.org/9788411032193>
- Mateos de Pablo Blanco, M. Á., & Torres Gómez, C. A. (2022). Atención básica al cliente. IC editorial. <https://doi.org/9788411032193>
- Mauleón, R. (2022). Sesame HR. 5 objetivos de la evaluación de desempeño: <https://www.sesamehr.mx/blog/objetivos-de-evaluacion-dedesempeno/>

- Oviedo, C., & Bedia P. (2023). Análisis y propuesta de mejora de canales de atención para socios de Cooperativa de ahorro y crédito La Portuaria. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/670477>
- Pachón, C. (2018). Empleo público y carrera administrativa. Ediciones de la U.
- Palomo, M. (2014). Atención al cliente. Ediciones Paraninfo
- Paredes, J. (2012). Desempeño Laboral y su incidencia en la Productividad de la empresa Interamericana de Computación de la ciudad de Ambato. (Tesis de Ingeniería, Universidad Técnica de Ambato). Recuperado el 24 de Marzo de 2021, de Repositorio Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/2115/1/565%20ING.pdf>
- Paz, T. (2019). Gestión educativa y la mejora del desempeño laboral de los docentes. Ciencia y Educación, 1(4), 15-82. <https://doi.org/10.48169/Ecuatesis/0104202021>
- Philip, K. (2017). Fundamentos de Marketing. Madrid: Addison-Wesley. Recuperado el 12 de Febrero de 2019, de https://issuu.com/isarodriguezvb/docs/fundamentos_de_marketing_-_philip_k
- Piedra, A., Hinojosa, A., Guevara, M., y Erazo, J. (2019). Responsabilidad social en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador: una medición desde la web. Telos, 21(3), 618-642. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99360575016>
- Pozo, A. (2012), Competencias profesionales: Herramientas de evaluación, Narcea Ediciones, Primera edición, 144 págs. ISBN: 8427718926.
- Pretell, J. & Ríos Y. (2024). El efecto de la Transformación Digital en la Optimización de Procesos de atención al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/671883/Pretell_MJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Ramírez, E. (2022). Percepción de la calidad de atención y la satisfacción de los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa María Magdalena, Andahuaylas, Apurímac 2021. Para optar el título profesional de licenciada en administración y negocios internacionales. Universidad Alas Peruanas. <https://hdl.handle.net/20.500.12990/10495>
- Rodríguez, J. Silva, J., Ulloa, W., & Pazmiño, E.. (2020). Gestión del talento humano en las cooperativas de ahorro y crédito, para mejorar la atención a los socios. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 5(2), 63-79. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7894305>
- Ruiz, M., Lemaitre, A. (2016). Economía solidaria en el Ecuador: institucionalización y tipos de organizaciones. *Ciências Sociais Unisinos*, 52(3), 282-298. <https://www.redalyc.org/pdf/938/93849899002.pdf>
- Salas, D. (22 de 06 de 2020). La encuesta y el cuestionario. Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>
- Salvatierra Preciado, J. F. (2018). Caracterización de la calidad de servicio en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de Tumbes, 2018.
- Sánchez, V. F., Black, W. R., & Sánchez, N. M. (2023). La atención al cliente en la prestación de servicios bancarios: Caso Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo de Machala. *593 Digital Publisher CEIT*, 8(3), 420-427.
- Solórzano, G., & Nereida, J. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. *El Buzón de Pacioli*. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- Tamay, K. (18 de 08 de 2023). Repositorio.uta. La motivación personal y la efectividad en los colaboradores de la Empresa Gomes Comunicaciones Datatv Cia. Ltda. del cantón Píllaro: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/39586/1/073%20AE.pdf>
- Torres, V. (2010). *Calidad total en la atención al cliente*. Ideas propias Editorial SL

- Vega Ugsha, V. A. (2024). *Estudio de la calidad en el servicio con relación al desempeño laboral del sector cooperativista. Caso cooperativas de ahorro y crédito de la ciudad de Latacunga* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera de Administración de Empresas). <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/40623>
- Villacis Ponce, L. R. (2023). Comportamiento organizacional y su influencia en el desempeño laboral en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “COACMES” (Bachelor's thesis, Calceta: ESPAM MFL). <http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/2035>
- Villegas Chimborazo, A. M. (2022). *Atención al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Juan Pio De Mora”* (Bachelor's thesis, Babahoyo: UTB-FAFI. 2022). Recoemndacio es

ANEXOS

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	
Desempeño laboral	Bautista et al. (2020), es el nivel de rendimiento y productividad que un empleado logra en su trabajo, es decir, se trata de la manera en que un individuo lleva a cabo sus labores y obligaciones en el lugar de trabajo, demostrando su habilidad para lograr los objetivos y metas establecidos por su jefe	Es la muestra del nivel de trabajo que tienen cada trabajador, ante los recursos dados, esto se podrá evaluar mediante las competencias, habilidades, personalidad y expectativas de cada trabajador, a través de una encuesta con una escala de Likert.	Competencias	Capacitación	1. ¿Recibe capacitaciones según a sus requerimientos?	
					2. ¿considera que el personal se encuentra en su puesto de acuerdo a sus conocimientos o perfiles?	
			Habilidades	Eficiencia	3. ¿realiza su trabajo en el tiempo que se le asigna?	
					Aportes	4. ¿se le permite al personal brindar aportes y dar solución a los problemas que pueda haber?
						Aprendizaje
			Personalidad	Conflictos	6. ¿Sabe manejar sus emociones ante algún conflicto?	
					Trabajo en equipo	7. ¿le gusta trabajar en equipo, para ayudar a sus compañeros?
			Expectativas	Incentivos	8. ¿su jefe valora su trabajo, y si tiene que corregir lo acepta bien?	
					9. ¿se le incentiva con alguna recompensa cuando cumple con su trabajo eficientemente?	
			Recursos	Distribución	10. ¿se le asigna los recursos necesarios para el desarrollo de sus labores?	
					11. ¿cuenta con ambientes adecuados en su área de trabajo?	

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Items
Atención al cliente	Palomo (2014) señala: que es “Una serie de actividades que presenta una organización para relacionarse identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (p. 2).	Es un conjunto de acciones que cada organización diseña para poder ofrecer lo que quiere y para saber cómo se encuentra la atención de los socios se evaluará mediante una encuesta, con una escala de Likert a la capacidad de respuesta, atención rápida, confianza y la empatía que hay en los trabajadores, para con los socios.	Capacidad de respuesta	Atención	1. ¿Cómo califica la atención que se le brinda en la cooperativa?
					2. ¿Cómo califica la atención en línea que otorga la cooperativa?
				Comunicación	3. ¿la comunicación que tiene con el personal es clara y sencilla?
			Atención rápida	Horarios	4. ¿Cómo califica la atención de los horarios establecidos?
					5. ¿Valorice la actitud y predisposición que tienen el personal que lo atiende?
			Confianza y seguridad	Tecnología	6. ¿Como califica los sistemas tecnológicos de la cooperativa?
					7. ¿Cómo califica al personal en cuanto a seguridad y confianza?
				Asesoría	8. ¿Cómo considera la asesoría que se le brinda en la cooperativa?
				Recomendación	9. ¿Recomendaría sobre los servicios que ofrece la cooperativa a sus conocidos por ser?
			Empatía	Políticas	10. ¿Cómo califica las políticas que hay en la cooperativa, sobre los clientes que realizan pagos puntuales?
					11. ¿considera que el personal tiene empatía para atenderlo?

Anexo 2

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OBJETO DE ESTUDIO	METODOLOGIA
<p>Desempeño laboral del área de operaciones y ventas para la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca - 2024</p>	<p>¿En qué medida el desempeño laboral del área de operaciones y ventas se relaciona en la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024?</p>	<p>Objetivo general. Fundamentar que el desempeño laboral del área de operaciones y ventas se relaciona con la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024.</p> <p>Objetivos específicos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar los factores que afectan al desempeño laboral del área de operaciones y ventas de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024 1. Descubrir si en el área de operaciones y ventas diseñan mejores estrategias para la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024. 2. Demostrar que el desempeño laboral del área de operaciones y ventas incide en la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024 	<p>H1: El desempeño laboral del área de operaciones y ventas se relaciona significativamente en la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024.</p> <p>H0: El desempeño laboral del área de operaciones y ventas no se relaciona significativamente en la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024.</p>	<p>El desempeño laboral y atención de los clientes/socios</p>	<p>Tipo: Básica -Descriptiva correlacional</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Población 12 trabajadores Muestra de clientes 88.</p> <p>Técnica: La encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario validada por el juicio de expertos. Confiability con el alfa de Cronbach.</p>

ANEXOS 3° UNIVERSIDAD SAN PEDRO

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de estudios de Administración

**ENCUESTA PARA EL PERSONAL DE INTERFINCO COOPAC, BARRANCA -
2024.**

Estoy realizando una investigación científica, referente a la.” Agradezco a usted su valiosa colaboración y aporte, al brindarme la información necesaria, contestando de manera clara y sincera, en la presente encuesta.



PARTE I

En esta primera sección de la encuesta le presento un conjunto de preguntas acerca de usted, por favor marque con un aspa (X) en los recuadros de la alternativa que considere correcta.

A. DATOS GENERALES

1. Género : Femenino Masculino

B. INDICACIONES

- Este cuestionario es anónimo. Por favor responde con sinceridad.
- Lee detenidamente cada ítem. Cada uno tiene cinco posibles respuestas.
- Contesta a las preguntas marcando con una “X” en un solo recuadro que, según tu opinión.

PARTE II

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas referidas al uso Seguido de una escala de valoración de estas variables de estudio. Por favor marque con una (X) la alternativa que concuerde con su opinión en cada caso.

Escala de valoración:

1	2	3	4	5
Frecuentemente	Regularmente	Algunas veces	Casi nunca	Nunca

Ítem		1	2	3	4	5
1.	¿Recibe capacitaciones según a sus requerimientos?					
2.	¿considera que el personal se encuentra en su puesto de acuerdo a sus conocimientos o perfiles?					
3.	¿realiza su trabajo en el tiempo que se le asigna?					
4.	¿se le permite al personal brindar aportes y dar solución a los problemas que pueda haber?					
5.	¿aprende de manera rápida nuevos procedimientos o formas de trabajo?					
6.	¿Sabe manejar sus emociones ante algún conflicto?					
7.	¿le gusta trabajar en equipo, para ayudar a sus compañeros?					
8.	¿su jefe valora su trabajo, y si tiene que corregir lo acepta bien?					
9.	¿se le incentiva con alguna recompensa cuando cumple con su trabajo eficientemente?					
10	¿se le asigna los recursos necesarios para el desarrollo de sus labores?					
11	¿cuenta con ambientes adecuados en su área de trabajo?					

GRACIAS

ANEXOS 3° UNIVERSIDAD SAN PEDRO

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de estudios de Administración

ENCUESTA PARA LOS CLIENTES DE INTERFINCO COOPAC, BARRANCA -
2024

Estoy realizando una investigación científica, referente a la.” Agradezco a usted su valiosa colaboración y aporte, al brindarme la información necesaria, contestando de manera clara y sincera, en la presente encuesta.



PARTE I

En esta primera sección de la encuesta le presento un conjunto de preguntas acerca de usted, por favor marque con un aspa (X) en los recuadros de la alternativa que considere correcta.

C. DATOS GENERALES

1. Género : Femenino Masculino

D. INDICACIONES

- Este cuestionario es anónimo. Por favor responde con sinceridad.
- Lee detenidamente cada ítem. Cada uno tiene cinco posibles respuestas.
- Contesta a las preguntas marcando con una “X” en un solo recuadro que, según tu opinión.

PARTE II

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas referidas al uso Seguido de una escala de valoración de estas variables de estudio. Por favor marque con una (X) la alternativa que concuerde con su opinión en cada caso.

Escala de valoración:

1	2	3	4	5
Pésima	Mala	Regular	Bueno	Excelente

Ítem		1	2	3	4	5
1.	¿Cómo califica la atención que se le brinda en la cooperativa?					
2.	¿Cómo califica la atención en línea que otorga la cooperativa?					
3.	¿la comunicación que tiene con el personal es clara y sencilla?					
4.	¿Cómo califica la atención de los horarios establecidos?					
5.	¿Valorice la actitud y predisposición que tienen el personal que lo atiende?					
6.	¿Como califica los sistemas tecnológicos de la cooperativa?					
7.	¿Cómo califica al personal en cuanto a seguridad y confianza?					
8.	¿Cómo considera la asesoría que se le brinda en la cooperativa?					
9.	¿Recomendaría sobre los servicios que ofrece la cooperativa a sus conocidos por ser?					
10	¿Cómo califica las políticas que hay en la cooperativa, sobre los clientes que realizan pagos puntuales?					
11	¿considera que el personal tiene empatía para atenderlo?					

GRACIAS

APENDICE 1

Fue medido la confiabilidad por el alfa de Cronbach.

Fiabilidad de desempeño laboral

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,800	11

Atención al cliente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,894	11

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

I.- Información General:

Nombres y apellidos del validador: Carmen Rosa Zavaleta Vergaray

Fecha: 08/03/24

Especialidad: Lic. en Administración

Nombre del instrumento evaluado: Yuliana Yeraldin Blas Lucas

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

Desempeño laboral del área de operaciones y ventas para la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024.

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cuantitativa).

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos - cuantitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?			16		
Objetividad	¿Está expresado con conductas observadas?				17	
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?			16		
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?				18	
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?				18	
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?			16		
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?					19
Coherencia	¿Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores?					19
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?					19
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías?				18	
Sumatoria parcial				48	71	57

Sumatoria Total	176 (Siendo el puntaje máximo posible 200)
Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x0.005)	0.88 (Siendo la valoración máxima en 1)

Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

III.- Calificación global: Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Intervalos	Resultados
0,00 – 0,49	Validez Nula
0,50 – 0,59	Validez muy baja
0,60 – 0,69	Validez baja
0,70 – 0,79	Validez aceptable
0,80- 0,89	Validez buena
0,90-1,00	Validez muy buena

Coeficiente de Validez

176	=	0.88
------------	---	-------------

Nota: el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.

+



Carmen Rosa Zavaleta Vergaray
Mg. en Administración de empresas y negocios MBA
DNI.32857740

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

I.- Información General:

Nombres y apellidos del validador: JORGE DANIEL PÉREZ

Fecha: 08/03/24

Especialidad: Dr. en ADMINISTRACIÓN

Nombre del instrumento evaluado: Yuliana Yeraldin Blas Lucas

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

Desempeño laboral del área de operaciones y ventas para la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cuantitativa).

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos - cuantitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?			16		
Objetividad	¿Está expresado con conductas observadas?				17	
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?			16		
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?				18	
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?				18	
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?			16		
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?					19
Coherencia	¿Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores?					19
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?					19
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías?				18	

Sumatoria parcial			48	71	57
Sumatoria Total	176 (Siendo el puntaje máximo posible 200)				
Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x0.005)	0.88 (Siendo la valoración máxima en 1)				

Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

III.- Calificación global: Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Intervalos	Resultados
0,00 – 0,49	Validez Nula
0,50 – 0,59	Validez muy baja
0,60 – 0,69	Validez baja
0,70 – 0,79	Validez aceptable
0,80- 0,89	Validez buena
0,90-1,00	Validez muy buena

Coeficiente de Validez

176	=	0.88
-----	---	------

Nota: el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.



Dr. Jorge Daniel Pérez
Dr. en Administration
DNI 17812596

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

I.- Información General:

Nombres y apellidos del validador: Carlos Gonzáles Chávez

Fecha: /03/24

Especialidad: Lic. en Administración

Nombre del instrumento evaluado: Yuliana Yeraldin Blas Lucas

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

Desempeño laboral del área de operaciones y ventas para la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2024.

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cuantitativa).

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos - cuantitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?			16		
Objetividad	¿Está expresado con conductas observadas?				17	
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?			16		
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?				18	
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?				18	
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?			16		
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?					19
Coherencia	¿Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores?					19
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?					19
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías?				18	
Sumatoria parcial				48	71	57
Sumatoria Total	176 (Siendo el puntaje máximo posible 200)					

Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x0.005)	0.88 (Siendo la valoración máxima en 1)
--	---

Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

III.- Calificación global: Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Intervalos	Resultados
0,00 – 0,49	Validez Nula
0,50 – 0,59	Validez muy baja
0,60 – 0,69	Validez baja
0,70 – 0,79	Validez aceptable
0,80- 0,89	Validez buena
0,90-1,00	Validez muy buena

Coeficiente de Validez

176	≡	0.88
-----	---	------

Nota: el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.



Carlos González Chávez
Dr. en Administración de empresas
DNI 10588687

Desempeño laboral del área de operaciones y ventas para la atención de los socios de INTERFINCO COOPAC, Barranca -2023.

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	dspace.esoch.edu.ec Fuente de Internet	2%
3	dspace.unach.edu.ec Fuente de Internet	2%
4	repositorio.upse.edu.ec Fuente de Internet	2%
5	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
6	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	1%
7	repositorio.unsaac.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.espam.edu.ec Fuente de Internet	1%

9	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1 %
10	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1 %
11	repositorio.utc.edu.ec Fuente de Internet	1 %
12	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	1 %
13	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	1 %
14	dspace.utb.edu.ec Fuente de Internet	1 %
15	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	1 %
16	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.untrm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
19	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
20	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

21	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
22	repositorio.unan.edu.ni Fuente de Internet	<1 %
23	Submitted to Universidad Privada San Pedro Trabajo del estudiante	<1 %
24	revistas.utb.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
25	dspace.uazuay.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
26	repositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
27	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1 %
28	www.repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
29	Submitted to Universidad Nacional del Chimborazo Trabajo del estudiante	<1 %
30	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
31	repositorio.unheval.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
32	vestnik-energy.tou.edu.kz Fuente de Internet	<1 %

		<1 %
33	www.593dp.com Fuente de Internet	<1 %
34	1library.co Fuente de Internet	<1 %
35	buleria.unileon.es Fuente de Internet	<1 %
36	mafiadoc.com Fuente de Internet	<1 %
37	sigloxxi.espam.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
38	www.camaramadrid.es Fuente de Internet	<1 %
39	www.sagarpa.gob.mx Fuente de Internet	<1 %
40	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
41	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
42	finclan.com Fuente de Internet	<1 %
43	repositorio.pucese.edu.ec Fuente de Internet	<1 %

44	repositorio.umb.edu.pe:8080 Fuente de Internet	<1 %
45	repositorio.utmachala.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
46	www.khatu.com.ar Fuente de Internet	<1 %
47	www.rehue.csociales.uchile.cl Fuente de Internet	<1 %
48	www.universidadcorporativa.com Fuente de Internet	<1 %
49	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
50	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
51	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
52	publicaciones.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
53	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
54	repository.usta.edu.co Fuente de Internet	<1 %
55	revistas.udea.edu.co Fuente de Internet	<1 %

56 worldwidescience.org
Fuente de Internet

<1 %

57 www.unl.edu.ec
Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 6 words

Excluir bibliografía

Activo

