

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TALLER DE CAPACITACIÓN EN INTELIGENCIA EMOCIONAL EN EL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO BRINDADA A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO EN LA PROVINCIA DE CAJABAMBA – DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA 2014.

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en
Administración

AUTORES:

Br. Erison Braulio Pretell Novoa

Br. Emilene Anita Marcelo Vásquez

ASESOR:

Dra. Herbias Figueroa Margot Isabel

Trujillo, 17 de Noviembre del 2014

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

Dando cumplimiento con las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, sometemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: **Taller de capacitación en inteligencia emocional en el área de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio brindada a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario en la Provincia de Cajabamba – Departamento de Cajamarca 2014.**

La calidad de servicio es la parte fundamental de la filosofía de negocios y el enfoque central del plan estratégico de toda empresa.

La presente investigación, tiene como objetivo demostrar que la Calidad de servicio brindada por los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario en la Ciudad de Cajabamba mejora mediante la aplicación del taller de capacitación en inteligencia emocional.

Trujillo, 17 de Noviembre del 2014

LOS AUTORES

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por darme la vida y las fuerzas necesarias para lograr mis objetivos, sobrepasando obstáculos con tenacidad y valentía, A mis padres por el apoyo incondicional y la confianza para recorrer este camino, en donde seremos partícipes del comienzo de una gran historia.

Erison Braulio Pretell Novoa

A Dios por la vida, por la familia que me brindó y el sostén que fueron mis padres para lograr este anhelado objetivo

Emilene Anita Marcelo Vásquez

RESUMEN

La presente investigación se ha realizado con la finalidad de demostrar que la aplicación de un taller en inteligencia emocional en el área de Atención al Cliente mejoró la calidad de servicio brindada en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario.

Se utilizó el diseño en sucesión o en línea donde se usó un solo grupo que sirve como grupo experimental y testigo de sí mismo, empleando la técnica de la encuesta, para lo cual se elaboró un cuestionario. Se consideró como muestra a 370 socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario de la ciudad de Cajabamba – Departamento de Cajamarca.

Los resultados de la investigación llegaron a la conclusión que mediante la implementación del taller en inteligencia emocional mejoró la calidad de servicio viéndose reflejado en las tablas y gráficos presentados del pre – post del taller logrando una percepción positiva por parte de los socios hacia la Cooperativa.

Entre los resultados más relevantes, que están relacionados en las 5 dimensiones de la inteligencia emocional de Goleman, se logró identificar las necesidades de capacitación del personal del área de atención al cliente, y aplicar el taller de una manera correcta, lo cual repercutió favorablemente en la calidad del servicio

Palabras Claves: Inteligencia Emocional, Calidad de Servicio, Taller de capacitación, Percepción positiva, Dimensiones de la inteligencia emocional, atención al cliente.

ABSTRACT

This research was conducted in order to demonstrate that the application of a workshop on emotional intelligence in the area of Customer Service improved the quality of service provided in the Savings and Credit Cooperative Nuestra Señora del Rosario.

Design in succession or online where one serves as experimental group and control group was used of himself, using the survey technique, for which a questionnaire of 10 questions was developed was used. It was considered as a sample to 370 members of the Cooperative Savings and Credit Nuestra Señora del Rosario city Cajabamba - Department of Cajamarca.

The results of the research concluded that by implementing the Emotional Intelligence workshop in improved service quality seeing reflected in the tables and graphs presented in the pre - post workshop making a positive perception of the partners to the Cooperative.

Among the most relevant results, which are related to the 5 dimensions of Goleman, was identified training needs of staff in the area of customer service, and apply the workshop in a right way, which favorably affected the quality of service.

Keywords: Emotional Intelligence, Quality of Service Training Workshop, Positive Perception, Dimensions of emotional intelligence, customer.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	ii
DEDICATORIA	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	vii
<u>CAPÍTULO I</u>	
<u>INTRODUCCIÓN</u>	
1.1 .Formulación del problema	1
1.1.1 Realidad problemática	1
1.1.2 Enunciado del problema	2
1.1.3 Antecedentes del problema	3
1.1.4 Justificación y delimitación	4
1.2.Hipótesis	4
1.3.Objetivos	5
1.4 .Marco Teórico	6
1.4.1. Inteligencia Emocional	6
1.4.1.1. Definición	6

1.4.1.2. Dimensiones de la Inteligencia Emocional	6
1.4.1.3. Componentes de la Inteligencia Emocional	9
1.4.1.4. Habilidades de la Inteligencia Emocional	11
1.4.1.5. Características de la persona con Inteligencia Emocional	12
1.4.1.6. Principios de la Inteligencia Emocional	13
1.4.1.7. Características de las capacidades de la Inteligencia Emocional	14
1.4.1.8. Bases Biológicas de la Inteligencia Emocional	15
1.4.2. Taller de Capacitación	16
1.4.2.1. Definición	16
1.4.2.2. Preparación de un Taller de Capacitación	16
1.4.3. La capacitación	19
1.4.3.1. Etapas del proceso de capacitación	19
1.4.3.2. Determinación de necesidades de capacitación	20
1.4.3.3. Medios para la determinación de necesidades de capacitación	21
1.4.3.4. Objetivos de capacitación	22

1.4.4. Calidad de Servicio	23
1.4.4.1. Definición	23
1.4.4.2. Dimensiones de la calidad en el servicio	24
1.4.4.3. Calidad de servicio en la visión de la empresa	25
1.4.4.4. Las estrategias y la calidad de servicio	25
1.5 Marco Conceptual	28

CAPÍTULO II

MATERIAL Y PROCEDIMIENTOS

2.1 Material	30
2.1.1. Población	30
2.1.2. Marco de muestreo	30
2.1.3. Unidad de Análisis	30
2.1.4. Muestra	31
2.1.5. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	32
2.2. Procedimientos	32
2.2.1. Diseño de contrastación	32
2.2.2. Operacionalización de variables	34
2.2.3. Procesamiento y análisis de datos	35

CAPÍTULO III

TALLER DE CAPACITACIÓN

3.1. Diagnóstico de necesidades de capacitación	36
3.2. Taller de capacitación en Inteligencia Emocional	37
3.2.1. Objetivo General	37
3.2.2. Facilitadores	37
3.2.3. Costos	37
3.2.4. Participantes del taller	37
3.2.5. Beneficios	38
3.2.6. Estructura del taller	38
3.2.6.1. Herramientas Metodológicas	38
3.2.6.2. Temporalización	38
3.2.6.3. Cronograma del taller	39
3.3. Descripción del taller	40
3.3.1. Introducción a la Inteligencia Emocional	40
3.3.2. Autoconciencia	40
3.3.3. Autorregulación	41
3.3.4. Motivación	42

3.3.5. Empatía	43
3.3.6. Habilidades Sociales	44
3.3.7. Liderazgo	45

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de Resultados	46
4.1.1. Presentación de resultados de la encuesta aplicada a los socios antes de la aplicación del taller de capacitación en inteligencia emocional	46
4.1.2. Presentación de resultados de la encuesta aplicada a los socios después de la aplicación del taller de capacitación en inteligencia emocional	66
4.1.3. Resultados de la encuesta aplicada al personal del Área de atención al cliente sobre necesidades de capacitación	86
4.1.4. Resultados comparativos	106
4.2. Discusión de Resultados	126

<u>CONCLUSIONES</u>	127
<u>RECOMENDACIONES</u>	128
<u>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	129
<u>ANEXOS</u>	130

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

ANTES DEL TALLER DE CAPACITACIÓN EN INTELIGENCIA EMOCIONAL

Tabla N° 1: Distribución porcentual de visita a la Cooperativa por los socios según Género.....	46
Tabla N° 2: Atención Personalizada, trato amable y cordial que brinda la Cooperativa.....	48
Tabla N° 3: Atención Oportuna e información adecuada que brinda la Cooperativa.....	50
Tabla N° 4: Solución a reclamos atendidos por la Cooperativa.....	52
Tabla N° 5: Horarios de atención adecuados en la Cooperativa.....	54
Tabla N° 6: Personal que atiende en la Cooperativa se expresa en forma clara y entendible.....	56
Tabla N° 7: Ambientes de la Cooperativa son adecuados para la atención.....	58
Tabla N° 8: Eficiencia de la Cooperativa y la Confianza que los socios tienen en ella.....	60
Tabla N° 9: Trato y Atención en general que brinda la Cooperativa.....	62
Tabla N° 10: Distribución porcentual de visita a la Cooperativa por los socios según género.....	64

DESPUÉS DEL TALLER DE CAPACITACIÓN EN INTELIGENCIA EMOCIONAL

Tabla N° 11: Distribución porcentual de visita a la Cooperativa por los socios según género.....	66
Tabla N° 12: Atención Personalizada, trato amable y cordial que brinda la Cooperativa.....	68
Tabla N° 13: Atención Oportuna e información adecuada que brinda la Cooperativa.....	70
Tabla N° 14: Solución a reclamos atendidos por la Cooperativa.....	72
Tabla N° 15: Horarios de atención adecuados en la Cooperativa.....	74

Tabla N° 16: Personal que atiende en la Cooperativa se expresa en forma clara y entendible.....	76
Tabla N° 17: Ambientes de la Cooperativa son adecuados para la atención.....	78
Tabla N° 18: Eficiencia de la Cooperativa y la Confianza que los socios tienen en ella.....	80
Tabla N° 19: Trato y Atención en general que brinda la Cooperativa.....	82
Tabla N° 20: Distribución porcentual de visita a la Cooperativa por los socios según género.....	84

RESULTADOS ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE SOBRE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

Tabla N° 21: Los colaboradores brindan un servicio confiable que satisface las expectativas de los socios.....	86
Tabla N° 22: Trabajo de equipo orientado al logro de metas.....	88
Tabla N° 23: Percepción de las relaciones interpersonales entre el equipo de trabajo.....	90
Tabla N° 24: Motivación en la cooperativa.....	92
Tabla N° 25: La atención correspondiente al socio.....	94
Tabla N° 26: Grado de que los compañeros de trabajo, estamos dispuestos a ayudarnos entre nosotros para completar tareas, objetivos, aunque esto signifique un mayor esfuerzo.....	96
Tabla N° 27: Trabajo en equipo para resolver problemas, o inquietudes en la cooperativa.....	98
Tabla N° 28: En la cooperativa se percibe un buen clima laboral para lograr un buen desempeño.....	100

Tabla N° 29: La disponibilidad del personal del área para ayudar a los socios de la cooperativa.....	102
---	-----

Tabla N° 30: La actitud para resolver situaciones de estrés y conflictos en la cooperativa.....	104
--	-----

RESULTADOS COMPARATIVOS .- EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO A LOS SOCIOS ANTES Y DESPUÉS DE LA APLICACIÓN DEL TALLER DE CAPACITACIÓN EN INTELIGENCIA EMOCIONAL

Tabla N° 31: Distribución porcentual de visita a la Cooperativa por los socios.....	106
--	-----

Tabla N° 32: Atención Personalizada, trato amable y cordial que brinda la Cooperativa.....	108
---	-----

Tabla N° 33: Atención Oportuna e información adecuada que brinda la Cooperativa.....	110
---	-----

Tabla N° 34: Solución a reclamos atendidos por la Cooperativa.....	112
---	-----

Tabla N° 35: Horarios de atención adecuados en la Cooperativa.....	114
---	-----

Tabla N° 36: Personal que atiende en la Cooperativa se expresa en forma clara y entendible.....	116
--	-----

Tabla N° 37: Ambientes de la Cooperativa son adecuados para la atención.....	118
---	-----

Tabla N° 38: Eficiencia de la Cooperativa y la Confianza que los socios tienen en ella.....	120
--	-----

Tabla N° 39: Trato y Atención en general que brinda la Cooperativa.....	122
--	-----

Tabla N° 40: Distribución porcentual de visita a la Cooperativa por los socios.....	124
--	-----

ÍNDICE DE FIGURAS

ANTES DEL TALLER DE CAPACITACIÓN EN INTELIGENCIA EMOCIONAL

Figura N° 1: Distribución porcentual de visita a la Cooperativa por los socios según Género.....	46
Figura N° 2: Atención Personalizada, trato amable y cordial que brinda la Cooperativa.....	48
Figura N° 3: Atención Oportuna e información adecuada que brinda la Cooperativa.....	50
Figura N° 4: Solución a reclamos atendidos por la Cooperativa.....	52
Figura N° 5: Horarios de atención adecuados en la Cooperativa.....	54
Figura N° 6: Personal que atiende en la Cooperativa se expresa en forma clara y entendible.....	56
Figura N° 7: Ambientes de la Cooperativa son adecuados para la atención.....	58
Figura N° 8: Eficiencia de la Cooperativa y la Confianza que los socios tienen en ella.....	60
Figura N° 9: Trato y Atención en general que brinda la Cooperativa.....	62
Figura N° 10: Distribución porcentual de visita a la Cooperativa por los socios según género.....	64

DESPUÉS DEL TALLER DE CAPACITACIÓN EN INTELIGENCIA EMOCIONAL

Figura N° 11: Distribución porcentual de visita a la Cooperativa por los socios según género.....	66
Figura N° 12: Atención Personalizada, trato amable y cordial que brinda la Cooperativa.....	68
Figura N° 13: Atención Oportuna e información adecuada que brinda la Cooperativa.....	70
Figura N° 14: Solución a reclamos atendidos por la Cooperativa.....	72

Figura N° 15: Horarios de atención adecuados en la Cooperativa.....	74
Figura N° 16: Personal que atiende en la Cooperativa se expresa en forma clara y entendible.....	76
Figura N° 17: Ambientes de la Cooperativa son adecuados para la atención.....	78
Figura N° 18: Eficiencia de la Cooperativa y la Confianza que los socios tienen en ella.....	80
Figura N° 19: Trato y Atención en general que brinda la Cooperativa.....	82
Figura N° 20: Distribución porcentual de visita a la Cooperativa por los socios según género.....	84

RESULTADOS ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE SOBRE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

Figura N° 21: Los colaboradores brindan un servicio confiable que satisface las expectativas de los socios.....	87
Figura N° 22: Trabajo de equipo orientado al logro de metas.....	89
Figura N° 23: Percepción de las relaciones interpersonales entre el equipo de trabajo.....	90
Figura N° 24: Motivación en la cooperativa.....	92
Figura N° 25: La atención correspondiente al socio.....	94
Figura N° 26: Grado de que los compañeros de trabajo, estamos dispuestos a ayudarnos entre nosotros para completar tareas, objetivos, aunque esto signifique un mayor esfuerzo.....	96
Figura N° 27: Trabajo en equipo para resolver problemas, o inquietudes en la cooperativa.....	98
Figura N° 28: En la cooperativa se percibe un buen clima laboral para lograr un buen desempeño.....	100

Figura N° 29: La disponibilidad del personal del área para ayudar a los socios de la cooperativa.....102

Figura N° 30: La actitud para resolver situaciones de estrés y conflictos en la cooperativa.....104

RESULTADOS COMPARATIVOS .- EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO A LOS SOCIOS ANTES Y DESPUÉS DE LA APLICACIÓN DEL TALLER DE CAPACITACIÓN EN INTELIGENCIA EMOCIONAL

Figura N° 31: Distribución porcentual de visita a la Cooperativa por los socios.....106

Figura N° 32: Atención Personalizada, trato amable y cordial que brinda la Cooperativa.....108

Figura N° 33: Atención Oportuna e información adecuada que brinda la Cooperativa....110

Figura N° 34: Solución a reclamos atendidos por la Cooperativa.....112

Figura N° 35: Horarios de atención adecuados en la Cooperativa.....114

Figura N° 36: Personal que atiende en la Cooperativa se expresa en forma clara y entendible.....116

Figura N° 37: Ambientes de la Cooperativa son adecuados para la atención.....118

Figura N° 38: Eficiencia de la Cooperativa y la Confianza que los socios tienen en ella.....120

Figura N° 39: Trato y Atención en general que brinda la Cooperativa.....122

Figura N° 40: Distribución porcentual de visita a la Cooperativa por los socios.....124

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Formulación del Problema

1.1.1. Realidad Problemática

La realidad de un mundo moderno ha penetrado culturas, sin tomar en cuenta fronteras, un entorno globalizado que exige de los integrantes de las organizaciones, una mayor disposición al cambio, capacidad de adaptación al mismo, así como también una disposición más abierta a la interrelación entre ellos.

Las empresas que desean elevar su desempeño orientándose hacia la calidad, deben buscar estrategias internas que las ayuden a alcanzar sus objetivos.

Para satisfacer las complejas necesidades de los clientes, se requiere de un trabajo no individualizado; por el contrario, la utilización exitosa de grupos cuyos miembros tengan diferentes habilidades, antecedentes, y experiencias, incrementa la posibilidad de ofrecer soluciones creativas.

La Inteligencia Emocional según Daniel Goleman en su libro *Emotional Intelligence: Why it can matter more than IQ* (1996), es reconocida como una de las más importantes, donde genera competencias que influyen la habilidad de una persona para enfrentarse a las demandas y presiones del entorno. Por lo tanto, servirán como una herramienta para agregar valor a la organización y desempeñar un papel significativo para conseguir que el centro de trabajo no sólo sea el más productivo y rentable, sino que sea un lugar significativo y agradable.

En la ciudad de Cajabamba, viene funcionando la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario desde el año 1962, los servicios que ofrece son:

- Fondo de previsión social
- Tarjeta de débito kuskanet
- Servicios de cobranza
- Depósitos de Ahorro
- Créditos

Una de las áreas que se relaciona con la atención a los socios es el área de atención al cliente en donde existe la problemática vinculada a la calidad de servicio puesto que los trabajadores de la cooperativa no cuenta con capacitación adecuada en inteligencia emocional generando insatisfacción a los socios por motivos de falta de empatía, falta de comunicación efectiva, escasez de habilidades que proporcionen confianza entre colaborador y el socio según Michael Porter Eugene en su libro *Calidad de Servicio* (2003) la calidad de servicio es la esencia de la Organización.

Evidenciando en el libro de reclamaciones y en el buzón de quejas en los meses del año se incrementó en 40% las quejas y reclamos a comparación del año anterior debido al inadecuado servicio en atención al cliente por parte del personal de la cooperativa.

La necesidad de capacitación según Amaya García en su libro *Plan de Capacitación* (2003) y Reza, Jesús en su libro: *Nuevo Diagnóstico de Necesidades de Capacitación y Aprendizaje en las Organizaciones* (2006), en estos aspectos es inminentemente necesario, ya que adquirir los conocimientos, practicas y experiencia influirá en el desempeño y cultura orientada hacia la calidad de servicio en el personal del área de atención al cliente

En consecuencia la cooperativa de ahorro y crédito Nuestra Señora del Rosario tiene como orientación aplicar un taller de inteligencia emocional para mejorar la atención a los socios y evitar la desvinculación del socio lo cual repercute en la situación económica y financiera de la cooperativa.

1.1.2. Enunciado del Problema

¿De qué manera el taller de capacitación en inteligencia emocional brindado al personal del área de atención al cliente permitirá mejorar la calidad de servicio brindado a los socios de la Cooperativa de ahorro y crédito Nuestra Señora del Rosario en la Provincia de Cajabamba – Departamento de Cajamarca 2014?

1.1.3. Antecedentes

De Gerbasi y Blanco(2005) en su tesis **Diseño de un programa sobre Inteligencia Emocional orientado al fortalecimiento de la calidad de servicio a partir de la relación cliente-empleado en una institución financiera**, presentada en la Universidad Alejandro de Humboldt de Caracas – Venezuela para obtener el título de Grado en Maestro en Administración Llegaron a las conclusiones:

El programa de capacitación en inteligencia emocional, mejoró las capacidades con relación a la empatía con los clientes, una comunicación eficaz, motivación y compromiso con su trabajo, esto se vio reflejado en la calidad de servicio cliente – empleado de la institución bancaria.

De Vega (2004) .En su Tesis **“Satisfacción de los clientes a través de las estrategias de calidad de servicio implementadas en los bancos comerciales de santo domingo 2000-2003”** realizada en la Universidad Autónoma de Santo Domingo para obtener el Grado de Maestro en Administración.

Se llegó a la conclusión que la implementación y diseño de estrategias de calidad de servicio repercutieron significativamente en la satisfacción de los clientes en los bancos comerciales de santo domingo, logrando una identificación, relación estrecha del servicio – cliente.

De Lisette Córdova Mostacero (2002) (2), En su Tesis **“Nivel de satisfacción del cliente y estrategias para mejorar la calidad de los servicios en la Caja Rural La Libertad-Sede principal de Trujillo”** realizada en La Universidad Antenor Orrego, Llegaron a la siguiente conclusión:

El servicio y atención al cliente constituye el principal estándar que usa el cliente para medir el desempeño de una empresa y de la competencia y si las expectativas no se satisfacen se corre el riesgo de perder al cliente,

por ende el diseño de estrategias para mejorar la calidad de servicio lograron la fidelización, una buena perspectiva en la imagen de la Caja Rural y el nivel de satisfacción del cliente aumento en un 20% de acuerdo a nuestra investigación.

1.1.4. Justificación

Teórica

- La investigación busca mediante la aplicación de la teoría inteligencia emocional planteada por Goleman mejorar el desempeño en cuanto a la atención brindada por lo colaboradores en el área de atención al cliente a los socios de la cooperativa de ahorro u crédito nuestra señora del Rosario.

Práctica

- Se desarrolló un taller de inteligencia emocional a nivel de los colaboradores en el área de atención al cliente lo que permitió encontrar una mejora y soluciones concretas a problemas en la atención al cliente, lo cual inciden en la fidelización, posicionamiento, reconocimiento e imagen de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario de Cajabamba – Departamento de Cajamarca.

Social

- La presente investigación contribuirá a mejorar las relaciones con los socios, fomentará una excelente calidad de servicio en la atención a los clientes aplicando el taller en inteligencia emocional a los colaboradores de la cooperativa de Ahorro y Crédito nuestra Señora del Rosario.

1.2. Hipótesis

El Taller de capacitación en inteligencia emocional brindado al personal en el área de atención al cliente permitirá mejorar significativamente la calidad de servicio brindado a los socios de la Cooperativa de ahorro y crédito Nuestra Señora del Rosario de la Provincia de Cajabamba – Departamento de Cajamarca 2014.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

- Determinar si la aplicación del taller de capacitación en inteligencia emocional en el área de atención al cliente permitirá mejorar la calidad de servicio a los socios de la Cooperativa de ahorro y crédito Nuestra Señora del Rosario en la Provincia de Cajabamba – Departamento de Cajamarca 2014

1.3.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar la calidad de servicio brindado por el área de atención al cliente a los socios de la Cooperativa de ahorro y crédito Nuestra Señora del Rosario antes de aplicar el taller de capacitación en inteligencia emocional.
- Conocer las necesidades de capacitación en inteligencia emocional del Área de atención al cliente.
- Diseñar el taller de capacitación en inteligencia emocional en el área de atención al cliente.
- Aplicar el taller de capacitación en inteligencia emocional al personal del área de atención al cliente.
- Evaluar la calidad de servicio de los colaboradores en el área de atención al cliente después de haber aplicado el taller de capacitación en inteligencia emocional.

1.4. Marco Teórico

1.4.1. La Inteligencia Emocional

1.4.1.1. Definición:

Popularmente la inteligencia emocional es definida como un conjunto de habilidades, actividades, capacidades y competencias que determinan el comportamiento de un individuo, reacciones, estado de la mente y estilo de comunicación.

Goleman (2009) (20ª Edición) define La inteligencia emocional nos permite tomar conciencia de nuestras emociones, comprender los sentimientos de los demás, tolerar las presiones y frustraciones que soportamos en el trabajo, acentuar nuestra capacidad de trabajar en equipo y adoptar una actitud empática y social, que nos brindará mayores posibilidades de desarrollo personal.

El concepto de inteligencia emocional nació a principios de esta década. En 1990, Peter Salovey y John D. Mayer, publicaron el primer trabajo científico sobre este tema. Pero varios decenios antes, el célebre psicólogo E. L. Thorndike escribió en 1935 acerca de la inteligencia social, que era la capacidad de obrar prudentemente en las relaciones humanas. Sin embargo, el concepto no se popularizó hasta la publicación en 1995, del célebre libro de Daniel Goleman "La Inteligencia Emocional".

1.4.1.2. Dimensiones de la inteligencia emocional

Goleman (2009): Establece 5 dimensiones de la inteligencia emocional

Autoconocimiento. Saber que se siente en cada momento, es decir conocer los propios estados internos, preferencias, recursos e intuiciones, y utilizar esas preferencias para orientar nuestra toma de decisiones; tener una idea realista de nuestras habilidades, fortalezas, debilidades y una bien basada confianza en uno mismo.

Reconocer un sentimiento mientras éste se presenta, es la clave de la Inteligencia Emocional, es decir, conocer y adecuar las emociones es imprescindible para poder llevar una vida satisfactoria. Para conocer y adecuar las emociones, se tienen que reconocer, es decir, tomar conciencia de lo que se está sintiendo. Toda la inteligencia emocional se basa en la capacidad de reconocer sentimientos. Así mismo, está referido a la aptitud personal, y esta aptitud determina el dominio del ser humano, pudiéndose subdividir en la conciencia emocional, la autoevaluación precisa y la confianza en uno mismo.

Autorregulación o control de sí mismo. Manejar las emociones, es decir los propios estados internos, impulsos y recursos. De modo que faciliten la tarea entre manos, en vez de estorbarla; ser escrupulosos y demorar la gratificación en pos de los objetivos; recobrase bien de las tensiones emocionales.

La autorregulación es la habilidad de lidiar con los propios sentimientos, adecuándolos a cualquier situación. Las personas que carecen de esta habilidad caen constantemente en estados de inseguridad, mientras que aquellas que poseen un mejor control emocional tienden a recuperarse más rápidamente de los reveses y contratiempos de la vida. Este indicador de la inteligencia emocional se divide en: autocontrol, confiabilidad, escrupulosidad, adaptabilidad e innovación.

Motivación. Utilizar nuestras preferencias más profundas para orientarnos y avanzar hacia los objetivos, para tomar iniciativas y ser efectivos y para perseverar frente a los contratiempos y las frustraciones. Se manifiesta en las personas que muestran un gran entusiasmo por su trabajo y por el logro de las metas por encima de la simple recompensa económica, con un alto grado de iniciativa y compromiso, y con gran capacidad optimista en la consecución de los objetivos.

Goleman precisa que hay cuatro fuentes principales de motivación que son: el individuo mismo (pensamiento positivo, visualización, respiración abdominal, gestión desagregada); los amigos, la familia y los colegas, realmente nuestros soportes más

relevantes; un mentor emocional (real o ficticio) y el propio entorno (aire, luz, sonido, objetos emocionales)

Empatía. Percibir lo que sienten los demás, es decir, la captación de sentimientos, necesidades e intereses ajenos, ser capaces de ver las cosas desde su perspectiva y cultivar la afinidad con una amplia diversidad de personas. Las personas empáticas normalmente tienen mucha popularidad y reconocimiento social.

La empatía es la habilidad que permite a las personas reconocer las necesidades y los deseos de otros, permitiéndoles relaciones más eficaces. Las personas dotadas de esta aptitud, están atentas a las pistas emocionales y saben escuchar, muestran sensibilidad hacia los puntos de vista de los otros y los comprenden, brindando ayuda basada en la comprensión de las necesidades y sentimientos de los demás.

La empatía según Goleman puede subdividirse en las siguientes dimensiones: - Ayudar a los demás a desarrollarse y – Conciencia política. Dentro de este marco de relaciones interpersonales deben tenerse en cuenta las siguientes pautas: Separar las personas de los temas; enfocar en intereses y no en posiciones; establecer las metas precisas de la negociación y trabajar juntos para crear opciones que favorezcan ambas partes. En este orden de ideas, es oportuno resaltar que las tres primeras habilidades se refieren a la inteligencia intrapersonal y las dos últimas a la inteligencia interpersonal, establecidas en la teoría de las inteligencias múltiples

Habilidades sociales. Habilidad para inducir en los otros las respuestas deseables, es decir, manejar bien las emociones en una relación e interpretar adecuadamente las situaciones y las redes sociales; interactuar sin dificultad; utilizar estas habilidades para persuadir, dirigir y liderar, negociar y resolver disputas, para la cooperación y el trabajo en equipo.

El arte de relacionarse en gran parte, es debido a la habilidad de producir sentimientos en los demás. Esta habilidad, es la base en la que se sustenta la popularidad, el liderazgo y la eficiencia interpersonal. Las personas con esta cualidad son más eficientes en todo lo relacionado con la interacción entre individuos. Durante el

desarrollo de las habilidades de comunicación efectivas, de comprensión y valoración de las emociones de los otros, la gestión de la inteligencia emocional pasa de intrapersonal a interpersonal. Los grandes temas de este apartado tal como expone Goleman son la auto apertura, la asertividad y la escucha activa.

1.4.1.3. Componentes de la Inteligencia Emocional

En esta definición, Goleman ha considerado cinco aptitudes emocionales, clasificada su vez en dos grandes grupos:

- Aptitud personal: Son las que determinan el dominio de uno mismo. Comprenden las siguientes aptitudes: autoconocimiento, autorregulación y motivación.
- Aptitud social: Son las que determinan el manejo de las relaciones. Comprenden las siguientes aptitudes: Empatía y habilidades sociales.

El autoconocimiento consiste en conocer los propios estados internos, preferencias, recursos e intuiciones, se enfoca en etiquetar los sentimientos mientras estos ocurren.

Este autoconocimiento comprende, a su vez, tres aptitudes emocionales:

- Conciencia emocional: Reconocimiento de las propias emociones y sus efectos
- Autoevaluación precisa: Conocimiento de los propios recursos interiores, habilidades y límites
- Confianza en uno mismo: Certeza sobre el propio valor y facultades

La autorregulación se enfoca en manejar los propios estados internos, impulsos y recursos.

Esta autorregulación está formada por cinco aptitudes emocionales:

- Autodominio: Mantener bajo control las emociones y los impulsos perjudiciales.
- Confiabilidad: Mantener normas de honestidad e integridad
- Escrupulosidad: Aceptar la responsabilidad del desempeño personal

- Adaptabilidad: Flexibilidad para reaccionar ante los cambios
- Innovación: Estar abierto y bien dispuesto para las ideas y los enfoques novedosos y la nueva información

La motivación son las tendencias emocionales que guían o facilitan la obtención de las metas. La motivación se compone de cuatro aptitudes emocionales:

- Afán de triunfo: Afán orientador de mejorar o responder a una norma de excelencia.
- Compromiso: Alinearse con los objetivos de un grupo u organización
- Iniciativa: Disposición para aprovechar las oportunidades
- Optimismo: Tenacidad para buscar el objetivo , pese a los obstáculos y reveses

La empatía es la capacidad de captar sentimientos, necesidades e intereses. Esta empatía comprende cinco aptitudes emocionales:

- Comprender a los demás: Percibir los sentimientos y perspectivas ajenas, e interesarse activamente por sus preocupaciones
- Ayudar a los demás a desarrollarse: Percibir las necesidades de desarrollo de los demás y fomentar su capacidad.
- Orientación hacia el servicio: Prever, reconocer y satisfacer las necesidades del cliente.
- Aprovechar la diversidad: Cultivar las oportunidades a través de personas diversas.
- Conciencia política: Interpretar las corrientes sociales y políticas

Las habilidades sociales son las habilidades para inducir en los otros las respuestas deseadas. Estas comprenden ocho aptitudes emocionales.

- Influencia: Implementar tácticas de persuasión efectiva.
- Comunicación: Escuchar abiertamente y transmitir mensajes convincentes.
- Manejo de conflictos: Manejar y resolver desacuerdos.
- Liderazgo: Inspirar y guiar a individuos o grupos.

- Catalizador de cambios: Iniciar o manejar los cambios.
- Establecer vínculos: Alimentar las relaciones instrumentales.
- Colaboración y cooperación: Trabajar con otros para alcanzar objetivos compartidos y
- Habilidades de equipo: Crear sinergia para trabajar en pos de las metas colectivas

1.4.1.4. Habilidades de la Inteligencia Emocional

Las habilidades prácticas que se desprenden de la Inteligencia Emocional son cinco y pueden ser clasificadas en dos áreas:

Inteligencia Intrapersonal (internas, de autoconocimiento)

Inteligencia Interpersonal (externas, de relación)

Al primer grupo pertenecen tres habilidades:

- La autoconciencia (capacidad de saber que esta pasando en nuestro cuerpo y que estamos sintiendo)
- El control emocional (regular la manifestación de una emoción y/o modificar un estado anímico y su exteriorización)
- La capacidad de motivarse y motivar a los demás.

Al segundo grupo pertenecen dos habilidades:

- La empatía (entender que están sintiendo otras personas, ver cuestiones y situaciones desde su perspectiva) y
- Las habilidades sociales (habilidades que rodean la popularidad, el liderazgo y la eficacia interpersonal, y que pueden ser usadas para persuadir y dirigir, negociar y resolver disputas, para la cooperación y el trabajo en equipo)

1.4.1.5. Características de una persona que posee Inteligencia Emocional

- Daniel Goleman (2009). La mente emocional es infantil, en cuanto a que es categórica, todo es blanco o negro, para ella no existen los grises.
- Es auto confirmante, ya que obvia y no permite la percepción de todo aquello que quebranta las propias creencias o sentimientos y se centra exclusivamente, en lo que los confirma.
- Impone el pasado sobre el presente, lo cual quiere decir que si una situación posee alguna característica o rasgo que se asemeje de alguna forma a un suceso del pasado cargado emocionalmente (esto es, que suscite en nosotros gran emoción), la mente emocional ante cualquier detalle que considere semejante, activa en el presente los sentimientos que acompañaron al suceso en el pasado, con la añadida de que las reacciones emocionales son tan difusas, que no percibimos el hecho de que estamos reaccionando, de una determinada forma, ante una situación que probablemente no comparta más que algunos rasgos, con aquella que desencadenó esa misma reacción en el pasado.
- Se auto justifica en el presente utilizando la mente racional, de forma que sin tener idea de lo que está ocurriendo, tenemos la total convicción de que lo sabemos perfectamente.
- Realidad específica de estado, esta característica se refiere al hecho de que cada emoción tiene su propio repertorio de pensamientos, sensaciones y recuerdos asociados, que el cerebro percibe y emite automáticamente sin control racional. Así pues la visión de la realidad se modifica en función de la emoción que estemos sintiendo; lo que percibo no es lo mismo si me siento furioso o enamorado
- La mente emocional también posee el rasgo de la memoria selectiva lo cual implica, que ante una situación emocional determinada, reorganiza los recursos y las posibles alternativas de forma que sobresalgan los que considera relevantes.

- Es asociativa, esto es considera los elementos que activa los recuerdos como si fuera la realidad, y ya sabemos que un solo rasgo similar puede evocar la totalidad de los sentimientos asociados, por esto el lenguaje de las artes, metáforas, leyendas, fabulas, le hablan directamente.
- El tiempo no existe para ella y no le importa como son las cosas, sino como se perciben y lo que nos recuerdan.
- Por lo que respecta a las palabras asociadas a este tipo de mente, podemos hablar de rapidez, impaciencia, decisiones a partir de ensayo error, globalizar, orientada a las emociones, sentir, creer, intuir, vincular.
- Es calidad, imprecisa y está orientada básicamente a las relaciones con nosotros mismos y con los demás.

1.4.1.6. Principios de la Inteligencia Emocional

Existen cinco principios que son primordiales dentro del proceso de la Inteligencia Emocional:

Recepción: Cualquier cosa que se incorpore por cualquiera de los sentidos.

Retención: Corresponde a la memoria, que incluye la retentiva (o capacidad de almacenar información) y el recuerdo, la capacidad de acceder a esa información almacenada.

Análisis: Función que incluye el reconocimiento de pautas y el procesamiento de la información.

Emisión: Cualquier forma de comunicación o acto creativo, incluso del pensamiento.

Control: Función requerida a la totalidad de las funciones mentales y físicas.

Estas tres funciones convergen en la cuarta es decir la emisión o expresión ya sea mediante el mapa mental, el discurso, el gesto u otros recursos, de aquella que se ha recibido, retenido y analizado.

La quinta categoría la del control, se refiere a la actividad general del cerebro por la cual éste se constituye en "desertor" de todas nuestras funciones mentales y físicas, incluyendo la salud general, actitud y las condiciones ambientales. Esta categoría es de particular importancia porque una mente y un cuerpo sanos son esenciales para que los otros cuatro funcionen (recibir, retener, analizar y emitir), y puedan operar en la plenitud de su potencial

1.4.1.7. Características de las capacidades de la Inteligencia Emocional

Independencia: cada persona aporta una contribución única al desempeño de su trabajo.

Interdependencia: cada individuo depende en cierta medida de los demás.

Jerarquización: las capacidades de la inteligencia emocional se refuerzan mutuamente.

Necesidad pero no-suficiencia: poseer las capacidades no garantiza que se acaben desarrollando.

Genéricas: se puede aplicar por lo general para todos.

1.4.1.8. Bases Biológicas de la Inteligencia Emocional

Este sistema emocional muchas veces es percibido como instantáneo, casi reflejo, sin embargo su origen se encuentra en las capas más profundas del cerebro. Su origen se encuentra en lo que los neurólogos conocen como sistema límbico, compuesto a su vez por la amígdala y el hipocampo. Este núcleo primitivo está rodeado por el neocortex, el asiento del pensamiento, responsable del razonamiento, la reflexión, la capacidad de prever y de imaginar. Allí también se procesan las informaciones que llegan desde los órganos de los sentidos y se producen las percepciones conscientes.

Normalmente el neocortex puede prever las reacciones emocionales, elaborarlas, controlarlas y hasta reflexionar sobre ellas. Pero existen ciertos circuitos cerebrales que van directamente de los órganos de los sentidos a la amígdala, ‘’ puenteando’’ la supervisión racional. Cuando estos recorridos neuronales se encienden, se produce un estallido emocional: en otras palabras, actuamos sin pensar. Otras veces las emociones nos perturban, sabotean el funcionamiento del neocortex y no nos permiten pensar correctamente. Algunos pacientes neurológicos que carecen de conexión entre la amígdala y el neocortex muestran una inteligencia normal y razonan como la gente sana. Sin embargo, su vida es una sucesión de elecciones desafortunadas que los lleva de un fracaso a otro. Para ellos los hechos son grises y neutros, no están teñidos por las emociones del pasado. En consecuencia carecen de la guía del aprendizaje emocional, componente indispensable para evaluar las circunstancias y tomar las decisiones apropiadas

1.4.2. Taller de Capacitación

1.4.2.1. Definición

Ruges (2007) El taller de capacitación es una situación particular de aprendizaje con el propósito de reflexionar sistemáticamente sobre conocimientos, valores, actitudes y prácticas que se tienen sobre determinada problemática y que se expresa en la vida diaria de cada persona participante.

El punto de partida es lo que los y las participantes hacen, saben, viven y sienten; es decir, su realidad, su práctica. Mediante el diálogo de saberes, el taller permite la construcción colectiva de conocimientos, ya que se estimula la reflexión y búsqueda de alternativas de solución de las problemáticas

El taller posibilita la construcción de conocimientos sobre la base de la capacidad y oportunidad que tienen las personas de reflexionar en grupo sobre sus propias experiencias. El proceso de aprendizaje se completa con el regreso a la práctica para transformarla, poniendo en juego los elementos adquiridos en el proceso

1.4.2.2. Preparación de un Taller de Capacitación

- El diseño es el momento más conceptual en el que elaboramos los objetivos, los contenidos y la metodología del taller en cuestión.
- La planificación es el momento en el que detallamos los pasos del evento, destacando los horarios, técnicas y actividades, materiales, responsabilidades y recursos necesarios.
- La elaboración de los materiales a utilizar es el momento en el que vamos a conseguir y construir todos los materiales necesarios (material de apoyo).

Etapas Inicial

La fase inicial o introducción es como el aperitivo de un evento. Tiene por finalidad orientar a las y los participantes, crear un ambiente de confianza, recoger las expectativas y temores, presentar los objetivos del evento así como agendas, horarios, logística, etc.

Los elementos principales de la fase inicial son:

- A. Presentación de participantes y facilitadores
- B. Expectativas, temores y experiencias previas sobre el tema tratado.
- C. Clarificación de objetivos.
- D. Agenda detallada: Horarios, logística.
- E. Compartir responsabilidades: Formación de Comités

Etapas Central

Este es el cuerpo del taller, donde se abordaran los contenidos, que puede durar varios días. Se pueden manejar a 3 niveles: en plenaria, en grupos o con trabajo individual.

En ella se presenta, discute y profundiza la temática a tratar partiendo del intercambio de experiencias entre las personas participantes y confrontándolas con nuevos referentes críticos. En esta fase pueden utilizarse un sinnúmero de diferentes métodos y técnicas, tanto para la presentación de contenidos como para el desarrollo temático.

La cantidad de técnicas y dinámicas que se han desarrollado para la fase central son inmensas. Las clasificaremos según el siguiente criterio:

- A. Técnicas de formación de grupos
- B. Técnicas de recogida de información, análisis y profundización
- C. Técnicas de recuperación de la información
- D. Técnicas de animación, concentración y confianza

Etapas Final

La finalización de un taller abarca 3 elementos básicos:

- La conclusión sobre el tema tratado: es un resumen de los diferentes pasos del taller, de la metodología utilizada y los resultados. Es breve y generalmente la hace el facilitador apoyándose en visualización.
- El plan de acción, que detalla los pasos siguientes, los responsables y las fechas en que deberá realizarse cada actividad.
- La evaluación es un elemento indispensable en eventos de capacitación con metodología participativa porque permite un proceso de retroalimentación de los y las participantes en cuanto al programa, al método, al aprendizaje y al ambiente del taller. Mediante técnicas de evaluación permanente (y no solamente al final del evento) se les facilita la intervención activa en la realización del programa y se les ofrece compartir de esta manera la responsabilidad.

En un taller podemos evaluar en varios momentos:

- Evaluaciones diarias y/o intermedias
- La evaluación final
- La del proceso de capacitación (desde el diseño hasta el fin del taller)
- La evaluación del impacto de la capacitación

1.4.3. La capacitación

Chiavenato (2000) explica que la capacitación es un proceso educativo acorto plazo, aplicado de una manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos.

Mendoza (2000) indica que la capacitación es la acción destinada a desarrollar las aptitudes del trabajador con el propósito de prepararlo para desarrollar eficientemente una unidad de trabajo específica e impersonal. Desigual forma Hoyler, citada por Chiavenato (2000), afirma que la capacitación es una inversión empresarial para reducir o eliminar la diferencia entre el desempeño actual y los objetivos

Capacitar implica proporcionarle al trabajador las **habilidades y conocimientos** que lo hagan más apto y diestro en la ejecución de su propio trabajo. Esos conocimientos pueden ser de varios tipos y pueden enfocarse a diversos fines **individuales y organizacionales**.

1.4.3.1. Etapas del proceso de capacitación

Análisis de las necesidades

- Identificar las habilidades, conocimientos y actitudes específicas para el desempeño del trabajo con la finalidad de mejorar el rendimiento y la productividad.
- Evaluar a los participantes para asegurar que el programa se ajuste a sus niveles específicos de educación, experiencia y competencias así como a sus actitudes y motivaciones personales.
- Establecer los objetivos de un programa formal de capacitación.

Diseño de la instrucción

- Reunir objetivos, métodos, recursos, descripción y secuencia del contenido, ejemplos ejercicios y actividades de la instrucción.
- Organizarlos en un programa.

- Asegurarse de que todos los materiales como guías del instructor y cuadernos del trabajo de los participantes se complementen entre sí, estén escritos con claridad y se combinen en una capacitación unificada que se oriente directamente a los objetivos de aprendizajes que se establecieron.
- Elaborar un programa formal de capacitación.

Validación

- Presentar y validar previamente la capacitación.
- Basar las revisiones finales en resultados piloto para garantizar la eficacia del programa.

Aplicación

- Cuando sea aplicable, impulsar el éxito con un taller para capacitar al instructor que se centre en el conocimiento y las habilidades para la presentación, además del contenido mismo de la capacitación.

Evaluación y seguimiento

- Evaluar el éxito del programa de acuerdo con:
- Reacción, documentar las reacciones inmediatas de los apéndices ante la capacitación.
- Aprendizaje, usar tanto los recursos tanto para la retroalimentación como las pruebas previas y posteriores para medir lo que se aprendió en el proceso.

1.4.3.2. Determinación de necesidades de capacitación

Según Reza (2006) la determinación de necesidades de capacitación es una de las preguntas que aparecen de manera constante por parte de los empleadores que tienen la preocupación de hacer más productivo el trabajo de su organización.

Además este autor nos presenta:

1.4.3.3. Medios para la determinación de necesidades de capacitación.

Los principales medios utilizados para la determinación de necesidades de capacitación son:

a. Evaluación de desempeño

Mediante la evaluación de desempeño es posible descubrir no sólo a los empleados que vienen efectuando sus tareas por debajo de un nivel satisfactorio, sino también averiguar qué sectores de la empresa reclaman una atención inmediata de los responsables del entrenamiento.

b. Observación

Verificar donde haya evidencia de trabajo ineficiente, como excesivo daño de equipo, atraso con relación al cronograma, pérdida excesiva de materia prima, número acentuado de problemas disciplinarios, alto índice de ausentismo, etc.

c. Cuestionarios

Investigaciones mediante cuestionarios y listas de verificación (checklist) que pongan en evidencia las necesidades de entrenamiento.

d. Entrevistas con supervisores y gerentes

Contactos directos con supervisores y gerentes, con respecto a posibles problemas solucionables mediante entrenamiento, por lo general se descubren en las entrevistas con los responsables de diversos sectores.

1.4.3.4. Objetivos de la capacitación:

Robbins (2005), nos plantea que establecer objetivos de la capacitación concretos y medibles es la base que debe resultar de la determinación de las necesidades de capacitación:

- Preparar al personal para la ejecución inmediata de las diversas tareas del cargo.
- Proporcionar oportunidades para el desarrollo personal continuo, no solo en su cargo actual, sino también en otras funciones en las cuales puede ser considerada la persona.
- Cambiar la actitud de las personas, bien sea para crear un clima más satisfactorio entre los empleados, aumentar su motivación o hacerlos más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia.
- Proporcionar a la empresa recursos humanos altamente calificados en términos de conocimiento, habilidades y actitudes para un mejor desempeño de su trabajo.
- Mantener a los ejecutivos y empleados permanentemente actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos que se generen proporcionándoles información sobre la aplicación de nueva tecnología.
- Lograr cambios en su comportamiento con el propósito de mejorar las relaciones interpersonales entre todos los miembros de la empresa

1.4.4. La Calidad de Servicio

1.4.4.1. Definición

Según Porter (2003), una de las herramientas más eficaces y usadas por las empresas para diferenciarse de su competencia y desarrollar una ventaja competitiva sostenible es la calidad de servicio al cliente.

Al desarrollar una estrategia de servicio al cliente se deben enfrentar tres decisiones básicas, qué servicios se ofrecerán, qué nivel de servicio se debe ofrecer y cuál es la mejor forma de ofrecer los servicios.

Interpretando a Beas (2006), la eficiencia y la eficacia se interrelacionan, pero la falta de eficacia no puede ser compensada con Eficiencia, por grande que sea esta, ya que no hay nada más inútil que hacer eficientemente, algo que no tiene ningún valor y que no contribuye en nada para la organización.

Profundizando en el tema servicios se observa que poseen las siguientes características: **Intangibilidad:** los servicios no se pueden ver, sentir ni oler antes de comprarlos; **Inseparabilidad:** la creación de un servicio puede tener lugar mientras se consume, examen de la vista, un viaje, un masaje, un corte de cabello, entre otros; **Variabilidad:** la calidad de los servicios depende de quienes los proporcionan, así como de cuándo, en dónde y cómo se proporcionan; **Carácter perecedero:** los servicios no se pueden almacenar para su venta o su utilización posterior; y **Ausencia de propiedad:** los compradores de un servicio adquieren un derecho, pero no la propiedad del soporte tangible del servicio, es decir, el consumidor paga por un servicio más no por la propiedad.

Por último, para poder definir el concepto de calidad de servicio se deberá destacar la importancia del cliente (persona con necesidades y preocupaciones, que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar en la visión del negocio).

Tomando en cuenta estos tres conceptos ahora sí se puede definir la calidad de servicio que consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.

1.4.4.2. Dimensiones de la calidad en el servicio.

Según Ildefonso Grande Esteban (2005) la calidad de servicio tiene dimensiones como:

Confiabilidad. La capacidad de ofrecer el servicio de manera segura, exacta y consistente. La confiabilidad significa realizar bien el servicio desde la primera vez.

Accesibilidad. Las empresas de servicios especialmente deben facilitar que los clientes contacten con ellas y puedan recibir un servicio rápido.

Respuesta. Se entiende por tal la disposición atender y dar un servicio rápido. Los consumidores cada vez somos más exigentes en éste sentido.

Seguridad. Los consumidores deben percibir que los servicios que se le prestan carecen de riesgos, que no existen dudas sobre las prestaciones.

Empatía. Quiere decir ponerse en la situación del cliente, en su lugar para saber cómo se siente.

Tangibles. Las instalaciones físicas y el equipo de la organización deben ser lo mejor posible y los empleados, estar bien presentados, de acuerdo a las posibilidades de cada organización y de su gente.

Para finalizar es importante identificar las expectativas de los clientes en cuanto a la calidad de servicio, esta es más difícil de definir en comparación a la calidad en los productos. La calidad de servicio siempre variará, dependiendo de las circunstancias del problema y de la interacción entre el empleado y el cliente

1.4.4.3. La calidad de servicio en la visión de la empresa

Bolaños (2005) .La calidad de servicio juega un papel fundamental en aquellas organizaciones que quieran fijar su visión y obtener una posición reconocida y continuada en el tiempo.

Una visión es una situación que vemos en nuestra mente. Se imaginan los resultados que se desean obtener a largo plazo en la organización.

En la actualidad, se puede observar que el atributo que contribuye a que una organización se posicione en el largo plazo es la opinión de los clientes sobre el servicio que reciben.

De esta manera, se hace obvio que la organización deberá satisfacer todas las necesidades y expectativas del cliente para que éste se forme una opinión positiva; eso es lo que se llama Calidad de Servicio.

Por lo tanto, para satisfacer dichas expectativas, que por otro lado son subjetivas, es necesario disponer de información adecuada sobre los clientes, que contenga aspectos relacionados con sus necesidades y los atributos que se fijan para evaluar la calidad de un servicio.

Es importante destacar que cuando en una organización se plantea la visión tomando en cuenta la calidad del servicio que ofrece, debe, antes que nada, entender que un servicio se considera de calidad cuando logra su fin: satisfacer las necesidades de los clientes, en el presente y en el futuro.

1.4.4.4. Las estrategias y la calidad de servicio

Palafox (2007) La mejor estrategia para conseguir la lealtad de los clientes se logra evitando sorpresas desagradables a los clientes por fallas en el servicio y sorprendiendo favorablemente a los clientes cuando una situación imprevista exija nuestra intervención para rebasar sus expectativas.

Ruiz (2011) De esta forma, la calidad del servicio se convierte en un elemento estratégico que confiere una ventaja diferenciadora y perdurable en el tiempo a aquellas que tratan de alcanzarla.

Las estrategias principales para lograr un servicio de calidad se pueden definir como las siguientes:

Investigar y entender las necesidades y expectativas de los clientes.

La información se obtiene mediante distintas formas de investigación, desde datos estadísticos y encuestas, hasta saber interpretar las quejas de los clientes.

Comunicar las necesidades y expectativas de los clientes a través de la organización

La comunicación, debería de ser fluida y sin tapujos, para obtener datos e información, conocer los defectos y mejorar servicio. Este punto se verá ampliamente desarrollado en otra sección.

Medir la satisfacción del cliente y actuar según los resultados

Todas las organizaciones deben tener medios para conocer la satisfacción del cliente e intentar mejorarla en vistas a los datos conocidos y las capacidades y posibilidades de la organización. El fin último es satisfacer al cliente en el máximo grado posible.

Manejo sistemático de las relaciones con los clientes

El cliente debe sentirse satisfecho a todos los niveles, incluso cuando efectúa quejas. Ha de hacerse todo lo posible para mantener contento al cliente eliminando todo elemento de insatisfacción

Asegurar una aproximación balanceada satisfaciendo a los clientes y otras partes interesadas (como propietarios, empleados, proveedores, financieros, comunidades locales y la sociedad como un todo)

Si todo marcha bien, todo va bien. Para que todo marche bien, se debe dar que todo el mundo esté contento y no se produzcan problemas (elementos de roce o desajustes) que interfieran en la producción.

Motivar al personal de la organización

Si hay motivación en los miembros de la organización, se esforzarán por mejorar sus resultados e integrarse en la organización. Este compromiso acercará al personal a los objetivos de la organización y por lo tanto la calidad de servicio mejorará.

Promover la iniciativa individual y la creatividad

Cuando los miembros de la organización se implican y toman la iniciativa en su tarea se generan y transmiten nuevas y buenas ideas motivadas por el interés y obtenidas mediante el análisis de los datos y la experiencia. La implicación, mejora el flujo de datos por la organización. La creatividad puede ser una herramienta interesante para innovar en calidad de servicio.

Incentivar la responsabilidad sobre los propios resultados

Los miembros de la organización debieran actuar por si mismos. Tienen la obligación de cumplir con las necesidades y expectativas de su labor en un proceso. Tienen que ejercer el liderazgo en su tarea y poner todo lo que se pueda de su parte para que la tarea se realice con éxito y se consigan los resultados deseados.

Hacer sentir a los integrantes de la organización el deseo de participar y contribuir al proceso de mejora continua

Los miembros de la organización no debieran estar mentalizados sino sentir la necesidad de participar y contribuir a la mejora de la calidad. Para ello es conveniente que estén concienciados y motivados sobre la necesidad de participar en la gestión de la calidad. De este modo, el proceso de mejora continua se consigue por el propio dinamismo de la organización.

Mejorar la tecnología de la organización.

Para conseguir la máxima satisfacción en el cliente ha de mejorar la tecnología cuando resulte rentable pues los beneficios son inmediatos. La máxima calidad se obtiene con la unión de las mejoras tecnológicas y en el funcionamiento de la organización.

1.5. Marco Conceptual

- **Buen servicio.** Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. Chiavenato.
- **Calidad.:** La Calidad es herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie. Ildefonso Grande Esteban.
- **Empatía:** Es la capacidad que tiene el ser humano para conectarse a otra persona y responder adecuadamente a las necesidades del otro, a compartir sus sentimientos, e ideas de tal manera que logra que el otro se sienta muy bien con él. Daniel Goleman.
- **Inteligencia Emocional:** La inteligencia emocional agrupa al conjunto de habilidades psicológicas que permiten apreciar y expresar de manera equilibrada nuestras propias emociones, entender las de los demás, y utilizar esta información para guiar nuestra forma de pensar y nuestro comportamiento. Daniel Goleman.
- **Motivación.** Se puede definir a la motivación como el impulso y el esfuerzo para satisfacer un deseo o meta. En cambio, la satisfacción está referida al gusto que se experimenta una vez cumplido el deseo. Daniel Goleman.
- **Proceso de capacitación.** La capacitación es el proceso de enseñanza–aprendizaje que se inicia con un diagnóstico de las necesidades de capacitación, establece un programa y se apoya en diferentes métodos que se utilizan para fomentar en los empleados nuevos y actuales las habilidades que necesitan para ejecutar las labores en forma adecuada. Robbins.

- **Servicio al cliente:** Un servicio es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza a través de la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad. Michael Porter.
- **Taller de Capacitación:** El taller de capacitación es una situación particular de aprendizaje con el propósito de reflexionar sistemáticamente sobre conocimientos, valores, actitudes y prácticas que se tienen sobre determinada problemática y que se expresa en la vida diaria de cada persona participante. Ruges Mauro.

CAPÍTULO II
MATERIAL Y
PROCEDIMIENTOS

2.1. Material

2.1.1. Población

Para el presente trabajo de investigación se tomó en consideración:

- a) La población de socios constituida por las 10,000 personas de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario de Cajabamba – Departamento de Cajamarca.
- b) La población de trabajadores que laboran en el Área de Atención al Cliente conformado por 20 empleados.

2.1.2. Marco de muestreo

Base de datos:

- Para el caso de los clientes se consideró la base de datos de los socios de la Cooperativa.
- Para el caso de los colaboradores , el marco muestral está referido al reporte del personal que labora en el del Área de Atención al Cliente

2.1.3. Unidad de Análisis

La unidad de análisis lo conforman los socios y los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Provincia de Cajabamba – Departamento de Cajamarca

2.1.4. Muestra

- a) Para definir el tamaño de la muestra de los socios , se utilizó el muestreo de tipo probabilístico (muestreo aleatorio simple) con los 10,000 socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario de Cajabamba – Departamento de Cajamarca)

La muestra representativa y adecuada estará conformada por 370 socios.

Se asumirá que la proporción de clientes satisfechos (0.5) es igual a la de los no satisfechos (0.5).

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

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)(10000)}{0.05^2(9999) + 1.96^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 370 \text{ Socios}$$

Dónde:

Z = Nivel de Confianza 95% (1.96)

E = error tolerable (0.05)

p = Proporción de elementos a favor (0.50)

q = Proporción de elementos no a favor (0.50)

N = Número de socios de la Cooperativa (10000)

- b) Para determinar el tamaño de la muestra de los colaboradores que recibieron el taller de capacitación en inteligencia emocional, se tomó en consideración al marco muestral conformado por 20 colaboradores por constituir una población pequeña .

2.1.5. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

POBLACIÓN	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Socios	Encuesta	Cuestionario
Colaboradores	Encuesta	Cuestionario

2.2. Procedimientos

2.2.1. Diseño de Contrastación

Se utilizó el diseño en sucesión o en línea donde se usó un solo grupo que sirve como grupo experimental y testigo de sí mismo:

Esquema del diseño:

$$O_1 \text{-----} X \text{-----} O_2$$

Donde;

O1 = Evaluación de la calidad del servicio antes de aplicar el taller

X = Aplicación del taller en inteligencia emocional al personal del área de atención al cliente

O2 = Evaluación de la calidad del servicio después del taller

Al grupo experimental de clientes se le aplicó una encuesta previa para conocer su apreciación acerca de la calidad de servicio brindada por los colaboradores de la cooperativa (O₁).

Luego se implementó el taller de capacitación en inteligencia emocional al personal del área de atención al cliente (variable independiente = X).

Posterior al proceso del taller implementado para los colaboradores, se realizó una evaluación sobre la calidad de servicio brindada (O₂). Luego se comparó los resultados obtenidos antes y después del taller en inteligencia emocional

Comparamos:

O₁ Vs O₂

2.2.2. Operacionalización de Variables

PROBLEMA	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES (SUBVARIABLES)	INDICADORES	TIPO DE PREGUNTAS
<p>¿De qué manera el Taller de capacitación en inteligencia emocional brindado a los colaboradores en el área de atención al cliente permitirá mejorar la calidad de servicio brindado a los socios de la Cooperativa de ahorro y crédito Nuestra Señora del Rosario de la Provincia de Cajabamba – Departamento de Cajamarca 2014?</p>	<p>El Taller de capacitación en inteligencia emocional brindado a los colaboradores en el área de atención al cliente permitirá mejorar de manera significativa la calidad de servicio brindado a los socios de la Cooperativa de ahorro y crédito Nuestra Señora del Rosario de la Provincia de Cajabamba – Departamento de Cajamarca 2014</p>	<p>Taller de Capacitación en Inteligencia Emocional</p> <p>Calidad de Servicio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Autoconocimiento • Motivación • Control de sí mismo • Habilidades Sociales • Recursos Tangibles • Confiabilidad • Diligencia • Garantía • Empatía 	<p>Potencial personal</p> <p>Económica y no económica</p> <p>Dominio emocional</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Apariencia del Personal</p> <p>Apariencia de las Instalaciones</p> <p>Capacidad de Respuesta</p> <p>Efectividad</p> <p>Disponibilidad</p> <p>Imagen Profesionalismo</p> <p>Cortesía</p> <p>Atención Individualizada</p> <p>Comprensión</p>	<p>Escala de Likert</p> <p>Escala de Likert</p>

2.2.3. Procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento de datos de la presente investigación se utilizó el programa: EXCEL. Versión 2010

Los resultados son presentados en tablas y gráficos con su respectiva descripción y análisis.

CAPÍTULO III

TALLER DE

CAPACITACIÓN

3.1 DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Las necesidades de capacitación que han sido identificadas basadas en las dimensiones de la Inteligencia Emocional las cuales son:

- Autorregulación
- Autoconciencia
- Motivación
- Liderazgo
- Empatía
- Habilidades sociales

La identificación de las necesidades que fueron obtenidas mediante una encuesta al personal lograron obtener conclusiones para diseñar el taller e implementarlo.

- El personal no contaba con una motivación por parte de la Cooperativa ni una motivación interna al cumplir los objetivos
- El trabajo de equipo orientado al logro de objetivos era bajo
- La actitud del personal para resolver problemas, inquietudes, situaciones de estrés y conflictos no era el adecuado
- El personal no estaba capacitado en manejar sus relaciones interpersonales ni comprender al socio en sus necesidades y exigencias
- El compromiso por dar una atención que genere confianza al socio era ineficiente
- La comunicación, la empatía y la autoconciencia de canalizar la información para dar un servicio de calidad no era eficaz

3.2. TALLER DE CAPACITACIÓN EN INTELIGENCIA EMOCIONAL

3.2.1. OBJETIVO GENERAL

- Proveer al personal herramientas concretas para aumentar y reforzar las habilidades para:

1. Gestionarse a sí mismo – tener las emociones a su servicio, pensar optimistamente, auto motivarse, manejar la incertidumbre y el estrés; y

2. Gerenciar sus relaciones interpersonales – inspirar a otros, desarrollar la empatía, generar alianzas y generar habilidades sociales que contribuyan al alto desempeño en la calidad de servicio brindada por la cooperativa.

3.2.2. FACILITADORES

- Personal del Área de RRHH de la Cooperativa

3.2.3. COSTO

- Movilidad
 - 300
- Viáticos
 - 400
- Material del Taller
 - 200

3.2.4. PARTICIPANTES DEL TALLER DE CAPACITACIÓN

- El personal del Área de Atención al Cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario – Provincia de Cajabamba.

3.2.5. BENEFICIOS

- Desarrollar la capacidad de manejar situaciones de incertidumbre.
- Aprender a inspirarse e inspirar a otros.
- Concientizar y desarrollar la capacidad de transformación y manejo del cambio.
- Convertirse en el promotor del cambio que se desea que ocurra en la organización.
- Desarrollar la empatía, cultivar la afinidad.
- Mejorar las relaciones interpersonales y así generar alternativas en la resolución de conflictos.
- Aprender a tratarse como se desea que los otros nos traten, fortaleciendo la autoestima.
- Aprender a auto motivarse y motivar a otros.
- Aprender a manejar las emociones y generar pensamiento optimista.

3.2.6. ESTRUCTURA DEL TALLER

3.2.6.1. Herramientas Metodológicas a Utilizar

- Presentación de los temas conceptuales utilizando PowerPoint.
- Dinámicas, lluvia de ideas, videos, material didáctico donde ejercitarán las herramientas presentadas utilizando situaciones de la vida organizacional del presentador y de los participantes.

3.2.6.2. Temporalización

- Duración: 12 horas – 2 semanas
- Número de sesiones: 6 sesiones
- Número de asistentes: 20 Participantes
- Participantes: Personal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario

3.2.6.3. Cronograma del Taller de Capacidad en Inteligencia Emocional

Nº SEMANA	FECHA	MODULO/TEMA	PARTICIPANTES	LUGAR DE CAPACITACION	Nº HORAS
SEMANA 1	22/09/2014	Introducción a la Inteligencia Emocional	Personal del Área de Atención al Cliente	Cooperativa de Ahorro y Credito Nuestra Señora del Rosario del Distrito de Cajabamba Departamento de Cajamarca	2
	24/09/2014	Autoconciencia Autorregulación			2
	26/09/2014	Motivación			2
SEMANA 2	29/09/2014	Empatía	Personal del Área de Atención al Cliente	Departamento de Cajamarca	2
	01/10/2014	Habilidades Sociales			2
	03/10/2014	Liderazgo			2

3.3. DESCRIPCIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL TALLER

3.3.1. INTRODUCCIÓN AL TEMA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

Temario

1. Ejercicio de integración

- Los integrantes del taller se integraran a través de presentaciones, fomentando relaciones entre los miembros, relucir los intereses del grupo y de cada uno de sus miembros en particular, crear un buen ambiente y generar auto confianza.

2. La Inteligencia Emocional

3. Capacidades de la Inteligencia Emocional

3.3.2. AUTOCONCIENCIA

- Saber que se siente en cada momento y utilizar esas preferencias para orientar la toma de decisiones, tener la idea realista de nuestras habilidades y una basada confianza en si mismo

Temario

1. Conciencia Emocional

- Implica identificar las propias emociones y los efectos que pueden tener.

2. Autoevaluación Precisa

- Conocer los propios recursos internos, habilidades y límites. Realizando preguntas como: ¿Quién soy? ¿A dónde voy? Y ¿Qué deseo?, los participantes sabrán que hacer si descubren que es lo que perciben como adecuado, por tanto el recurso máspreciado es la atención. La primera tarea de un líder es conocerse a si mismo

a. Confianza

- Brinda fuerzas para tomar decisiones difíciles o actuar en nuestras convicciones, pese a la oposición, el desacuerdo y hasta la desaprobación explícita de quienes detentan la autoridad.

3.3.3. AUTORREGULACIÓN

- Manejar las emociones de modo que faciliten la tarea entre manos, en vez de estorbarla, ser escrupuloso y recobrar bien de las tensiones emocionales

Temario

1. Confiabilidad

- La confiabilidad se ve en los trabajadores integros, quienes son francos y reconocen sus sentimientos, ellos actúan en forma abierta, honrada y consecuente, así alcanzan mayor credibilidad
- Los que nunca admiten un error o una imperfección, los que inflan su propia imagen, la de la compañía o la del producto, socavan su credibilidad

2. Escrupulosidad

- El cumplimiento de los compromisos y las promesas
- Hacerse responsables de satisfacer los objetivos
- Ser organizados y cuidadosos en el trabajo

3. Adaptabilidad

- Los trabajadores de la cooperativa deben tener adaptabilidad, es decir perder el miedo al cambio, el nerviosismo o la profunda incomodidad personal al cambio
- Adaptación al cambio tomando en cuenta los riesgos y trabajo en equipo

4. Innovación

- Ideas nuevas de muchas fuentes distintas
- Hallar soluciones originales para los problemas
- Generar nuevas ideas
- Adaptar perspectivas novedosas y aceptar riesgos
- Los participantes deberán identificar rápidamente puntos clave y simplificar problemas cuya complejidad pareciera abrumadora

3.3.4. MOTIVACIÓN

- Utilizar nuestras preferencias más profundas, para orientarnos y avanzar hacia los objetivos para tomar iniciativas y ser muy efectivos y perseverar frente a los contratiempos y frustraciones
- Se empleara material como videos de motivación, superación y optimismo
- Identificar las cuatro competencias emocionales de la motivación:
 - El afán de triunfo
 - El compromiso
 - La iniciativa
 - El optimismo

Temario

1. Afán de Triunfo

- Impulso de logro, esfuerzo para mejorar o alcanzar estándares de excelencia laboral

2. Compromiso

- Como alinearse con los objetivos del grupo y la organización

a. Iniciativa

- Disponibilidad para reaccionar ante oportunidades

b. El optimismo

- Tenacidad para buscar el objetivo, a pesar de los obstáculos y reveses que puedan presentarse
- Persistir en ir tras las metas pese a los obstáculos y contratiempos
- No operar por miedo al fracaso, si no por esperanza de éxito
- Considerar que los contratiempos se deben a circunstancias manejables antes que a fallas personales

3.3.5. EMPATÍA

- Percibir lo que sienten los demás, ser capaces de ver las cosas desde su perspectiva y cultivar la afinidad con una amplia diversidad de personas

Temario

1. Comprender a los demás

- Darse cuenta de los sentimientos y perspectivas de los compañeros de trabajo

2. Ayudar a los demás a desarrollarse

- Estar al tanto de las necesidades de desarrollo del resto y reforzar sus habilidades

3. Orientación hacia el servicio

- Anticipar, reconocer y satisfacer las necesidades reales del cliente

4. Aprovechar de la diversidad

- Cultivar las oportunidades laborales a través de distintos tipos de personas

5. Tener conciencia política

- Tener la capacidad de leer las corrientes emocionales del grupo, así como el poder de las relaciones entre sus miembros

3.3.6. HABILIDADES SOCIALES

Temario

1. Influencia

- Implementar tácticas efectivas de persuasión

2. Comunicación

- Saber escuchar abiertamente al resto y elaborar mensajes convincentes

3. Manejo de conflictos

- Saber negociar y resolver los desacuerdos que se presenten dentro del equipo de trabajo

3.3.7. LIDERAZGO

- Capacidad de inspirar y guiar a los individuos y al grupo en su conjunto

Temario

1. Catalizador del cambio

- Iniciador o administrador de las situaciones nuevas

2. Constructor de lazos

- Alimentar y reforzar las relaciones interpersonales dentro del grupo

3. Colaboración y Cooperación

- Trabajar con otros para alcanzar metas compartidas

4. Capacidades de Equipo

- Ser capaces de crear sinergia para el logro de metas colectivas

CAPÍTULO IV
PRESENTACIÓN
Y DISCUSIÓN DE
RESULTADOS

4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS SOCIOS ANTES DE LA APLICACIÓN DEL TALLER DE CAPACITACIÓN EN INTELIGENCIA EMOCIONAL

Tabla N° 01-

Distribución porcentual de visita a la Cooperativa por los socios según género

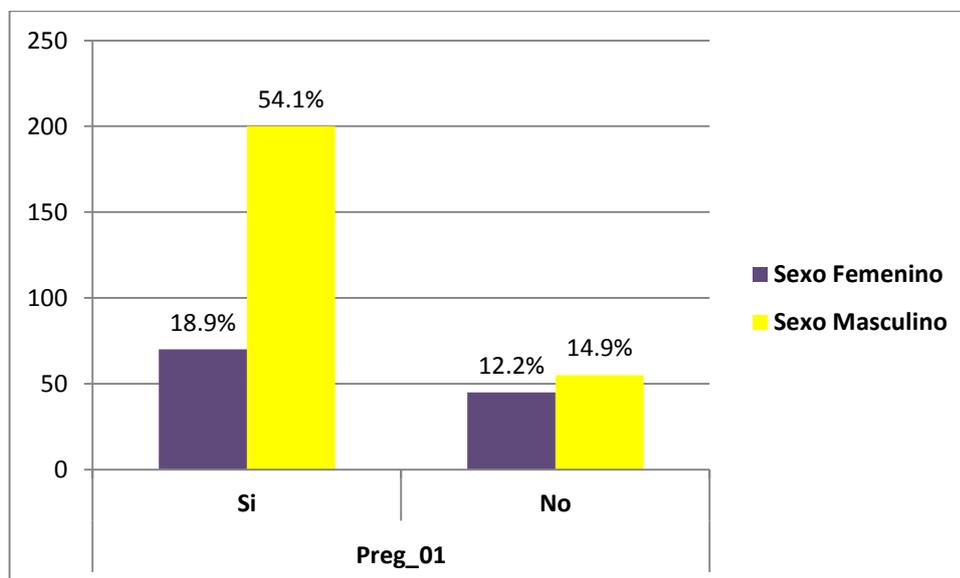
		Preg_01		Total	Preg_01		Total %
		Si	No		Si %	No %	
Género	Femenino	70	45	115	18.9	12.2	31.1
	Masculino	200	55	255	54.1	14.9	68.9
Total		270	100	370	73.0	27.0	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 01

Distribución porcentual de visita a la Cooperativa por los socios según género



Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 270 socios que equivale al 73 %, SI visitan la Cooperativa con frecuencia; de los cuales 200 socios son varones y 70 socios son mujeres.
- 100 socios que equivale al 27%, dijo que NO visita la Cooperativa con frecuencia. *Concluimos diciendo que los socios que más visitan la Cooperativa con frecuencia para realizar diversas transacciones son hombres.

Tabla N° 02-Sexo*Preg_02 – Atención Personalizada, trato amable y cordial que brinda la Cooperativa

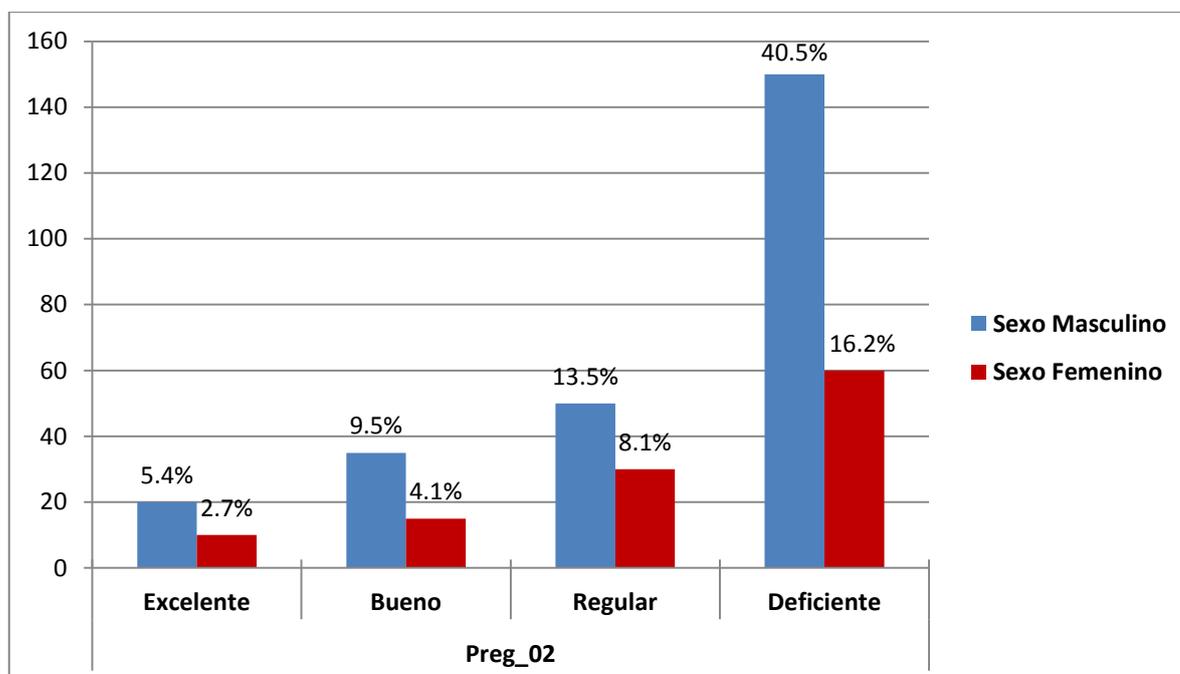
		Preg_02				Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	
Sexo	Masculino	20	35	50	150	255
	Femenino	10	15	30	60	115
Total		30	50	80	210	370

Preg_02				Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	
5.4	9.5	13.5	40.5	68.9
2.7	4.1	8.1	16.2	31.1
8.1	13.5	21.6	56.8	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 02



Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 50 socios que es 13.5% califican como BUENO, la atención personalizada, trato cordial y amable que recibieron en la Cooperativa, de los cuales 35 socios son varones y 15 socios son mujeres.
- 30 socios que es el 8.1% el **PORCENTAJE MÁS BAJO**, califican como EXCELENTE, la atención personalizada, trato cordial y amable que recibieron en la Cooperativa, de los cuales 20 socios son varones y 10 socios son mujeres.
- 80 socios que es el 21.6% califican como REGULAR, la atención personalizada, trato cordial y amable que recibieron en la Cooperativa, de los cuales 50 socios son varones y 30 socios son mujeres.
- **Y 210 socios que es el 56.8% el PORCENTAJE MÁS ALTO**, califican como DEFICIENTE, la atención personalizada, trato cordial y amable que recibieron en la Cooperativa, las cuales 150 socios son hombres y 60 socios son mujeres.
- Concluimos diciendo que los socios tanto varones como mujeres califican como BUENA la atención personalizada, trato cordial y amable, que les brinda la Cooperativa.

Tabla N° 03-Sexo*Preg_03 – Atención Oportuna e información adecuada que brinda la Cooperativa

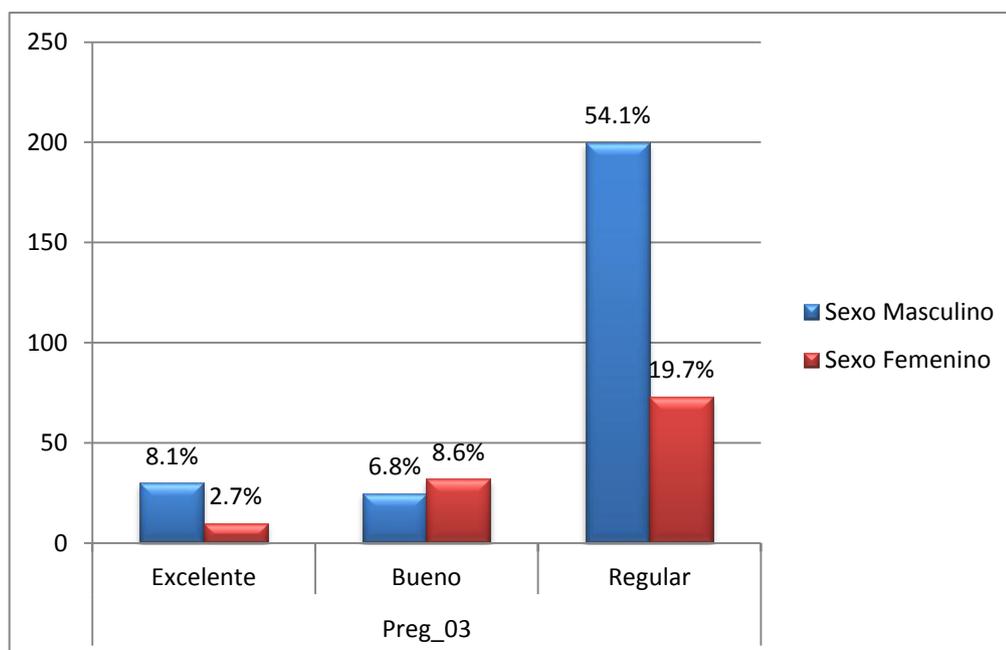
		Preg_03			Total
		Excelente	Bueno	Regular	
Sexo	Masculino	30	25	200	255
	Femenino	10	32	73	115
Total		40	57	273	370

Preg_03			Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	
8.1	6.8	54.1	68.9
2.7	8.6	19.7	31.1
10.8	15.4	73.8	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N°03



Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 40 socios que es 10.8% califican como EXCELENTE, la atención oportuna e información adecuada que recibieron en la Cooperativa, de los cuales 30 socios son varones y 10 socios son mujeres.
- 273 socios que es el 73.8% el PORCENTAJE MÁS ALTO califican como REGULAR, la atención oportuna e información adecuada que recibieron en la Cooperativa, de los cuales 200 socios son varones y 73 socios son mujeres.
- 57 socios que es el 15.4% califican como BUENO, la atención oportuna e información adecuada que recibieron en la Cooperativa, de los cuales 25 socios son varones y 32 socios son mujeres.
- Concluimos diciendo que los socios tanto varones como mujeres califican como REGULAR la atención oportuna e información adecuada que les brinda la Cooperativa.

Tabla N° 04-Sexo*Preg_04 – Solución a reclamos atendidos por la Cooperativa

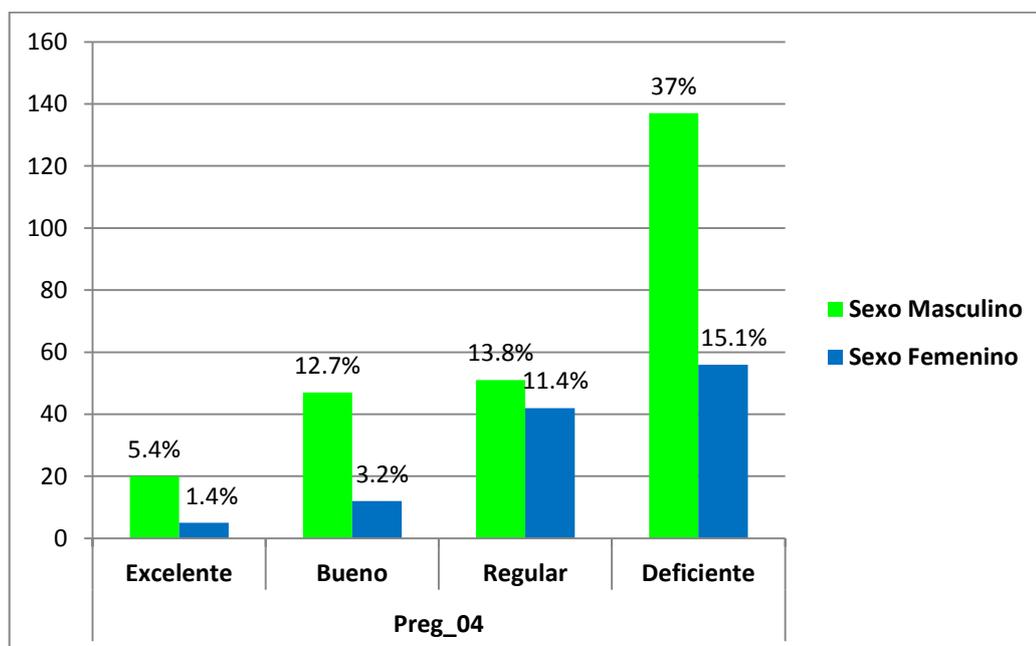
		Preg_04				Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	
Sexo	Masculino	20	47	51	137	255
	Femenino	5	12	42	56	115
Total		25	59	93	193	370

Preg_04				Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	
5.4	12.7	13.8	37.0	68.9
1.4	3.2	11.4	15.1	31.1
6.8	15.9	25.1	52.2	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N°04



Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 59 socios que es 15.9% califican como BUENO, la solución que obtuvieron cuando presentaron su reclamo en la Cooperativa, de los cuales 47 socios son varones y 12 socios son mujeres.
- **193 socios que es el 52.2% el PORCENTAJE MÁS ALTO** califican como DEFICIENTE, la solución que obtuvieron cuando presentaron su reclamo en la Cooperativa, de los cuales 137 socios son varones y 56 socios son mujeres.
- 93 socios que es el 25.1% califican como REGULAR, la solución que obtuvieron cuando presentaron su reclamo en la Cooperativa, de los cuales 51 socios son varones y 42 socios son mujeres.
- **Y 25 socios que es el 6.8% el PORCENTAJE MÁS BAJO** califican como EXCELENTE, la solución que obtuvieron cuando presentaron su reclamo en la Cooperativa, de las cuales las 20 socios son hombres y 5 socios son mujeres.
- Concluimos diciendo que los socios tanto varones como mujeres califican como DEFICIENTE la solución que la Cooperativa les da cuando presentan algún reclamo.

Tabla N° 05-Sexo*Preg_05 – Horarios de atención adecuados en la Cooperativa

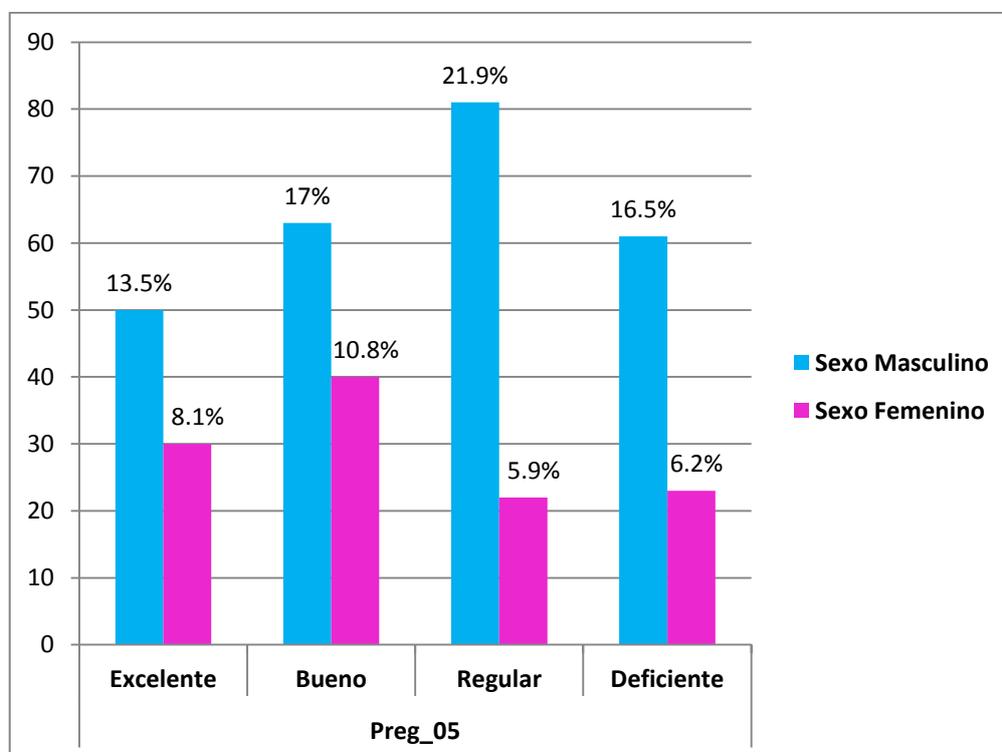
		Preg_05				Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	
Sexo	Masculino	50	63	81	61	255
	Femenino	30	40	22	23	115
Total		80	103	103	84	370

Preg_05				Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	
13.5	17.0	21.9	16.5	68.9
8.1	10.8	5.9	6.2	31.1
21.6	27.8	27.8	22.7	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N°05



Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 103 socios que es el 27.8% califican como REGULAR, los horarios de atención de la Cooperativa, de los cuales 81 socios son varones y 22 socios son mujeres.
- 103 socios que es el 27.8% califican como BUENO, los horarios de atención de la Cooperativa, de los cuales 63 socios son varones y 40 socios son mujeres.
- 84 socios que es el 22.7% califica como DEFICIENTE , los horarios de atención de la Cooperativa, los cuales 61 son hombres y 23 son mujeres
- Y 80 socios que es el 21.6% califican como EXCELENTE, los horarios de atención de la Cooperativa, de los cuales 50 son hombres y 30 son mujeres
- Concluimos diciendo que los socios tanto varones como mujeres que califican como REGULAR y BUENO, los horarios de atención de la Cooperativa, en su mayoría son mujeres.

Tabla N° 06-Sexo*Preg_06 – Atención que brinda por teléfono la Cooperativa

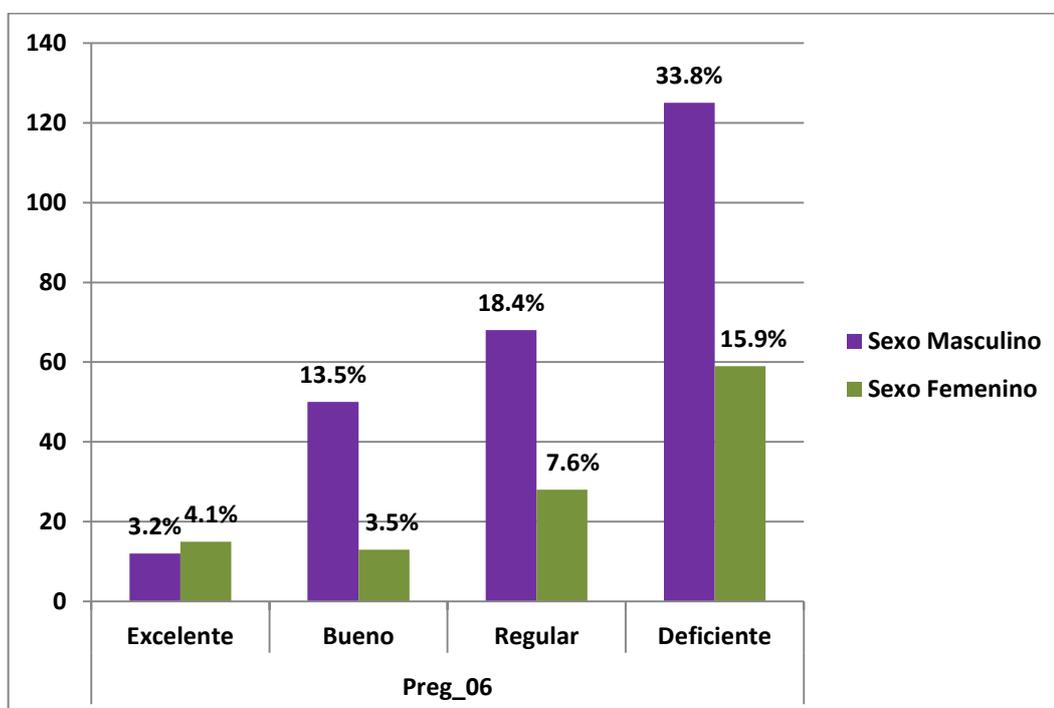
		Preg_06				Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	
Sexo	Masculino	12	50	68	125	255
	Femenino	15	13	28	59	115
Total		27	63	96	184	370

Preg_06				Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	
3.2	13.5	18.4	33.8	68.9
4.1	3.5	7.6	15.9	31.1
7.3	17.0	25.9	49.7	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 06



Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 40 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 63 socios que es el 17% califican como BUENO, la atención que recibieron por teléfono en la Cooperativa, de los cuales los 50 socios son hombres y 13 son mujeres.
- 184 socios que es el 49.7% el PORCENTAJE MÁS ALTO califican como DEFICIENTE, la atención que recibieron por teléfono en la Cooperativa, de los cuales 125 socios son varones y 59 socios son mujeres.
*96 socios que es el 25.9% califica como REGULAR, la atención que recibieron por teléfono en la Cooperativa, de los cuales 68 socios son varones y 28 socios son mujeres.
- Y 27 socios que es el 7.3% el PORCENTAJE MÁS BAJO califican como EXCELENTE, la atención que recibieron por teléfono en la Cooperativa, de los cuales 12 socios son varones y 15 socios son mujeres.
- Concluimos diciendo que los socios tanto varones como mujeres califican como DEFICIENTE, la atención que recibieron por teléfono en la Cooperativa, siendo en su mayoría varones.

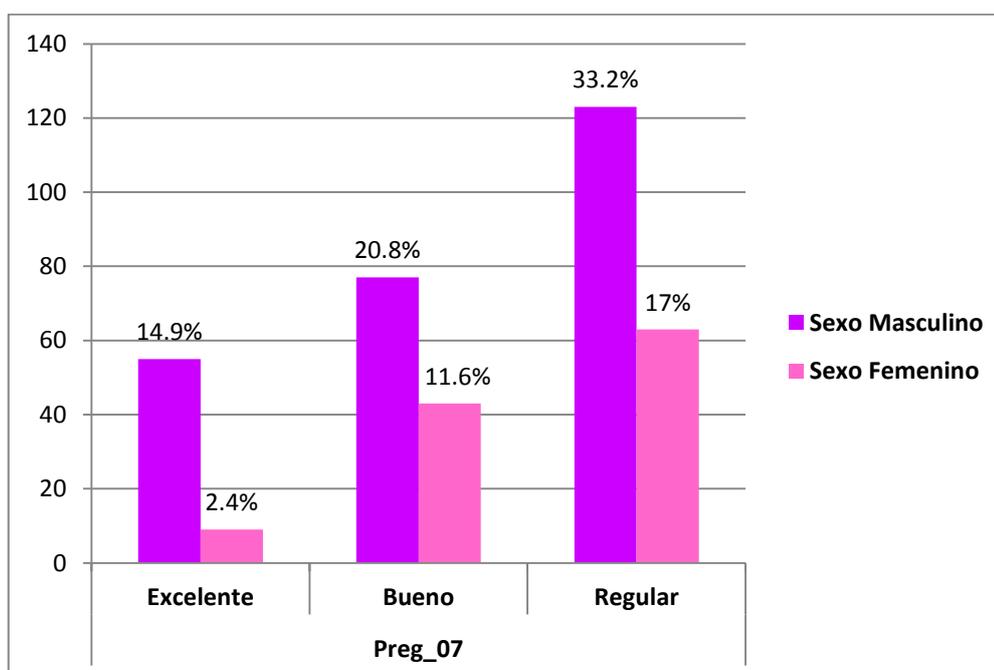
Tabla N° 07-Sexo*Preg_07 – Personal que atiende en la Cooperativa se expresa en forma clara y entendible

		Preg_07			Total
		Excelente	Bueno	Regular	
Sexo	Masculino	55	77	123	255
	Femenino	9	43	63	115
Total		64	120	186	370

Preg_07			Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	
14.9	20.8	33.2	68.9
2.4	11.6	17.0	31.1
17.3	32.4	50.3	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014
Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 07



Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014
Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 120 socios que es el 32.4% califican como BUENO, la expresión clara y entendible del personal de la Cooperativa, de los cuales los 77 socios son varones y 43 socios son mujeres.
- **186 socios que es el 50.3% el PORCENTAJE MÁS ALTO** califican como REGULAR, la expresión clara y entendible del personal de la Cooperativa, de los cuales 123 socios son varones y 63 socios son mujeres.
- **64 socios que es el 17.3% el PORCENTAJE MÁS BAJO** califica como EXCELENTE, la expresión clara y entendible del personal de la Cooperativa, de los cuales 55 socios son varones y 9 socios son mujeres.
- Concluimos diciendo que los socios tanto varones como mujeres califican como REGULAR, la expresión clara y entendible del personal de la Cooperativa que los atendió, siendo varones la mayoría.

Tabla N° 08-Sexo*Preg_08 – Ambientes de la Cooperativa son adecuados para la atención

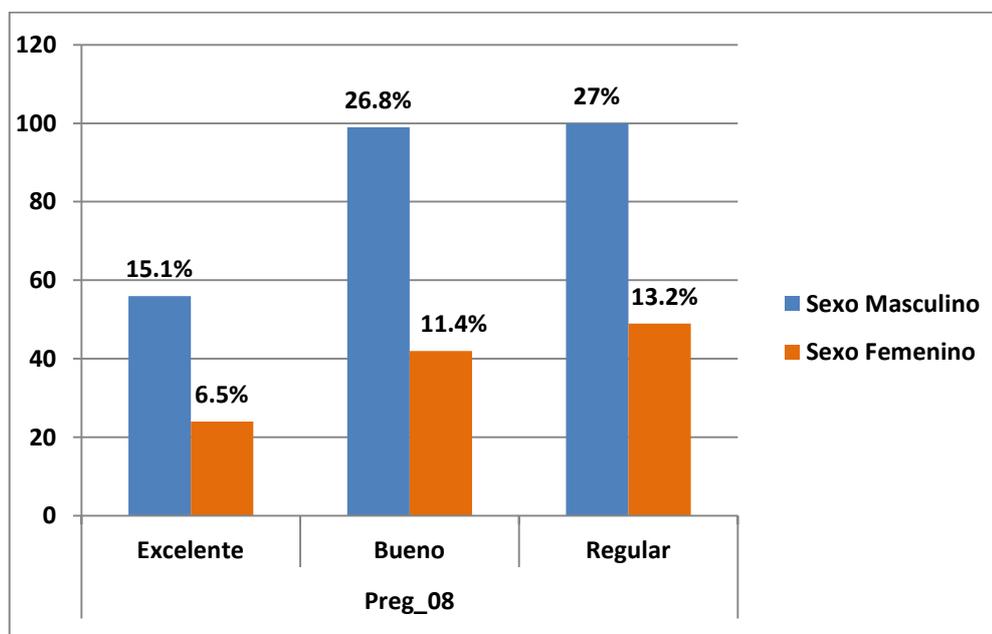
		Preg_08			Total
		Excelente	Bueno	Regular	
Sexo	Masculino	56	99	100	255
	Femenino	24	42	49	115
Total		80	141	149	370

Preg_08			Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	
15.1	26.8	27.0	68.9
6.5	11.4	13.2	31.1
21.6	38.1	40.3	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 08



Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, **149 socios que es el 40.3% el PORCENTAJE MÁS ALTO** califican como REGULAR, los ambientes de la Cooperativa, de los cuales los 100 socios son varones y 49 socios son mujeres.
- 141 socios que es el 38.1% califican como BUENO, los ambientes de la Cooperativa, de los cuales 99 socios son varones y 42 socios son mujeres.
- **80 socios que es el 21.6% el PORCENTAJE MÁS BAJO** califica como EXCELENTE, los ambientes de la Cooperativa, los cuales 56 son hombres y 24 socios son mujeres.
- Concluimos diciendo que los socios en su mayoría tanto varones como mujeres califican como REGULAR, los ambientes de la Cooperativa.

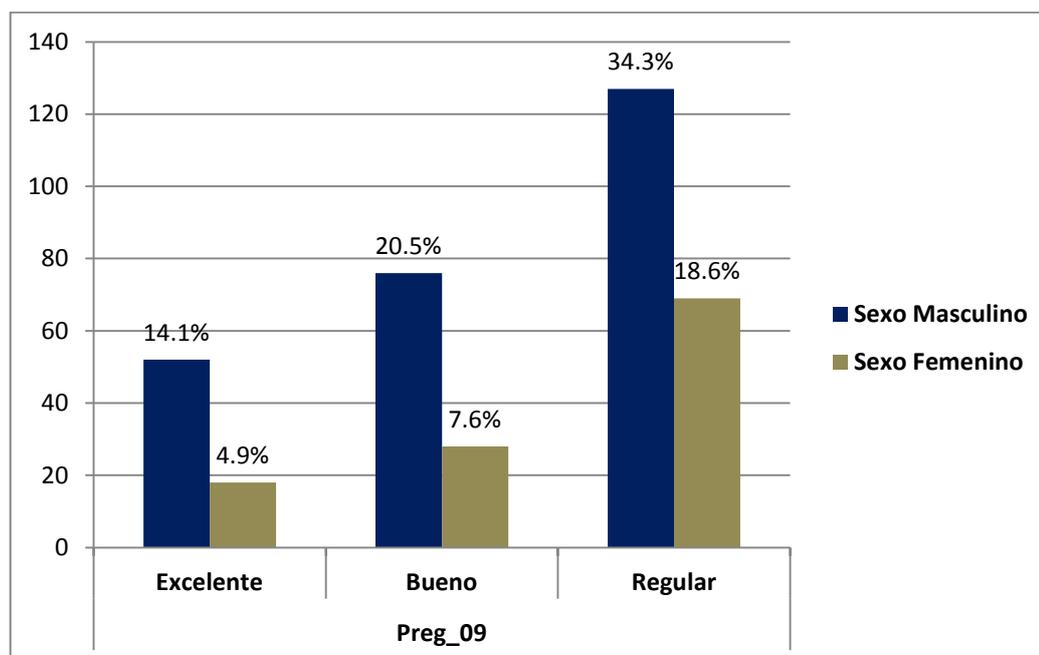
Tabla N° 09-Sexo*Preg_09 – Eficiencia de la Cooperativa y la Confianza que los socios tienen en ella

		Preg_09			Total
		Excelente	Bueno	Regular	
Sexo	Masculino	52	76	127	255
	Femenino	18	28	69	115
Total		70	104	196	370

Preg_09			Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	
14.1	20.5	34.3	68.9
4.9	7.6	18.6	31.1
18.9	28.1	53.0	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014
Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 09



Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 104 socios que es el 28.1% consideran como BUENO, la eficiencia y confían en la Cooperativa, de los cuales los 76 socios son varones y 28 socios son mujeres.
- **196 socios que es el 53% el PORCENTAJE MÁS ALTO** consideran REGULAR, la eficiencia y confían en la Cooperativa, de los cuales 127 socios son varones y 69 socios son mujeres.
- **70 socios que es el 18.9% el PORCENTAJE MÁS BAJO** consideran como EXCELENTE, la eficiencia y confían en la Cooperativa, de los cuales 52 socios son varones y 18 socios son mujeres.
- Concluimos diciendo que los socios en su mayoría tanto varones como mujeres consideran como REGULAR, la eficiencia y confían en la Cooperativa.

Tabla N° 10-Sexo*Preg_10 – Trato y Atención en general que brinda la Cooperativa

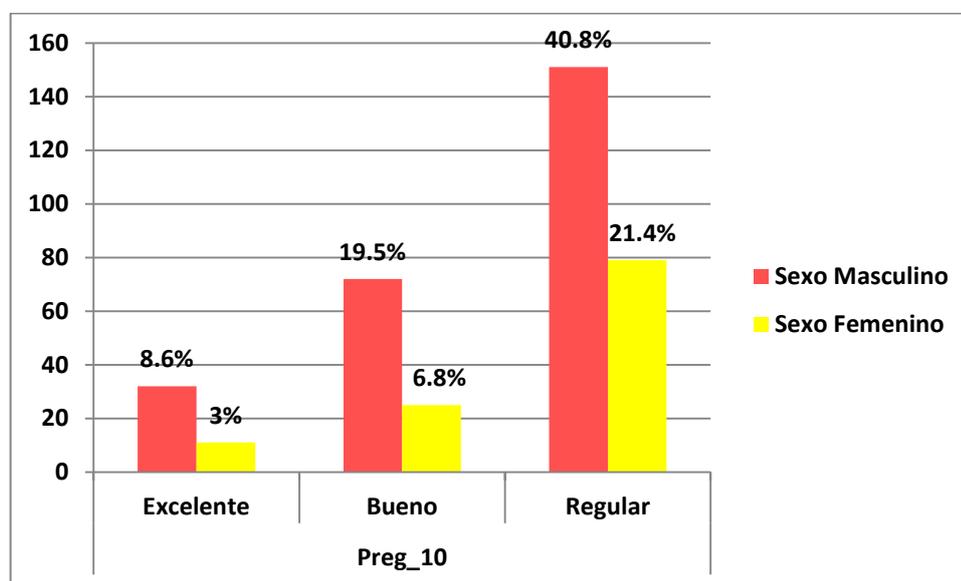
		Preg_10			Total
		Excelente	Bueno	Regular	
Sexo	Masculino	32	72	151	255
	Femenino	11	25	79	115
Total		43	97	230	370

Preg_10			Total
Excelente	Bueno	Regular	
8.6	19.5	40.8	68.9
3.0	6.8	21.4	31.1
11.6	26.2	62.2	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 10



Fuente: Aplicación de encuestas.- Agosto 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 43 socios que es el 11.6% consideran como EXCELENTE, el trato y la atención que recibieron en la Cooperativa, de los cuales los 32 socios son hombres y 11 socios son mujeres.
- **230 socios que es el 62.2% el PORCENTAJE MÁS ALTO** consideran REGULAR, el trato y la atención que recibieron en la Cooperativa, de los cuales 151 socios son varones y 79 socios son mujeres.
- 97 socios que es el 26.2% consideran como BUENO, el trato y la atención que recibieron en la Cooperativa, de los cuales 72 socios son varones y 25 socios son mujeres.
- Concluimos diciendo que los socios en su mayoría tanto varones como mujeres consideran como REGULAR, el trato y la atención que recibieron en la Cooperativa.

4.1.2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS SOCIOS DESPUÉS DE LA APLICACIÓN DEL TALLER DE CAPACITACIÓN EN INTELIGENCIA EMOCIONAL

Tabla N° 11- Sexo*Preg_01 - ¿Ud. Visita la Cooperativa con frecuencia?
Distribución porcentual de visita a la Cooperativa por los socios según género

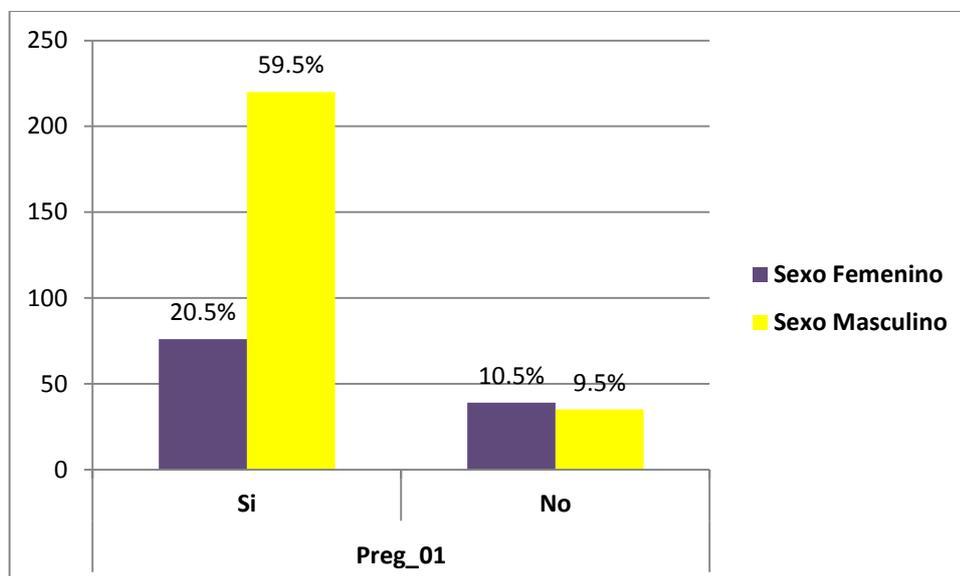
		Preg_01		Total	Preg_01		Total %
		Si	No		Si %	No %	
Sexo	Femenino	76	39	115	20.5	10.5	31.1
	Masculino	220	35	255	59.5	9.5	68.9
Total		296	74	370	80.0	20.0	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 11

Distribución porcentual de visita a la Cooperativa por los socios según género



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 296 socios que equivale al 80 %, **SI** visitan la Cooperativa con frecuencia; de los cuales 220 socios son varones y 76 socios son mujeres.
- Y 74 socios que equivale al 20%, dijo que **NO** visita la Cooperativa con frecuencia.
- Concluimos diciendo que los socios que más visitan la Cooperativa con frecuencia para realizar diversas transacciones son hombres.

Tabla N° 12- Sexo*Preg_02 – Atención personalizada, trato amable y cordial que brinda la Cooperativa

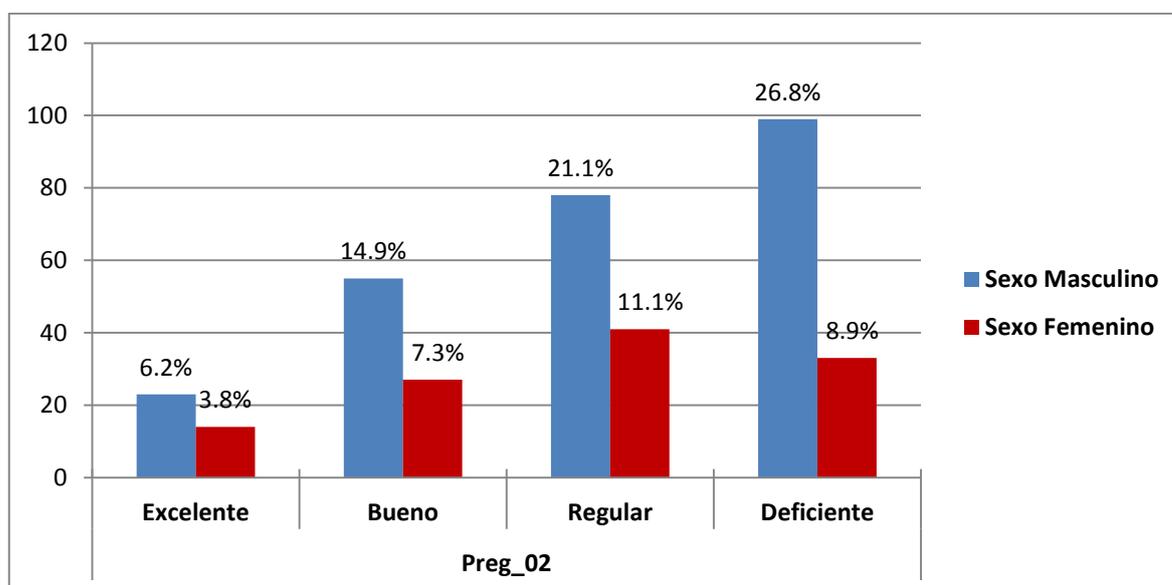
		Preg_02				Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	
Sexo	Masculino	23	55	78	99	255
	Femenino	14	27	41	33	115
Total		37	82	119	132	370

Preg_02				Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	
6.2	14.9	21.1	26.8	68.9
3.8	7.3	11.1	8.9	31.1
10.0	22.2	32.2	35.7	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 12



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 82 socios que es 22.2% califican como BUENO, la atención personalizada, trato cordial y amable que recibieron en la Cooperativa, de los cuales 55 socios son varones y 27 socios son mujeres.
- **37 socios que es el 10% el PORCENTAJE MÁS BAJO**, califican como EXCELENTE, la atención personalizada, trato cordial y amable que recibieron en la Cooperativa, de los cuales 23 socios son varones y 14 socios son mujeres.
- 119 socios que es el 32.2% califican como REGULAR, la atención personalizada, trato cordial y amable que recibieron en la Cooperativa, de los cuales 78 socios son varones y 41 socios son mujeres.
- **Y 132 socios que es el 35.7% el PORCENTAJE MÁS ALTO**, califican como DEFICIENTE, la atención personalizada, trato cordial y amable que recibieron en la Cooperativa, las cuales 99 socios son hombres y 33 socios son mujeres.
- Concluimos diciendo que los socios tanto varones como mujeres califican como DEFICIENTE la atención personalizada, trato cordial y amable, que les brinda la Cooperativa.

Tabla N° 13- Sexo*Preg_03 - Atención oportuna e información adecuada que brinda la Cooperativa

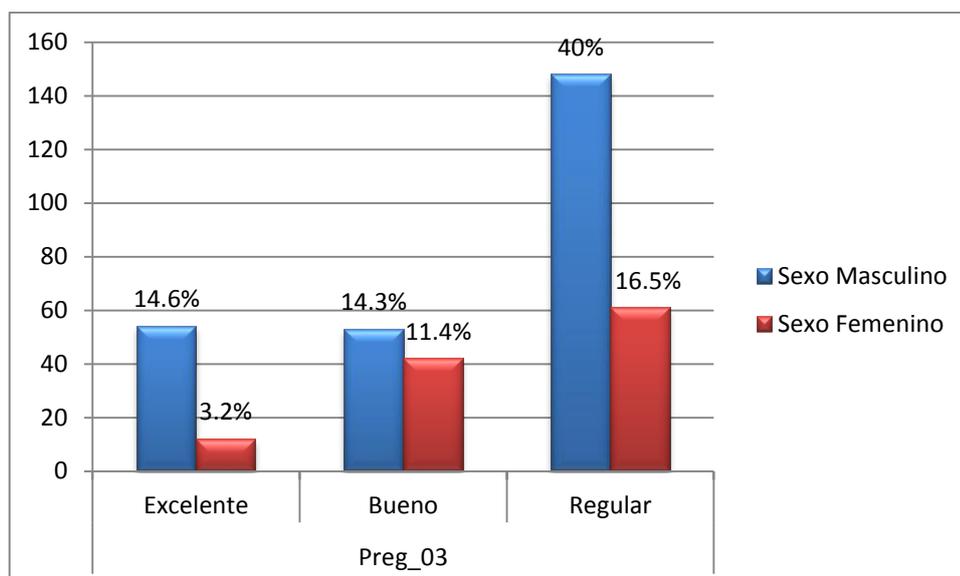
		Preg_03			Total
		Excelente	Bueno	Regular	
Sexo	Masculino	54	53	148	255
	Femenino	12	42	61	115
Total		66	95	209	370

Preg_03			Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	
14.6	14.3	40.0	68.9
3.2	11.4	16.5	31.1
17.8	25.7	56.5	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 13



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 66 socios que es 17.8% califican como EXCELENTE, la atención oportuna e información adecuada que recibieron en la Cooperativa, de los cuales 54 socios son varones y 12 socios son mujeres.
- 209 socios que es el 56.5% el PORCENTAJE MÁS ALTO califican como REGULAR, la atención oportuna e información adecuada que recibieron en la Cooperativa, de los cuales 148 socios son varones y 61 socios son mujeres.
- 95 socios que es el 25.7% califican como BUENO, la atención oportuna e información adecuada que recibieron en la Cooperativa, de los cuales 53 socios son varones y 42 socios son mujeres.
- Concluimos diciendo que los socios tanto varones como mujeres califican como REGULAR la atención oportuna e información adecuada que les brinda la Cooperativa.

Tabla N° 14- Sexo*Preg_04 – Solución a reclamos atendidos por la Cooperativa

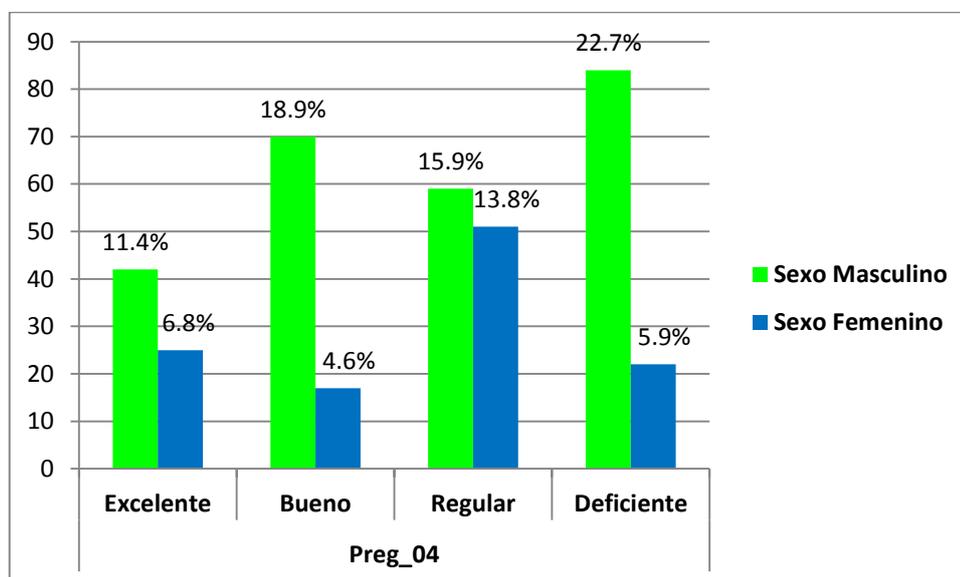
		Preg_04				Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	
Sexo	Masculino	42	70	59	84	255
	Femenino	25	17	51	22	115
Total		67	87	110	106	370

Preg_04				Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	
11.4	18.9	15.9	22.7	68.9
6.8	4.6	13.8	5.9	31.1
18.1	23.5	29.7	28.6	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 14



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 87 socios que es 23.5% califican como BUENO, la solución que obtuvieron cuando presentaron su reclamo en la Cooperativa, de los cuales 70 socios son varones y 17 socios son mujeres.
- 106 socios que es el 28.6% el PORCENTAJE MÁS ALTO califican como DEFICIENTE, la solución que obtuvieron cuando presentaron su reclamo en la Cooperativa, de los cuales 84 socios son varones y 22 socios son mujeres.
- 110 socios que es el 29.7% califican como REGULAR, la solución que obtuvieron cuando presentaron su reclamo en la Cooperativa, de los cuales 59 socios son varones y 51 socios son mujeres.
- Y 67 socios que es el 18.1% el PORCENTAJE MÁS BAJO califican como EXCELENTE, la solución que obtuvieron cuando presentaron su reclamo en la Cooperativa, de las cuales las 42 socios son hombres y 25 socios son mujeres.
- Concluimos diciendo que los socios tanto varones como mujeres califican como DEFICIENTE la solución que la Cooperativa les da cuando presentan algún reclamo.

Tabla N° 15 - Sexo*Preg_05 - Horarios de atención adecuados en la Cooperativa

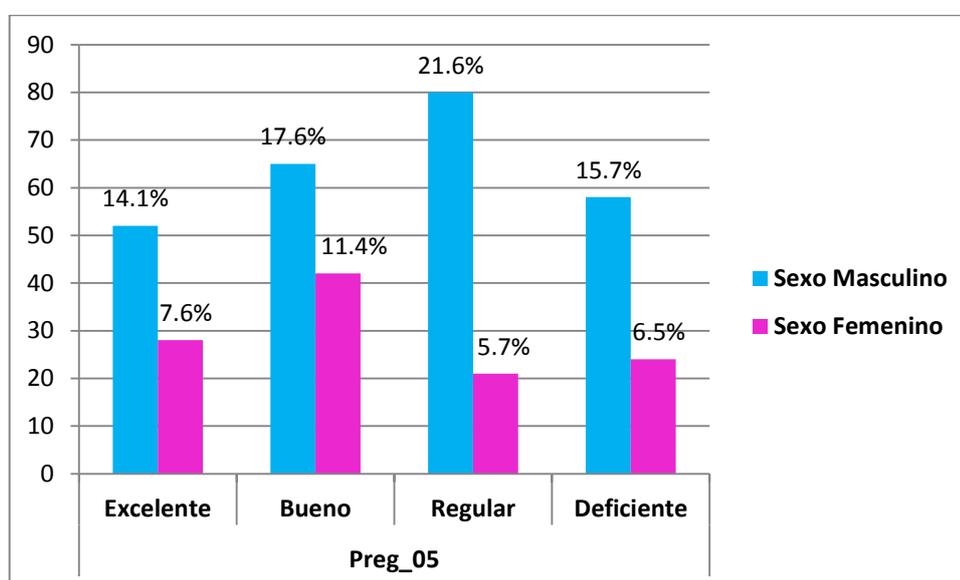
		Preg_05				Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	
Sexo	Masculino	52	65	80	58	255
	Femenino	28	42	21	24	115
Total		80	107	101	82	370

Preg_05				Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	
14.1	17.6	21.6	15.7	68.9
7.6	11.4	5.7	6.5	31.1
21.6	28.9	27.3	22.2	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 15



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, **107 socios que es el 28.9% el PORCENTAJE MÁS ALTO** califican como BUENO, los horarios de atención de la Cooperativa, de los cuales 65 socios son varones y 42 socios son mujeres.
- 101 socios que es el 27.3% califican como REGULAR, los horarios de atención de la Cooperativa, de los cuales 80 socios son varones y 21 socios son mujeres.
- 82 socios que es el 22.2% califica como DEFICIENTE , los horarios de atención de la Cooperativa, los cuales 58 son hombres y 24 son mujeres
- Y 80 socios que es el 21.6% califican como EXCELENTE, los horarios de atención de la Cooperativa, de los cuales 52 son hombres y 28 son mujeres
- Concluimos diciendo que los socios tanto varones como mujeres que califican como BUENO, los horarios de atención de la Cooperativa, en su mayoría son mujeres.

Tabla N° 16- Sexo*Preg_06 - Atención que brinda por teléfono la Cooperativa

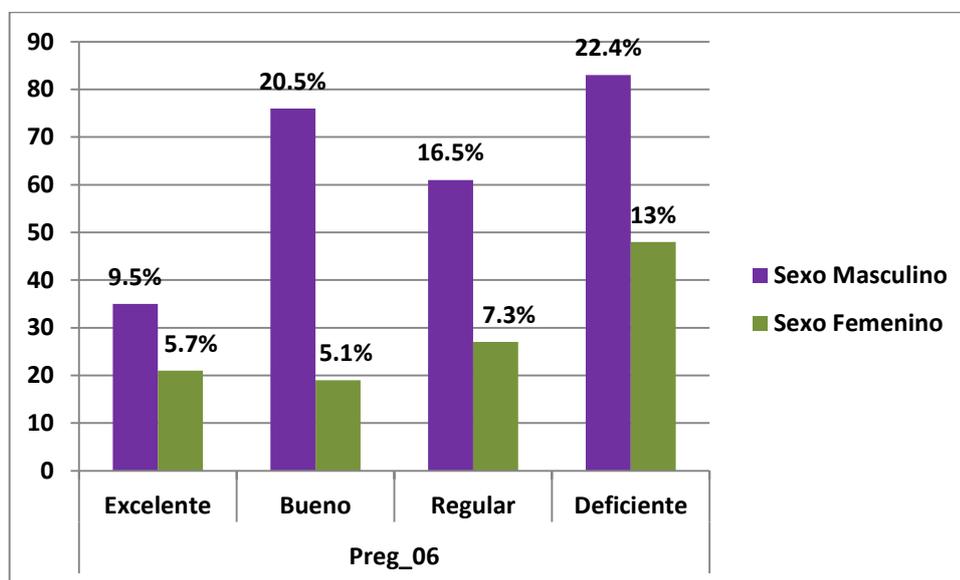
		Preg_06				Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	
Sexo	Masculino	35	76	61	83	255
	Femenino	21	19	27	48	115
Total		56	95	88	131	370

Preg_06				Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	
9.5	20.5	16.5	22.4	68.9
5.7	5.1	7.3	13.0	31.1
15.1	25.7	23.8	35.4	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 16



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 95 socios que es el 25.7% califican como BUENO, la atención que recibieron por teléfono en la Cooperativa, de los cuales los 76 socios son hombres y 19 son mujeres.
- 131 socios que es el 35.4% el PORCENTAJE MÁS ALTO califican como DEFICIENTE, la atención que recibieron por teléfono en la Cooperativa, de los cuales 83 socios son varones y 48 socios son mujeres.
- 88 socios que es el 23.8% califica como REGULAR, la atención que recibieron por teléfono en la Cooperativa, de los cuales 61 socios son varones y 27 socios son mujeres.
- Y 56 socios que es el 15.1% el PORCENTAJE MÁS BAJO califican como EXCELENTE, la atención que recibieron por teléfono en la Cooperativa, de los cuales 35 socios son varones y 21 socios son mujeres.
- Concluimos diciendo que los socios tanto varones como mujeres califican como DEFICIENTE, la atención que recibieron por teléfono en la Cooperativa, siendo en su mayoría varones.

Tabla N° 17 - Sexo*Preg_07 - Personal que atiende en la Cooperativa se expresa en forma clara y entendible

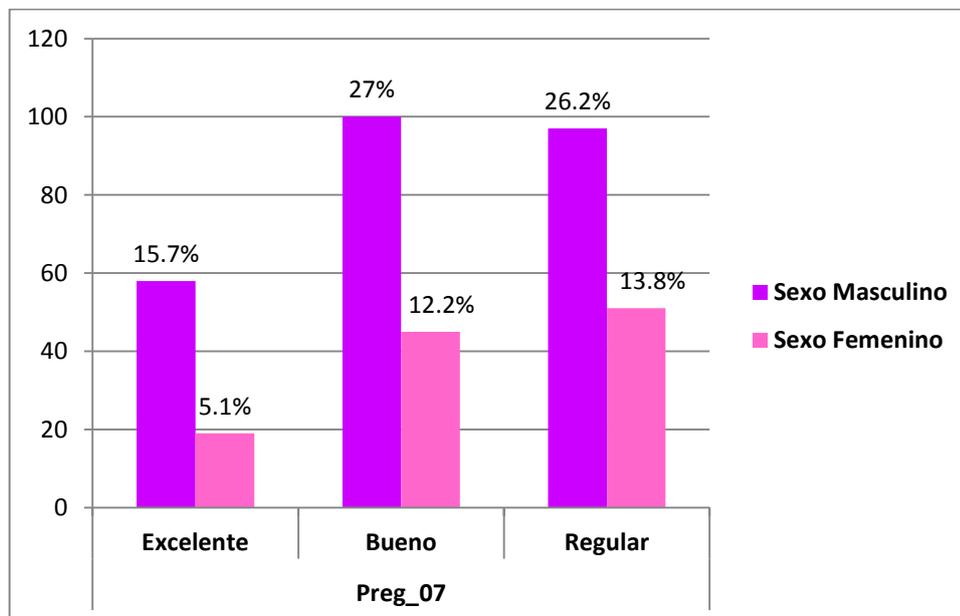
		Preg_07			Total
		Excelente	Bueno	Regular	
Sexo	Masculino	58	100	97	255
	Femenino	19	45	51	115
Total		77	145	148	370

Preg_07			Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	
15.7	27.0	26.2	68.9
5.1	12.2	13.8	31.1
20.8	39.2	40.0	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 17



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 145 socios que es el 39.2% califican como BUENO, la expresión clara y entendible del personal de la Cooperativa, de los cuales los 100 socios son varones y 45 socios son mujeres.
- 148 socios que es el 40% el PORCENTAJE MÁS ALTO califican como REGULAR, la expresión clara y entendible del personal de la Cooperativa, de los cuales 97 socios son varones y 51 socios son mujeres.
- 77 socios que es el 20.8% el PORCENTAJE MÁS BAJO califica como EXCELENTE, la expresión clara y entendible del personal de la Cooperativa , de los cuales 58 socios son varones y 19 socios son mujeres.
- Concluimos diciendo que los socios tanto varones como mujeres califican como REGULAR, la expresión clara y entendible del personal de la Cooperativa que los atendió, siendo varones la mayoría.

Tabla N° 18 - Sexo*Preg_08 - Ambientes de la Cooperativa son adecuados para la atención

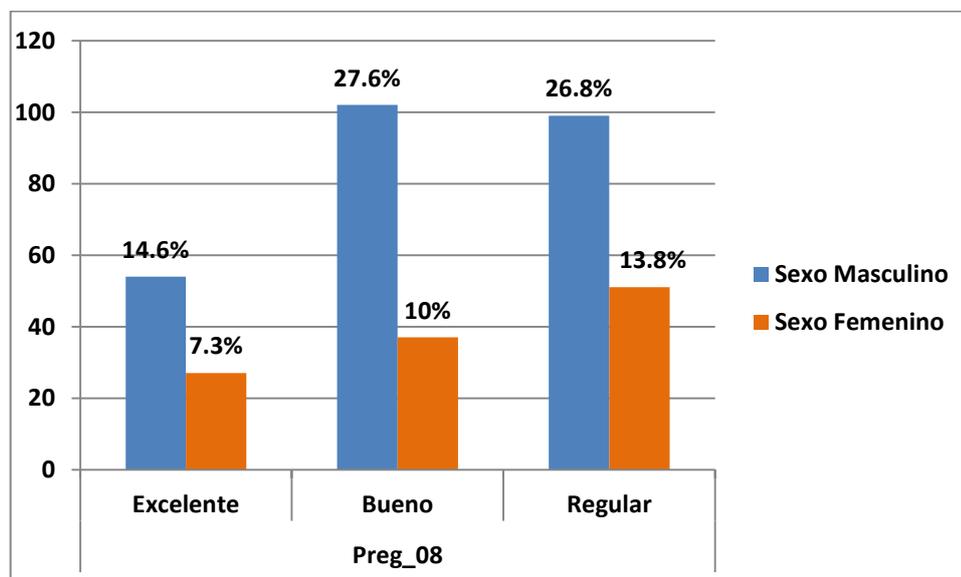
		Preg_08			Total
		Excelente	Bueno	Regular	
Sexo	Masculino	54	102	99	255
	Femenino	27	37	51	115
Total		81	139	150	370

Preg_08			Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	
14.6	27.6	26.8	68.9
7.3	10.0	13.8	31.1
21.9	37.6	40.5	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 18



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 150 socios que es el 40.5% el PORCENTAJE MÁS ALTO califican como REGULAR, los ambientes de la Cooperativa, de los cuales los 99 socios son varones y 51 socios son mujeres.
- 139 socios que es el 37.6% califican como BUENO, los ambientes de la Cooperativa, de los cuales 102 socios son varones y 37 socios son mujeres.
- 81 socios que es el 21.9% el PORCENTAJE MÁS BAJO califica como EXCELENTE, los ambientes de la Cooperativa, los cuales 54 son hombres y 27 socios son mujeres
- Concluimos diciendo que los socios en su mayoría tanto varones como mujeres califican como REGULAR, los ambientes de la Cooperativa.

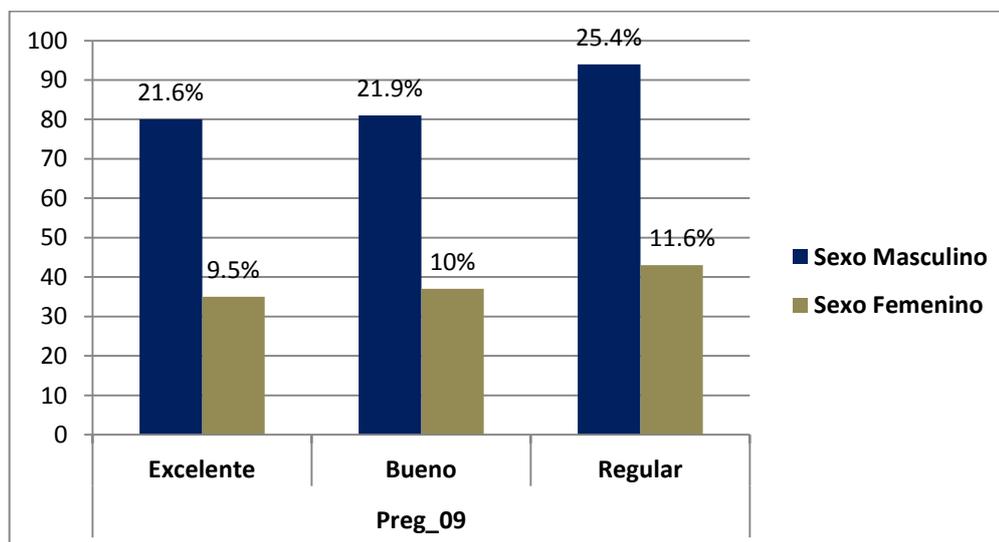
Tabla N° 19 - Sexo*Preg_09 - Eficiencia de la Cooperativa y la confianza que los socios tienen en ella

		Preg_09			Total
		Excelente	Bueno	Regular	
Sexo	Masculino	80	81	94	255
	Femenino	35	37	43	115
Total		115	118	137	370

Preg_09			Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	
21.6	21.9	25.4	68.9
9.5	10.0	11.6	31.1
31.1	31.9	37.0	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014
Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 19



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014
Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 118 socios que es el 31.9% consideran como BUENO, la eficiencia y confían en la Cooperativa, de los cuales los 81 socios son varones y 37 socios son mujeres.
- **137 socios que es el 37% el PORCENTAJE MÁS ALTO** consideran REGULAR, la eficiencia y confían en la Cooperativa, de los cuales 94 socios son varones y 43 socios son mujeres.
- **115 socios que es el 37% el PORCENTAJE MÁS BAJO** consideran como EXCELENTE, la eficiencia y confían en la Cooperativa, de los cuales 80 socios son varones y 35 socios son mujeres.
- Concluimos diciendo que los socios en su mayoría tanto varones como mujeres consideran como REGULAR, la eficiencia y confían en la Cooperativa.

Tabla N° 20 - Sexo*Preg_10 - Trato y atención en general que brinda la Cooperativa

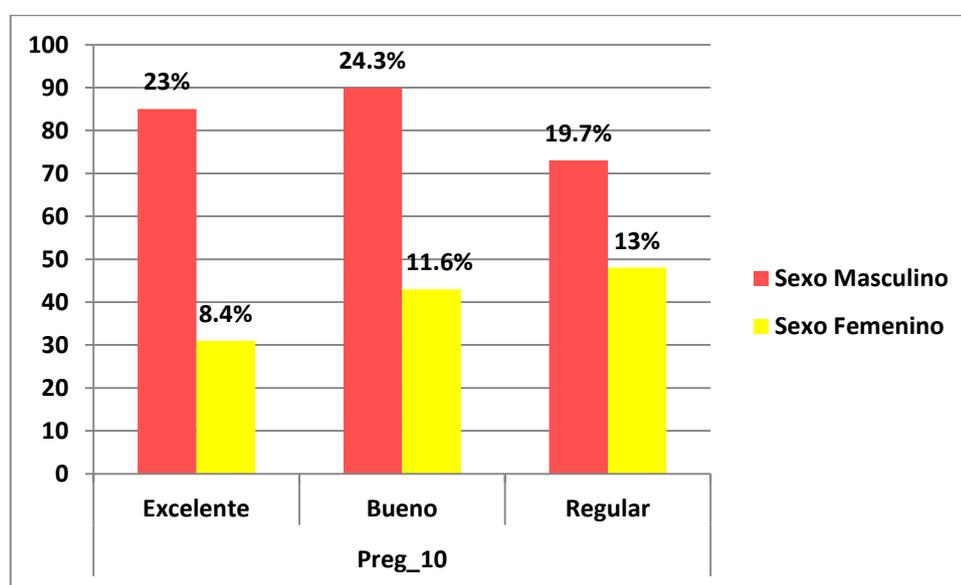
		Preg_10			Total
		Excelente	Bueno	Regular	
Sexo	Masculino	85	90	73	248
	Femenino	31	43	48	122
Total		116	133	121	370

Preg_10			Total
Excelente	Bueno	Regular	
23.0	24.3	19.7	67.0
8.4	11.6	13.0	33.0
31.4	35.9	32.7	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 20



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 370 socios encuestados que es el 100% podemos decir que, 116 socios que es el 31.4% consideran como EXCELENTE, el trato y la atención que recibieron en la Cooperativa, de los cuales los 85 socios son hombres y 31 socios son mujeres.
- **133 socios que es el 35.9% el PORCENTAJE MÁS ALTO** consideran BUENO, el trato y la atención que recibieron en la Cooperativa, de los cuales 90 socios son varones y 43 socios son mujeres.
- 121 socios que es el 32.7% consideran como REGULAR, el trato y la atención que recibieron en la Cooperativa, de los cuales 73 socios son varones y 48 socios son mujeres.
- Concluimos diciendo que los socios en su mayoría tanto varones como mujeres consideran como BUENO, el trato y la atención que recibieron en la Cooperativa.

4.1.3. RESULTADOS ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE SOBRE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

Tabla N° 21 - Sexo*Preg_01 – LOS COLABORADORES BRINDAN UN SERVICIO CONFIABLES QUE SATISFACE LAS EXPECTATIVAS DE LOS SOCIOS

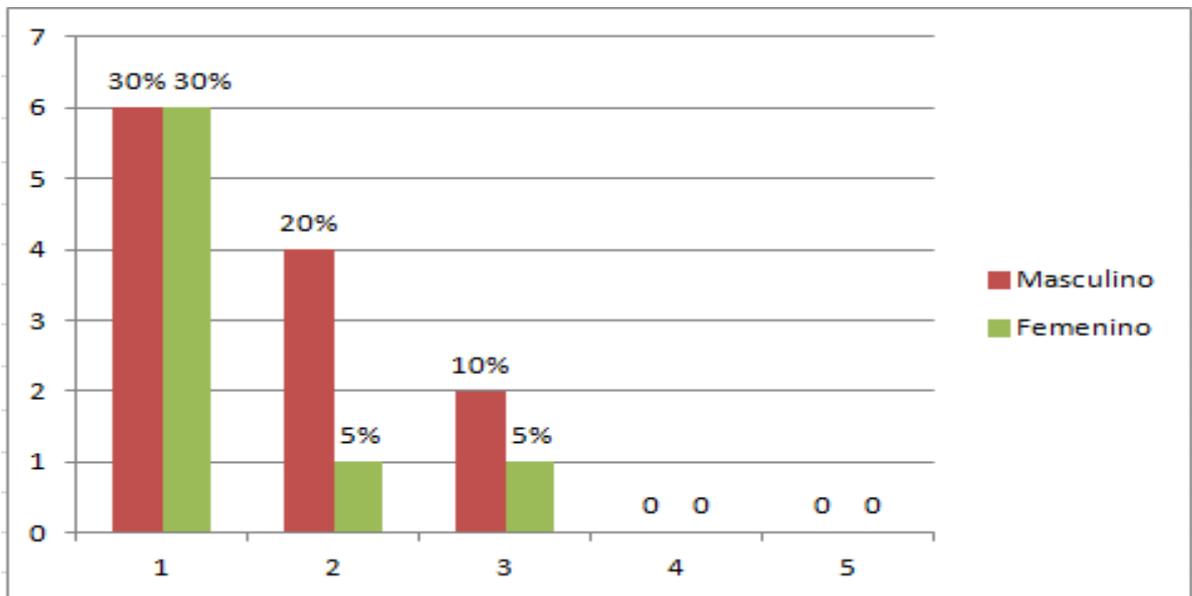
	Masculino	Femenino	
Totalmente de acuerdo	6	6	
De acuerdo	4	1	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	1	
En desacuerdo	0	0	
Totalmente en desacuerdo	0	0	
TOTAL	12	8	20

Preg_01					
Totalmente de acuerdo %	De acuerdo %	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo %	En desacuerdo %	Totalmente en desacuerdo %	Total %
30.0	20.0	10.0	0.0	0.0	60.0
30.0	5.0	5.0	0.0	0.0	40.0
60.0	25.0	15.0	0.0	0.0	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 21



Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014
Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 20 integrantes que conforman el área de atención al cliente, 12 que es el 60% los cuales 6 son hombres y 6 son mujeres opinan que están TOTALMENTE DE ACUERDO en brindar un servicio confiable que satisfaga las exigencias de los socios.
- 5 integrantes que es el 25% los cuales son 4 hombres y 1 mujer opinan que están DE ACUERDO en brindar un servicio confiable que satisfaga las exigencias de los socios.
- 3 integrantes que es el 15% los cuales son 2 hombres y 1 mujer opinan que están Ni de acuerdo, ni en desacuerdo en brindar un servicio confiable que satisfaga las exigencias de los socios.

Tabla N° 22 - Sexo*Preg_02 **EXISTE TRABAJO DE EQUIPO ORIENTADO AL LOGRO DE METAS.**

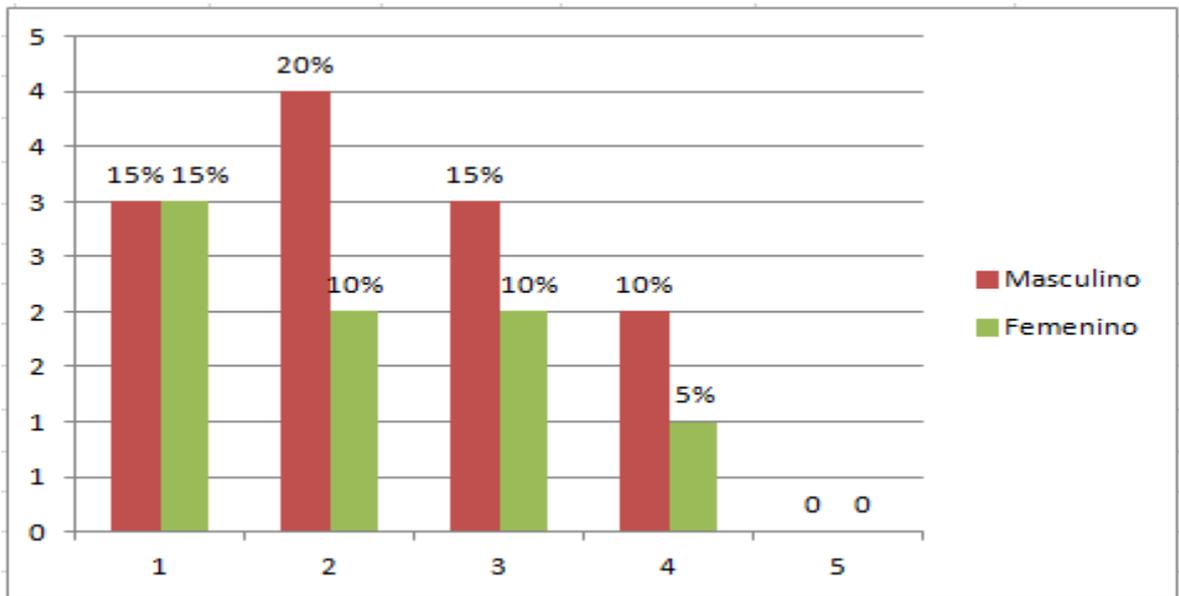
	Masculino	Femenino	
Totalmente de acuerdo	3	3	
De acuerdo	4	2	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	3	2	
En desacuerdo	2	1	
Totalmente en desacuerdo	0	0	
TOTAL	12	8	20

Preg_02					
Totalmente de acuerdo %	De acuerdo %	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo %	En desacuerdo %	Totalmente en desacuerdo %	Total %
15.0	20.0	15.0	10.0	0.0	60.0
15.0	10.0	10.0	5.0	0.0	40.0
30.0	30.0	25.0	15.0	0.0	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 22



Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 20 integrantes que conforman el área de atención al cliente, 6 que es el 30% los cuales 3 son hombres y 3 son mujeres opinan que están TOTALMENTE DE ACUERDO que existe trabajo de equipo orientado al logro de metas.
- 6 integrantes que es el 30% los cuales son 4 hombres y 2 mujeres opinan que están DE ACUERDO que existe trabajo de equipo orientado al logro de metas.
- 5 integrantes que es el 25% los cuales son 3 hombres y 2 mujeres opinan que están Ni de acuerdo, ni en desacuerdo que existe trabajo de equipo orientado al logro de metas.
- 3 integrantes que es el 15% los cuales son 2 hombres y 1 mujeres opinan que están EN DESACUERDO que existe trabajo de equipo orientado al logro de metas.

Tabla N° 23 - Sexo*Preg_03. PERCEPCIÓN DE LAS RELACIONES INTERPERSONALES ENTRE EL EQUIPO DE TRABAJO.

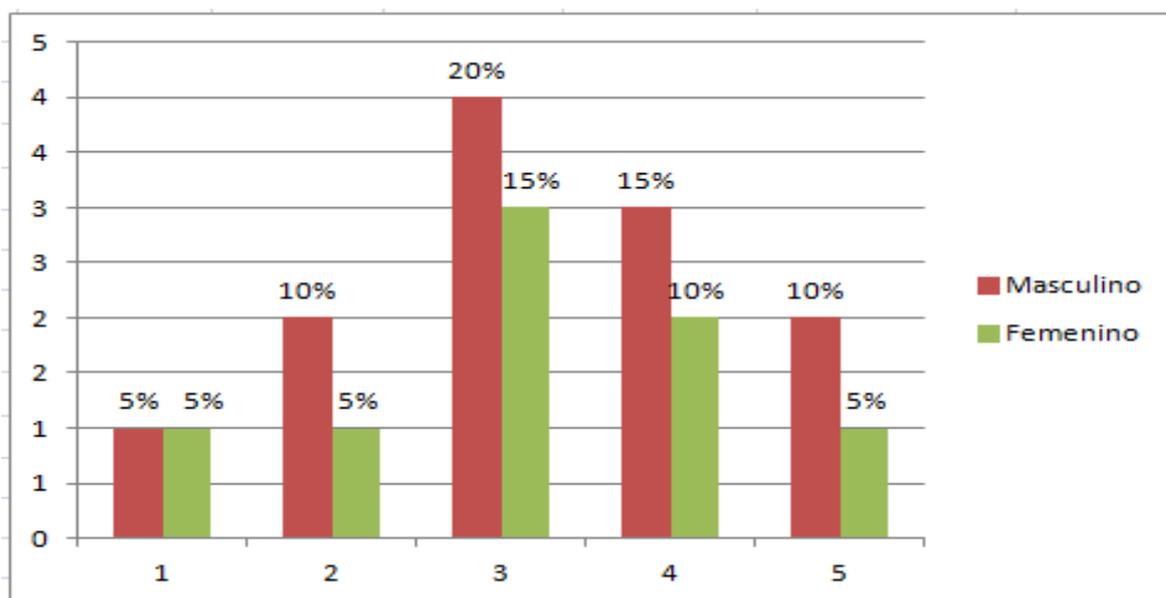
		Preg_03					Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	Muy deficiente	
Sexo	Masculino	1	2	4	3	2	12
	Femenino	1	1	3	2	1	8
Total		2	3	7	5	3	20

Preg_03					Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	Muy deficiente %	
5.0	10.0	20.0	15.0	10.0	60.0
5.0	5.0	15.0	10.0	5.0	40.0
10.0	15.0	35.0	25.0	15.0	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 23



Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 20 integrantes que conforman el área de atención al cliente, 2 que es el 15% los cuales 1 es hombre y 1 es mujer opinan que es EXCELENTE las relaciones interpersonales entre el equipo de trabajo.
- 3 integrantes que es el 15% los cuales son 2 hombres y 1 mujeres opinan que es BUENA las relaciones interpersonales entre el equipo de trabajo.
- 7 integrantes que es el 35% los cuales son 4 hombres y 3 mujeres opinan que ES REGULAR las relaciones interpersonales entre el equipo de trabajo.
- 5 integrantes que es el 25% los cuales son 3 hombres y 2 mujeres opinan que ES DEFICIENTE las relaciones interpersonales entre el equipo de trabajo.
- 3 integrantes que es el 15% los cuales son 2 hombres y 1 mujeres opinan que ES MUY DEFICIENTE las relaciones interpersonales entre el equipo de trabajo

Tabla N° 24 - Sexo*Preg_04 MOTIVACIÓN EN LA COOPERATIVA

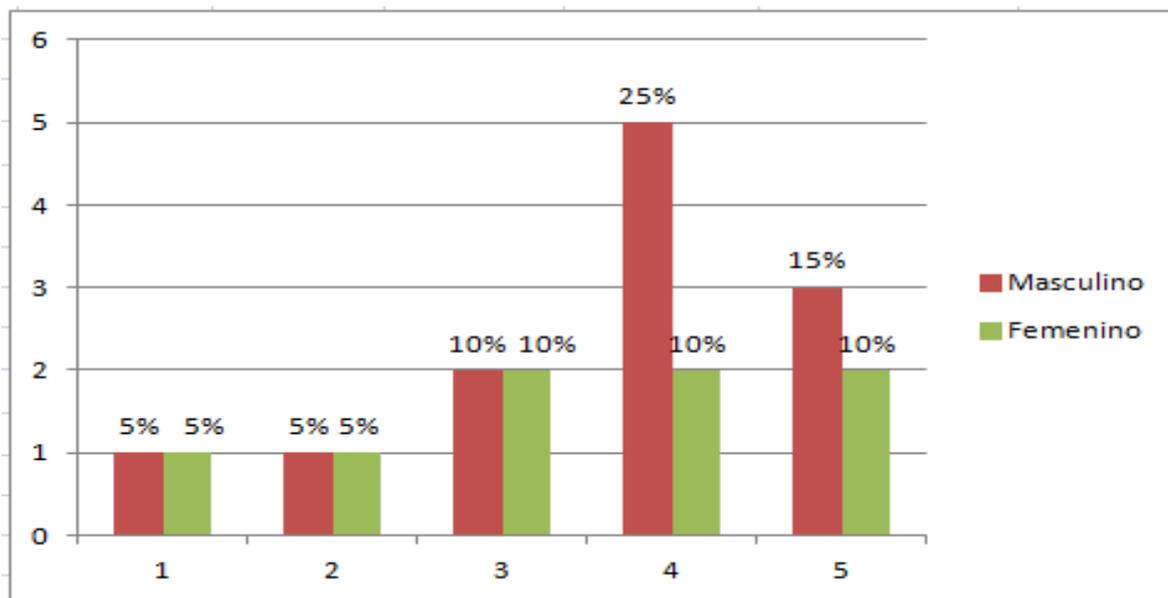
		Preg_04				Muy deficiente	Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente		
Sexo	Masculino	1	1	2	5	3	12
	Femenino	1	1	2	2	2	8
Total		2	2	4	7	7	20

Preg_04					Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	Muy deficiente %	
5.0	5.0	10.0	25.0	15.0	60.0
5.0	5.0	10.0	10.0	10.0	40.0
10.0	10.0	20.0	35.0	25.0	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 24



Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 20 integrantes que conforman el área de atención al cliente, 2 que es el 10% los cuales 1 es hombre y 1 es mujer opinan que es EXCELENTE la motivación en la cooperativa.
- 2 integrantes que es el 10% los cuales 1 es hombre y 1 mujer opinan que es BUENA la motivación en la cooperativa.
- 4 integrantes que es el 20% los cuales son 2 hombres y 2 mujeres opinan que ES REGULAR la motivación en la cooperativa.
- 7 integrantes que es el 35% los cuales son 5 hombres y 2 mujeres opinan que ES DEFICIENTE la motivación en la cooperativa.
- 7 integrantes que es el 25% los cuales son 3 hombres y 2 mujeres opinan que ES MUY DEFICIENTE la motivación en la cooperativa.

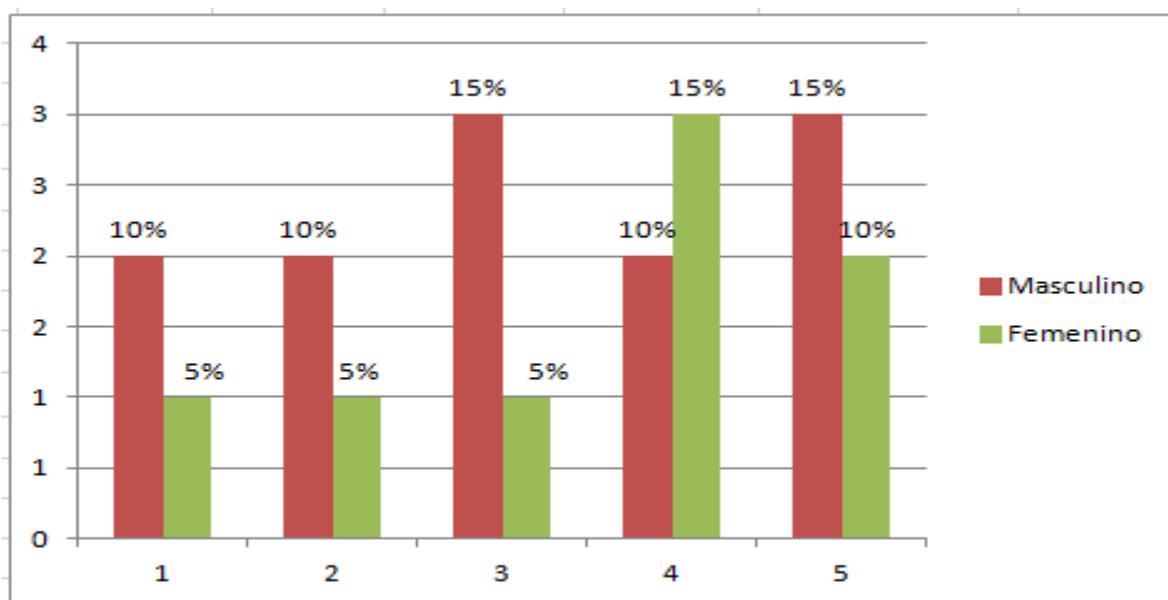
Tabla N° 25 - Sexo*Preg_05 MIS COMPAÑEROS Y YO SABEMOS CÓMO DAR LA ATENCIÓN CORRESPONDIENTE AL SOCIO, CALIFÍQUELA

		Preg_05				Muy deficiente	Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente		
Sexo	Masculino	2	2	3	2	3	12
	Femenino	1	1	1	3	2	8
Total		3	3	4	5	5	20

Preg_05					Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	Muy deficiente %	
10.0	10.0	15.0	10.0	15.0	60.0
5.0	5.0	5.0	15.0	10.0	40.0
15.0	15.0	20.0	25.0	25.0	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014
 Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 25



Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014
 Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 20 integrantes que conforman el área de atención al cliente, 3 que es el 15% los cuales 2 son hombres y 1 es mujer opinan que es EXCELENTE los conocimientos para dar la atención correspondiente al socio.
- 3 integrantes que es el 15% los cuales 2 son hombres y 1 mujer opinan que es BUENA los conocimientos para dar la atención correspondiente al socio.
- 4 integrantes que es el 20% los cuales son 2 hombres y 2 mujeres opinan que ES REGULAR los conocimientos para dar la atención correspondiente al socio.
- 5 integrantes que es el 25% los cuales son 2 hombres y 3 mujeres opinan que ES DEFICIENTE los conocimientos para dar la atención correspondiente al socio.
- 5 integrantes que es el 25% los cuales son 3 hombres y 2 mujeres opinan que ES MUY DEFICIENTE los conocimientos para dar la atención correspondiente al socio.

Tabla N° 26 - Sexo*Preg_06. EL GRADO DE QUE LOS COMPAÑEROS DE TRABAJO, ESTAMOS DISPUESTOS A AYUDARNOS ENTRE NOSOTROS PARA COMPLETAR TAREAS, OBJETIVOS, AUNQUE ESTO SIGNIFIQUE UN MAYOR ESFUERZO.

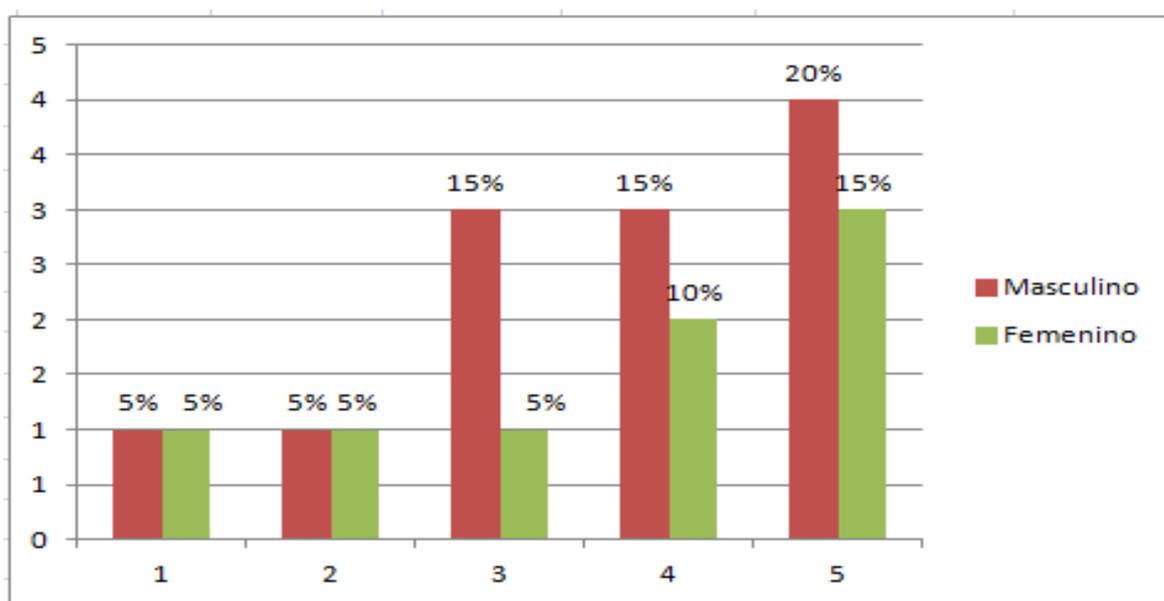
		Preg_06				Muy deficiente	Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente		
Sexo	Masculino	1	1	3	3	4	12
	Femenino	1	1	1	2	3	8
Total		2	2	4	5	7	20

Preg_06					Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	Muy deficiente %	
5.0	5.0	15.0	15.0	20.0	60.0
5.0	5.0	5.0	10.0	15.0	40.0
10.0	10.0	20.0	25.0	35.0	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 26



Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 20 integrantes que conforman el área de atención al cliente, 2 que es el 10% los cuales 1 es hombre y 1 es mujer opinan que es EXCELENTE el grado de que los compañeros de trabajo, están dispuestos a ayudarse entre ellos para completar tareas, objetivos, aunque esto signifique un mayor esfuerzo.
- 2 integrantes que es el 10% los cuales 1 es hombre y 1 mujer opinan que es BUENO el grado de que los compañeros de trabajo, están dispuestos a ayudarse entre ellos para completar tareas, objetivos, aunque esto signifique un mayor esfuerzo.
- 4 integrantes que es el 20% los cuales son 3 hombres y 1 mujeres opinan que ES REGULAR el grado de que los compañeros de trabajo, están dispuestos a ayudarse entre ellos para completar tareas, objetivos, aunque esto signifique un mayor esfuerzo.
- 5 integrantes que es el 25% los cuales son 3 hombres y 2 mujeres opinan que ES DEFICIENTE el grado de que los compañeros de trabajo, están dispuestos a ayudarse entre ellos para completar tareas, objetivos, aunque esto signifique un mayor esfuerzo.
- 7 integrantes que es el 35% los cuales son 4 hombres y 3 mujeres opinan que ES MUY DEFICIENTE el grado de que los compañeros de trabajo, están dispuestos a ayudarse entre ellos para completar tareas, objetivos, aunque esto signifique un mayor esfuerzo.

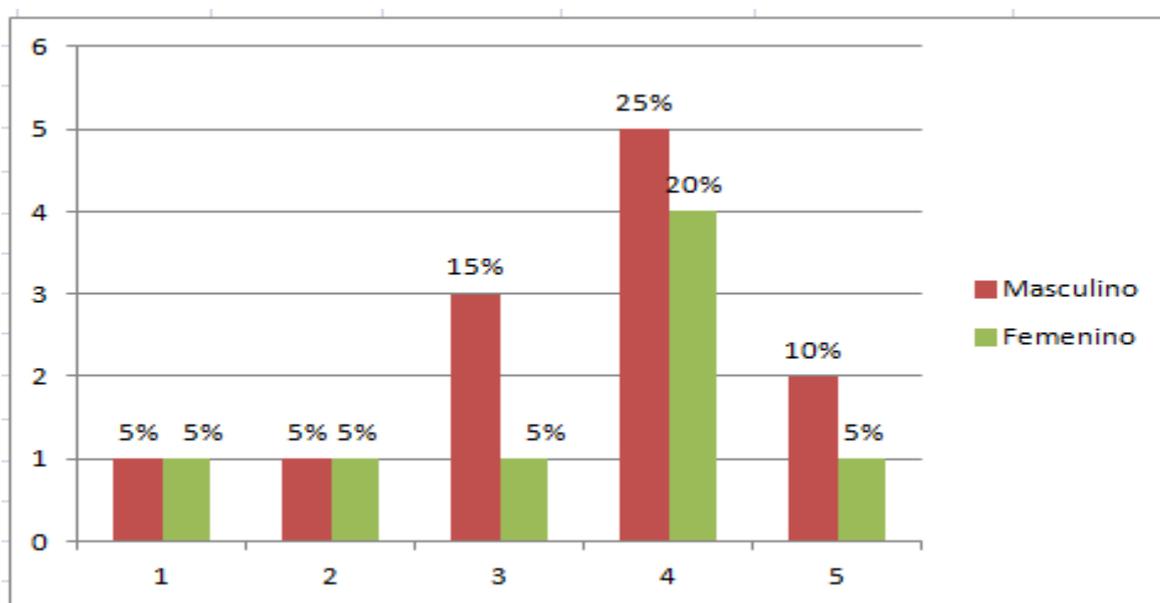
Tabla N° 27 - Sexo*Preg_07 EL TRABAJO EN EQUIPO PARA RESOLVER PROBLEMAS, O INQUIETUDES EN LA COOPERATIVA.

		Preg_07				Muy deficiente	Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente		
Sexo	Masculino	1	1	3	5	2	12
	Femenino	1	1	1	4	1	8
Total		2	2	4	9	3	20

Preg_07					Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	Muy deficiente %	
5.0	5.0	15.0	25.0	10.0	60.0
5.0	5.0	5.0	20.0	5.0	40.0
10.0	10.0	20.0	45.0	15.0	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014
Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 27



Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014
Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 20 integrantes que conforman el área de atención al cliente, 2 que es el 10% los cuales 1 es hombre y 1 es mujer opinan que es EXCELENTE el trabajo en equipo para resolver problemas, o inquietudes en la cooperativa.
- 2 integrantes que es el 10% los cuales 1 es hombre y 1 mujer opinan que es BUENO el trabajo en equipo para resolver problemas, o inquietudes en la cooperativa
- 4 integrantes que es el 20% los cuales son 3 hombres y 1 mujer opinan que ES REGULAR el trabajo en equipo para resolver problemas, o inquietudes en la cooperativa
- 9 integrantes que es el 45% los cuales son 5 hombres y 4 mujeres opinan que ES DEFICIENTE el trabajo en equipo para resolver problemas, o inquietudes en la cooperativa.
- 3 integrantes que es el 15% los cuales son 2 hombres y 1 mujer opinan que ES MUY DEFICIENTE el trabajo en equipo para resolver problemas, o inquietudes en la cooperativa

Tabla N° 28 - Sexo*Preg_08. EN LA COOPERATIVA SE PERCIBE UN BUEN CLIMA LABORAL PARA LOGRAR UN BUEN DESEMPEÑO.

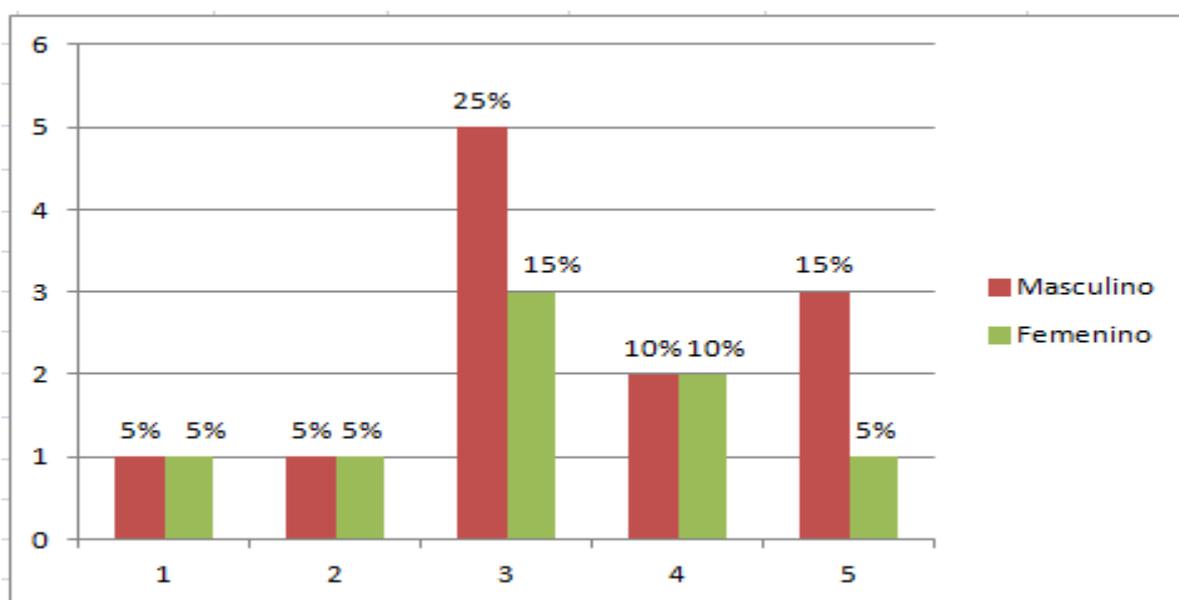
		Preg_08					Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	Muy deficiente	
Sexo	Masculino	1	1	5	2	3	12
	Femenino	1	1	3	2	1	8
Total		2	2	8	4	4	20

Preg_08					Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	Muy deficiente %	
5.0	5.0	25.0	10.0	15.0	60.0
5.0	5.0	15.0	10.0	5.0	40.0
10.0	10.0	40.0	20.0	20.0	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 28



Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 20 integrantes que conforman el área de atención al cliente, 2 que es el 10% los cuales 1 es hombre y 1 es mujer opinan que es EXCELENTE el clima laboral que perciben en la Cooperativa.
- 2 integrantes que es el 10% los cuales 1 es hombre y 1 mujer opinan que es BUENO el clima laboral que perciben en la Cooperativa.
- 8 integrantes que es el 40% los cuales son 5 hombres y 3 mujeres opinan que ES REGULAR el clima laboral que perciben en la Cooperativa.
- 4 integrantes que es el 20% los cuales son 2 hombres y 2 mujeres opinan que ES DEFICIENTE el clima laboral que perciben en la Cooperativa.
- 4 integrantes que es el 20% los cuales son 3 hombres y 1 mujer opinan que ES MUY DEFICIENTE el clima laboral que perciben en la Cooperativa.

Tabla N° 29 - Sexo*Preg_09. LA DISPONIBILIDAD DEL PERSONAL DEL ÁREA PARA AYUDAR A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA.

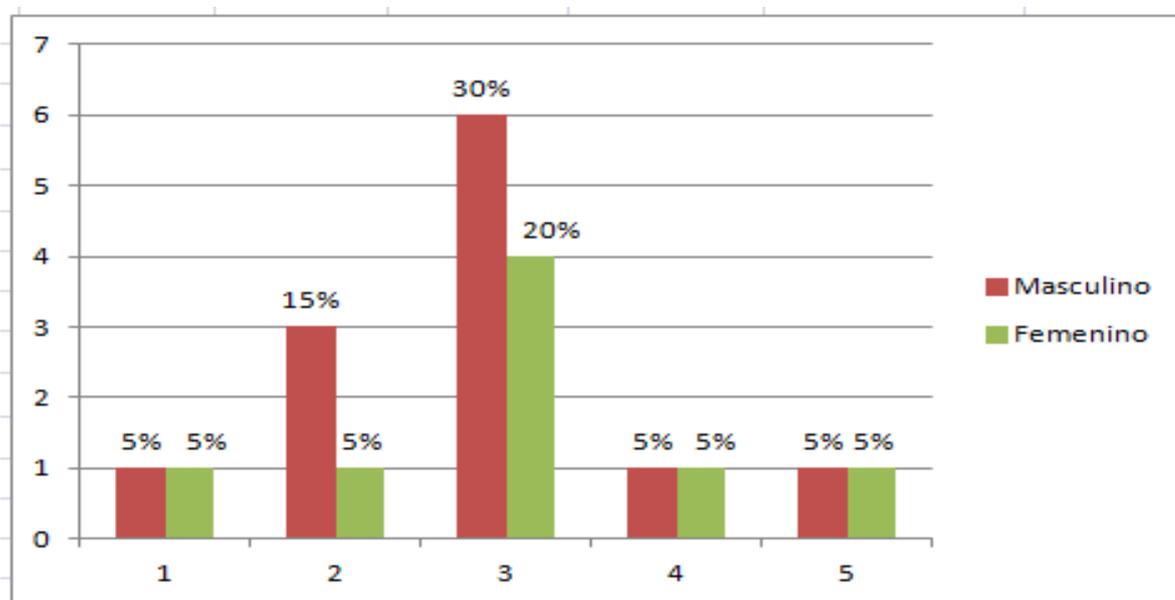
		Preg_09				Muy deficiente	Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente		
Sexo	Masculino	1	3	6	1	1	12
	Femenino	1	1	4	1	1	8
Total		2	4	10	2	2	20

Preg_09					Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	Muy deficiente %	
5.0	15.0	30.0	5.0	5.0	60.0
5.0	5.0	20.0	5.0	5.0	40.0
10.0	20.0	50.0	10.0	10.0	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 29



Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 20 integrantes que conforman el área de atención al cliente, 2 que es el 10% los cuales 1 es hombre y 1 es mujer opinan que es EXCELENTE la disponibilidad del personal del área para ayudar a los socios de la cooperativa.
- 4 integrantes que es el 20% los cuales 3 son hombres y 1 mujer opinan que es BUENO la disponibilidad del personal del área para ayudar a los socios de la cooperativa.
- 10 integrantes que es el 50% los cuales son 6 hombres y 4 mujeres opinan que ES REGULAR la disponibilidad del personal del área para ayudar a los socios de la cooperativa.
- 2 integrantes que es el 10% los cuales 1 es hombre y 1 mujer opinan que ES DEFICIENTE la disponibilidad del personal del área para ayudar a los socios de la cooperativa.
- 2 integrantes que es el 10% los cuales 1 es hombre y 1 mujer opinan que ES MUY DEFICIENTE la disponibilidad del personal del área para ayudar a los socios de la cooperativa.

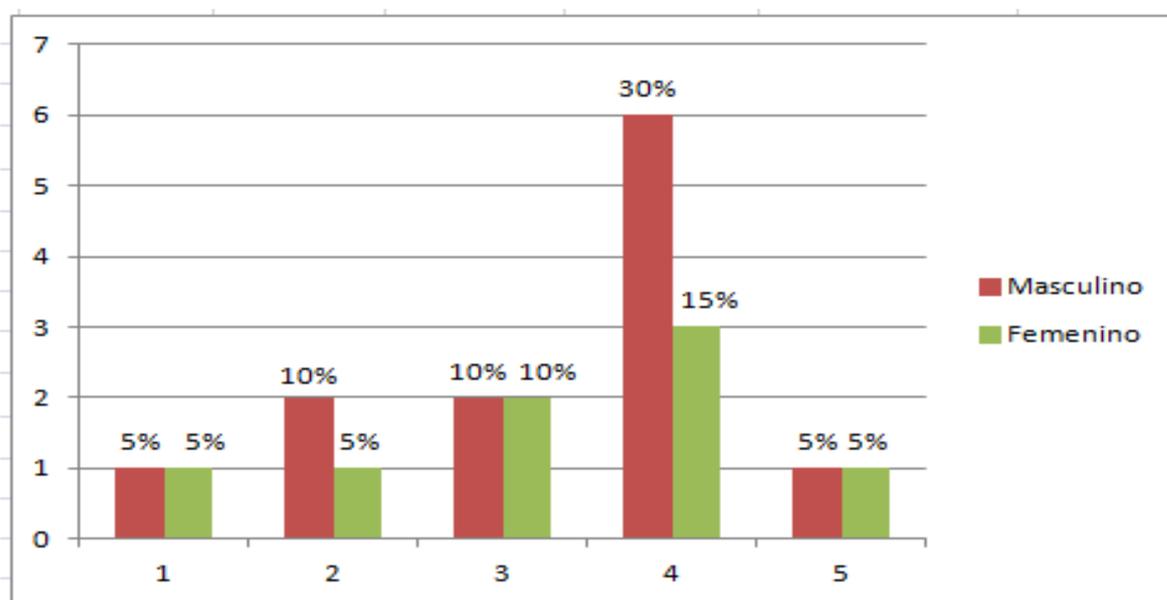
Tabla N° 30 - Sexo*Preg_10. LA ACTITUD PARA RESOLVER SITUACIONES DE ESTRÉS Y CONFLICTOS EN LA COOPERATIVA.

		Preg_10				Muy deficiente	Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente		
Sexo	Masculino	1	2	2	6	1	12
	Femenino	1	1	2	3	1	8
Total		2	3	4	9	2	20

Preg_10					Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	Muy deficiente %	
5.0	10.0	10.0	30.0	5.0	60.0
5.0	5.0	10.0	15.0	5.0	40.0
10.0	15.0	20.0	45.0	10.0	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014
Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 30



Fuente: Aplicación de encuestas.- Septiembre 2014
Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- De 20 integrantes que conforman el área de atención al cliente, 2 que es el 10% los cuales 1 es hombre y 1 es mujer opinan que es EXCELENTE la actitud para resolver situaciones de estrés y conflictos en la cooperativa.
- 3 integrantes que es el 15% los cuales 2 son hombres y 1 mujer opinan que es BUENO la actitud para resolver situaciones de estrés y conflictos en la cooperativa.
- 4 integrantes que es el 20% los cuales son 2 hombres y 2 mujeres opinan que ES REGULAR la actitud para resolver situaciones de estrés y conflictos en la cooperativa.
- 9 integrantes que es el 45% los cuales son 6 hombres y 3 mujeres opinan que ES DEFICIENTE la actitud para resolver situaciones de estrés y conflictos en la cooperativa.
- 2 integrantes que es el 10% los cuales 1 es hombre y 1 mujer opinan que ES MUY DEFICIENTE la actitud para resolver situaciones de estrés y conflictos en la cooperativa.

4.1.4. RESULTADOS COMPARATIVOS .- EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO A LOS SOCIOS ANTES Y DESPUÉS DE LA APLICACIÓN DEL TALLER DE CAPACITACIÓN EN INTELIGENCIA EMOCIONAL

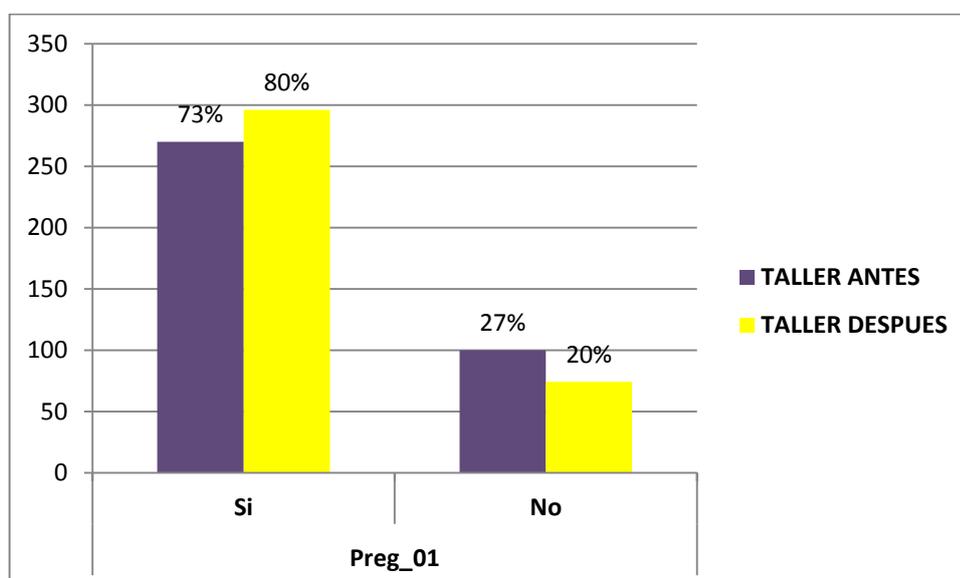
Tabla N° 31- Sexo*Preg_01 - ¿Ud. Visita la Cooperativa con frecuencia?

		Preg_01		Total
		Si	No	
ANTES		270	100	370
TALLER	DESPUÉS	296	74	370

Preg_01		Total %
Si %	No %	
73.0	27.0	100
80.0	20.0	100

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014
Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 31



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014
Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- El grafico N°21 presenta que el taller no afecto ni influyo con la frecuencia de visita a la Cooperativa.
- 270 socios entre hombres y mujeres que es el 73% indicaron que **SI** visitan con frecuencia la Cooperativa **antes del taller**
- 296 socios entre hombres y mujeres que es el 80% indicaron que **SI** visitan frecuentemente la Cooperativa **después del taller**
- 100 socios entre hombres y mujeres que es el 27% indicaron que **NO** visitan con frecuencia la Cooperativa **antes del taller**
- 74 socios entre hombres y mujeres que es el 20% indicaron que **NO** visitan con frecuencia la Cooperativa **después del taller**

Tabla N° 32 - Sexo*Preg_02 - Atención personalizada, trato amable y cordial que brinda la Cooperativa

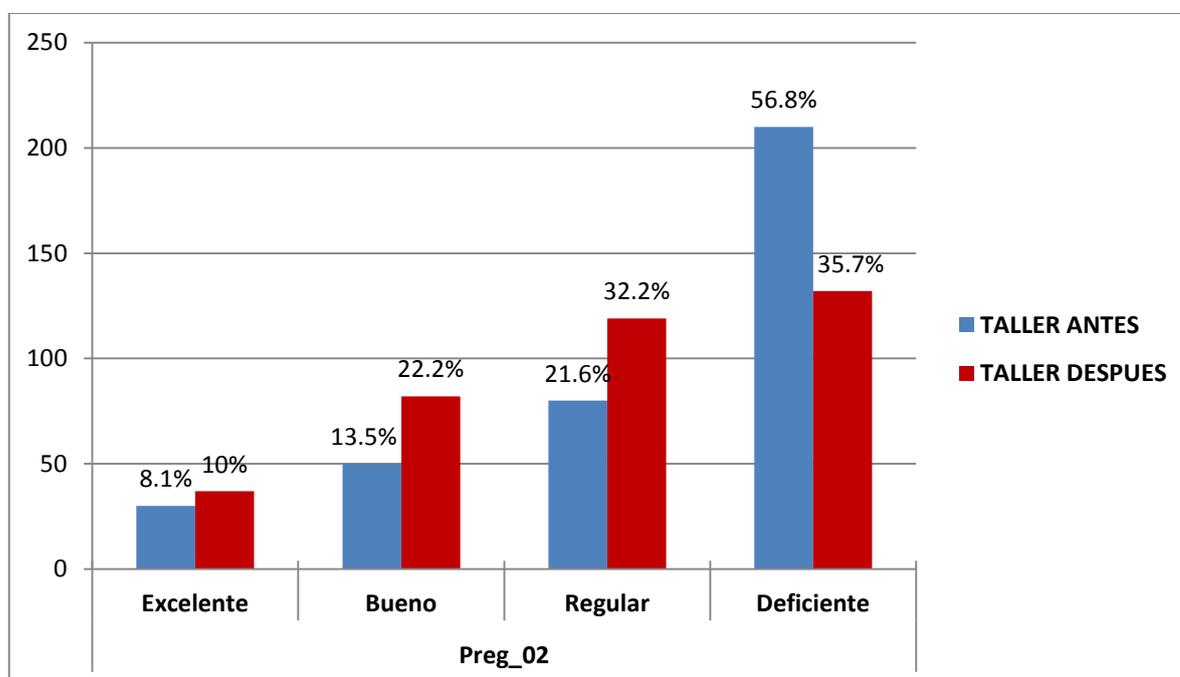
		Preg_02				Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	
TALLER	ANTES	30	50	80	210	370
	DESPUÉS	37	82	119	132	370

Preg_02				Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	
8.1	13.5	21.6	56.8	100.0
10.0	22.2	32.2	35.7	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 32



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- El grafico N° 22 presenta que hay una disminución en los socios que indican que la atención personalizada, trato amable y cordial que brinda la Cooperativa es **DEFICIENTE**, los cuales disminuyo en un 21.1% que son 78 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que la atención personalizada, trato amable y cordial que brinda la Cooperativa es **REGULAR**, los cuales aumento en un 10.6% que son 39 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que la atención personalizada, trato amable y cordial que brinda la Cooperativa es **BUENO**, los cuales aumento en un 8.7% que son 32 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que la atención personalizada, trato amable y cordial que brinda la Cooperativa es **EXCELENTE**, los cuales aumento en un 1.9% que son 7 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.

Tabla N° 33 - Sexo*Preg_03 - Atención oportuna e información adecuada que brinda la Cooperativa

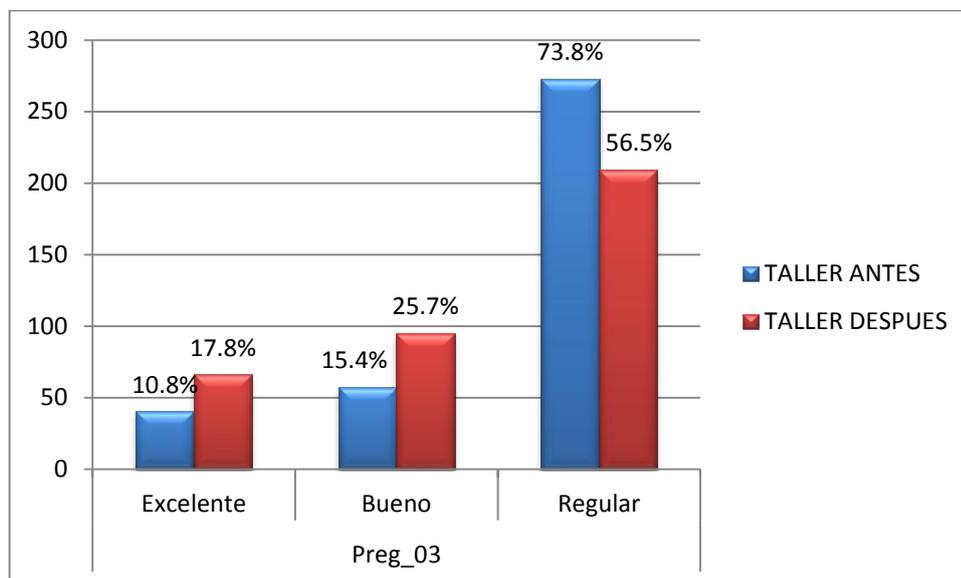
		Preg_03			Total
		Excelente	Bueno	Regular	
TALLER	ANTES	40	57	273	370
	DESPUÉS	66	95	209	370

Preg_03			Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	
10.8	15.4	73.8	100.0
17.8	25.7	56.5	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 33



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- El grafico N° 23 presenta que hay una disminución en los socios que indican que la atención oportuna e información adecuada que brinda la Cooperativa es **REGULAR**, los cuales disminuyeron en un 17.3% que son 64 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que la atención oportuna e información adecuada que brinda la Cooperativa es **BUENA**, los cuales aumentaron en un 10.3% que son 38 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que la atención oportuna e información adecuada que brinda la Cooperativa es **EXCELENTE**, los cuales aumentaron en un 7% que son 26 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.

Tabla N° 34 - Sexo*Preg_04 - Solución a reclamos atendidos por la Cooperativa

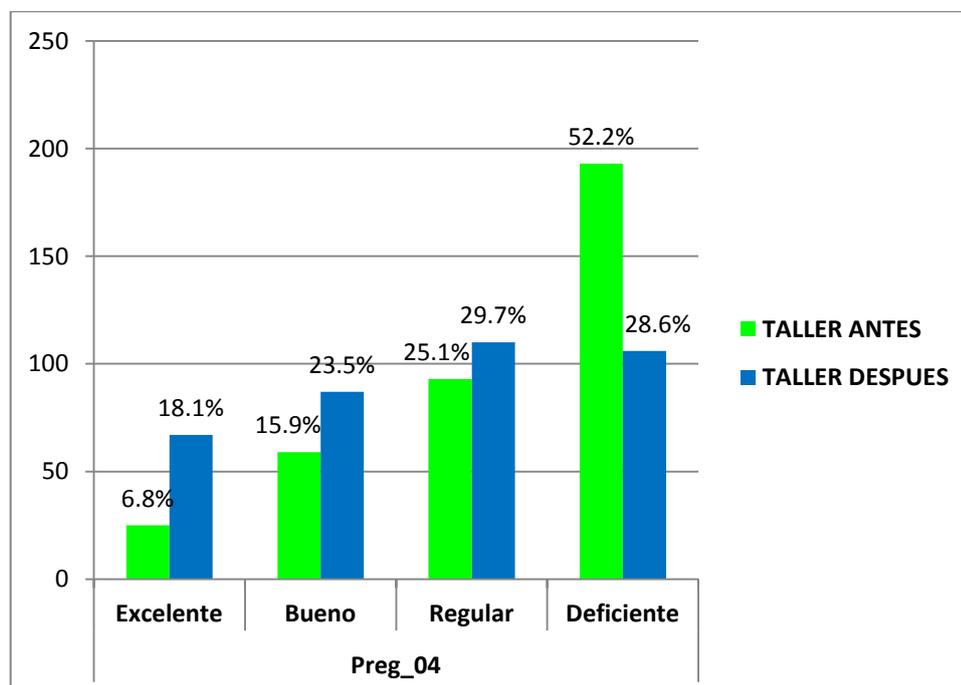
	Preg_04				Total
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	
TALLER ANTES	25	59	93	193	370
DESPUÉS	67	87	110	106	370

Preg_04				Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	
6.8	15.9	25.1	52.2	100.0
18.1	23.5	29.7	28.6	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 34



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- El grafico N° 24 presenta que hay una disminución en los socios que indican que la solución a reclamos atendidos por la Cooperativa es **DEFICIENTE**, los cuales disminuyeron en un 23.6% que son 87 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que la solución a reclamos atendidos por la Cooperativa es **REGULAR**, los cuales aumentaron en un 4.6% que son 17 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que la solución a reclamos atendidos por la Cooperativa es **BUENO**, los cuales aumentaron en un 7.6% que son 28 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que la solución a reclamos atendidos por la Cooperativa es **EXCELENTE**, los cuales aumentaron en un 11.3% que son 42 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.

Tabla N° 35 - Sexo*Preg_05 - Horarios de atención adecuados en la Cooperativa

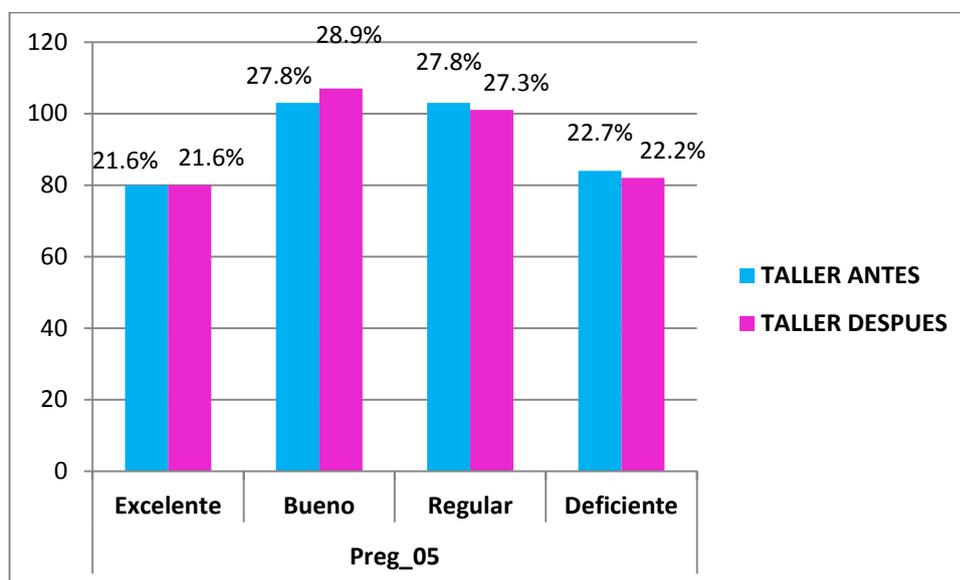
		Preg_05				Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	
TALLER	ANTES	80	103	103	84	370
	DESPUÉS	80	107	101	82	370

Preg_05				Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	
21.6	27.8	27.8	22.7	100.0
21.6	28.9	27.3	22.2	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 35



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- El grafico N° 25 presenta que hay una disminución en los socios que indican que los horarios de atención en la Cooperativa son **DEFICIENTE**, los cuales disminuyó en un 0.5% que son 2 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta una disminución en los socios que indican que los horarios de atención en la Cooperativa es **REGULAR**, los cuales disminuyó en un 0.5% que son 2 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que los horarios de atención en la Cooperativa es **BUENO**, los cuales aumento en un 1.1% que son 4 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta los socios que indican que los horarios de atención en la Cooperativa es **EXCELENTE**, los cuales No aumentó ni disminuyó después del taller de capacitación en inteligencia emocional.

Tabla N° 36- Sexo*Preg_06 - Atención que brinda por teléfono la Cooperativa

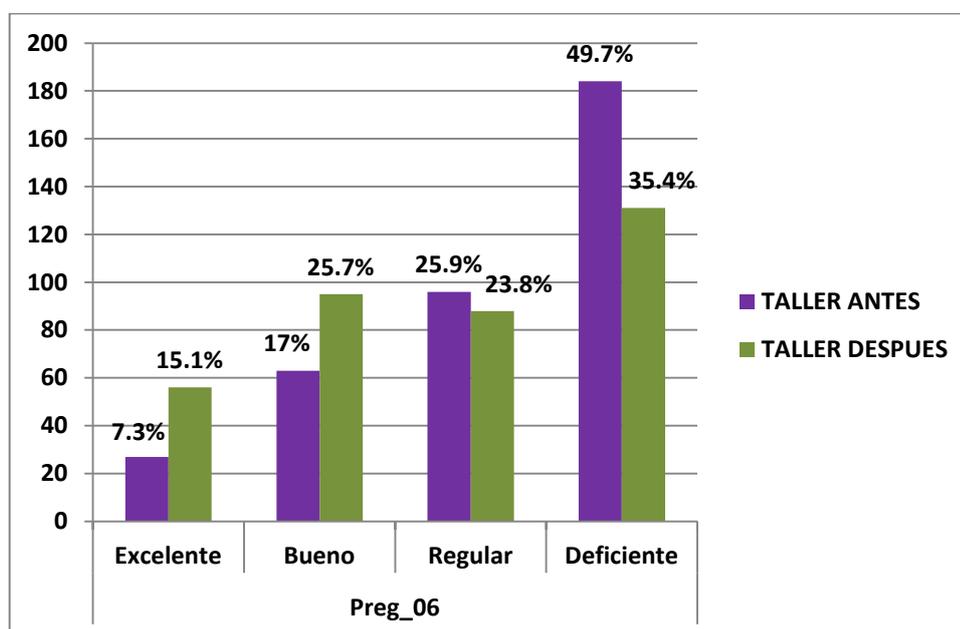
		Preg_06				Total
		Excelente	Bueno	Regular	Deficiente	
TALLER	ANTES	27	63	96	184	370
	DESPUÉS	56	95	88	131	370

Preg_06				Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	Deficiente %	
7.3	17.0	25.9	49.7	100.0
15.1	25.7	23.8	35.4	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 36



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- El grafico N° 26 presenta que hay una disminución en los socios que indican que la atención que brinda por teléfono la Cooperativa es **DEFICIENTE**, los cuales disminuyeron en un 14.3% que son 53 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta una disminución en los socios que indican que la atención que brinda por teléfono la Cooperativa es **REGULAR**, los cuales disminuyeron en un 2.1% que son 8 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que la atención que brinda por teléfono la Cooperativa es **BUENO**, los cuales aumentaron en un 8.7% que son 32 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que la atención que brinda por teléfono la Cooperativa es **EXCELENTE**, los cuales aumentaron en un 7.8% que son 29 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.

Tabla N° 37 - Sexo*Preg_07 - Personal que atiende en la Cooperativa se expresa en forma clara y entendible

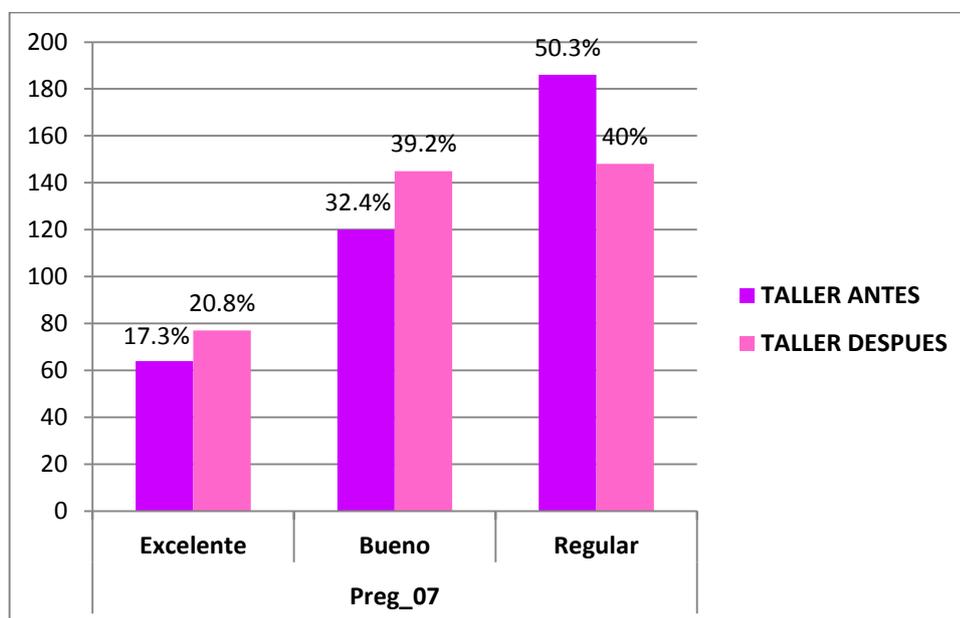
		Preg_07			Total
		Excelente	Bueno	Regular	
TALLER	ANTES	64	120	186	370
	DESPUÉS	77	145	148	370

Preg_07			Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	
17.3	32.4	50.3	100.0
20.8	39.2	40.0	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 37



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- El gráfico N° 27 presenta que hay una disminución en los socios que indican que el personal que atiende en la Cooperativa se expresa de forma clara y entendible es **REGULAR**, los cuales disminuyeron en un 5.1% que son 38 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que el personal que atiende en la Cooperativa se expresa de forma clara y entendible es **BUENO**, los cuales aumentaron en un 3.4% que son 25 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que el personal que atiende en la Cooperativa se expresa de forma clara y entendible es **EXCELENTE**, los cuales aumentaron en un 1.8% que son 13 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.

Tabla N° 38 - Sexo*Preg_08 - Ambientes de la Cooperativa son adecuados para la atención

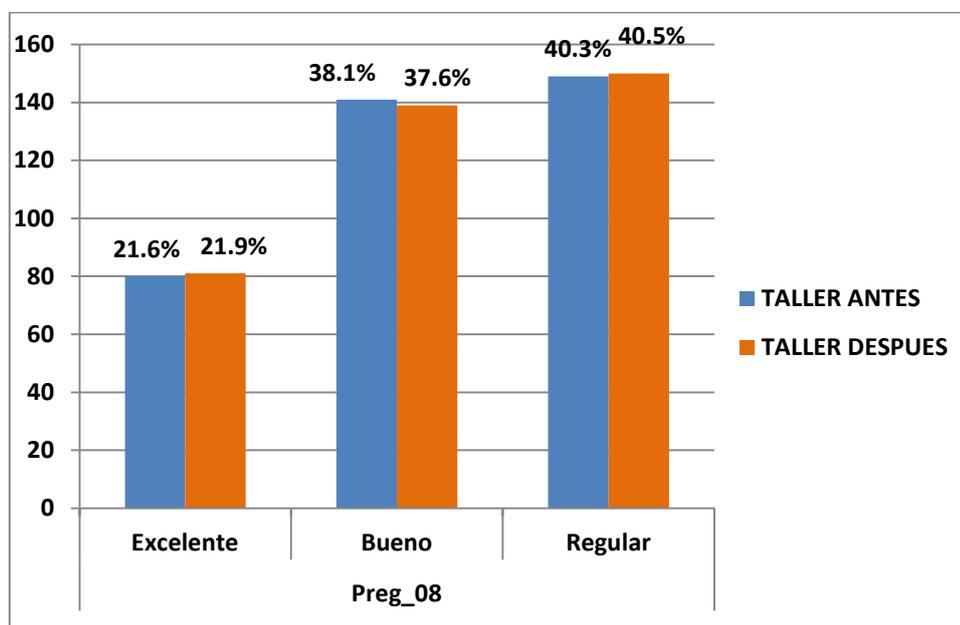
		Preg_08			Total
		Excelente	Bueno	Regular	
TALLER	ANTES	80	141	149	370
	DESPUÉS	81	139	150	370

Preg_08			Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	
21.6	38.1	40.3	100.0
21.9	37.6	40.5	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 38



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que los ambientes de la Cooperativa son adecuados para la atención es **REGULAR**, los cuales aumento en un 0.2% que es 1 socio después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un disminuyó en los socios que indican que los ambientes de la Cooperativa son adecuados para la atención es **BUENO**, los cuales disminuyó en un 0.5% que son 2 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que los ambientes de la Cooperativa son adecuados para la atención es **EXCELENTE**, los cuales aumento en un 0.3% que es 1 socio después del taller de capacitación en inteligencia emocional.

Tabla N° 39 - Sexo*Preg_09 - Eficiencia de la Cooperativa y la confianza que los socios tienen en ella

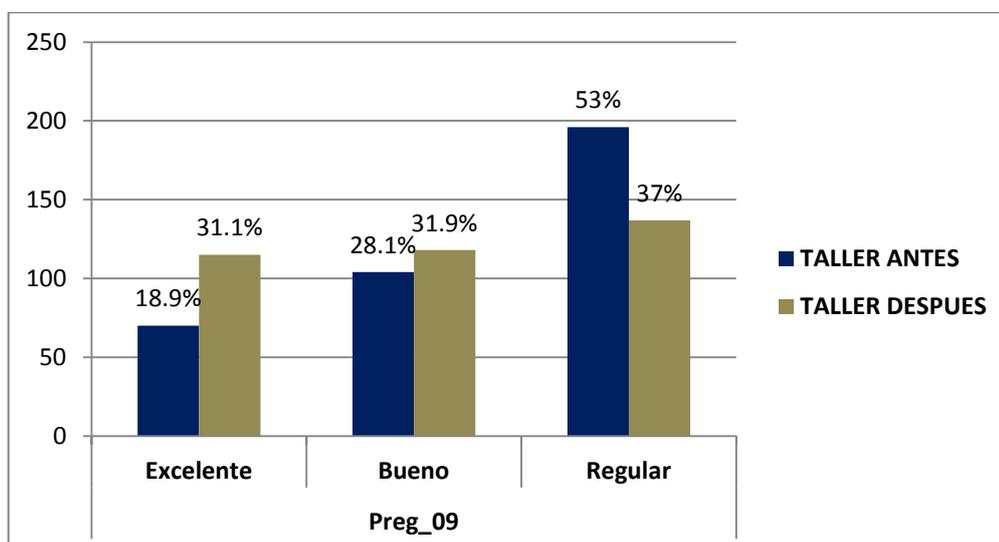
		Preg_09			Total
		Excelente	Bueno	Regular	
TALLER	ANTES	70	104	196	370
	DESPUÉS	115	118	137	370

Preg_09			Total %
Excelente %	Bueno %	Regular %	
18.9	28.1	53.0	100.0
31.1	31.9	37.0	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 39



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- El gráfico N° 29 presenta que hay una disminución en los socios que indican que la eficiencia de la Cooperativa y la confianza que tienen en ella es **REGULAR**, los cuales disminuyeron en un 16% que son 59 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que la eficiencia de la Cooperativa y la confianza que tienen en ella es **BUENO**, los cuales aumentaron en un 3.8% que son 14 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que la eficiencia de la Cooperativa y la confianza que tienen en ella es **EXCELENTE**, los cuales aumentaron en un 12.2% que son 45 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.

Tabla N° 40 - Sexo*Preg_10 - Trato y atención en general que brinda la Cooperativa

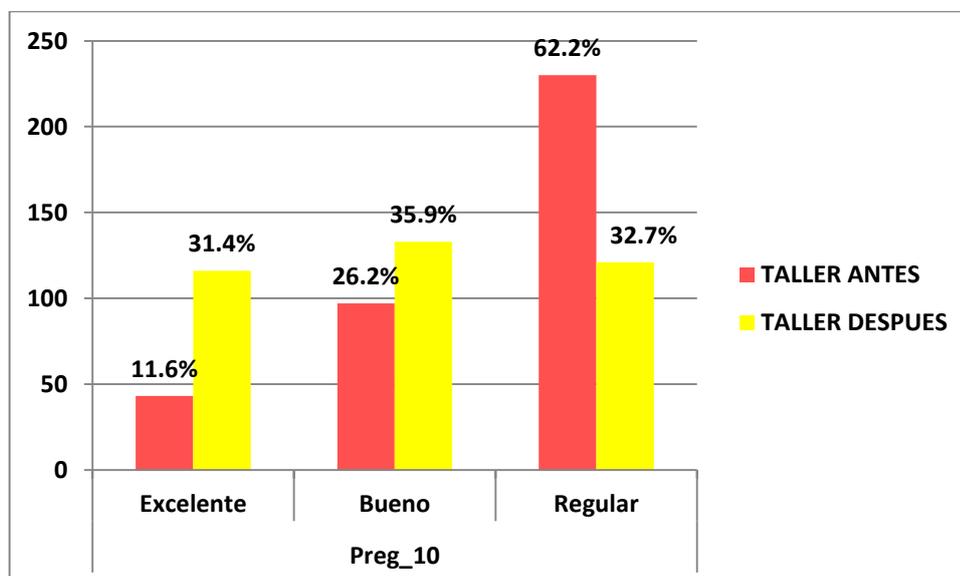
		Preg_10			Total
		Excelente	Bueno	Regular	
TALLER	ANTES	43	97	230	370
	DESPUÉS	116	133	121	370

Preg_10			Total
Excelente	Bueno	Regular	
11.6	26.2	62.2	100.0
31.4	35.9	32.7	100.0

Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

FIGURA N° 40



Fuente: Aplicación de encuestas.- Octubre 2014

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

- El grafico N° 30 presenta que hay una disminución en los socios que indican que el trato y atención en general que brinda la Cooperativa es **REGULAR**, los cuales disminuyeron en un 29.5% que son 109 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que el trato y atención en general que brinda la Cooperativa es **BUENO**, los cuales aumentaron en un 9.7% que son 36 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.
- El cuadro comparativo presenta un aumento en los socios que indican que el trato y atención en general que brinda la Cooperativa es **EXCELENTE**, los cuales aumentaron en un 19.8% que son 73 socios después del taller de capacitación en inteligencia emocional.

4.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La implementación del taller de capacitación en inteligencia emocional mejoró significativamente la calidad de servicio del personal del área de atención al cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario.

<p style="text-align: center;">Antes del Taller de Capacitación en Inteligencia Emocional</p>	<ul style="list-style-type: none">• La comunicación no era clara y rápida para la atención a los socios• La motivación era escasa, tanto en el aspecto interpersonal ni exterior• No comprendían las necesidades y exigencias que tenían los socios• La solución de conflictos, manejo de situaciones de estrés no eran las adecuadas• El trabajo en equipo era deficiente, por lo que afectó en la calidad de servicio
<p style="text-align: center;">Después del Taller de Capacitación en Inteligencia Emocional</p>	<ul style="list-style-type: none">• Aumentó la comunicación eficaz , empatía del personal con los socios• La confianza y autorregulación influyo en la auto motivación del personal para el logro de objetivos• El trato y atención a los socios mejoró significativamente• El clima laboral mejoró, ya que el trabajo en equipo primó en la solución de conflictos, inquietudes y se manifestó en la cooperación unos a otros• El personal del área comprendió las necesidades y exigencias que los socios demandaban

Por lo que la hipótesis queda validada, que la implementación de un taller de capacitación en inteligencia emocional mejoró significativamente la calidad de servicio del personal del área de atención al cliente brindada a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario.

CONCLUSIONES

Y

RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. La percepción de la calidad de servicio por parte de los socios de la Cooperativa antes del Taller de Capacitación en Inteligencia Emocional en el Área de Atención al Cliente era deficiente, los socios no recibían un trato adecuado ni información rápida ni oportuna al momento de presentar una queja, adquirir información de algún producto o servicio, lo cual influyó en el continuo malestar con el personal del Área.
2. La investigación llegó a la conclusión que el taller identificó las necesidades del personal y se enmarcó en los temas que fueron parte de la estructura del taller como : Autoconciencia, Confianza en sí mismo, confiabilidad, innovación, motivación, optimismo, compromiso, iniciativa, empatía con los socios, orientación hacia el servicio y énfasis en las habilidades sociales del personal
3. El taller fue estructurado en 2 semanas con 6 sesiones de 2 horas, lo cual no afectó en la disponibilidad del personal ni en las horas laborales ya que la presente investigación fue autorizada por la Cooperativa, ya que contribuyó a la mejora de la calidad del servicio.
4. El personal del área de atención al cliente, asimilo, compartió, aprendió y nutrió sus conocimientos teniendo sus emociones al servicio, pensar optimistamente, auto motivarse y manejar la incertidumbre y el estrés, logrando la empatía con el cliente que contribuyan al alto desempeño en la calidad de servicio brindada por la cooperativa
5. El taller de capacitación en inteligencia emocional logró una mejora significativa de la calidad de servicio que brinda el área de atención al cliente que lo demuestran los resultados donde el nivel de deficiencia bajo en gran medida y repercutirá en la afluencia de más clientes.

RECOMENDACIONES

1. La cooperativa tiene que aplicar un programa donde contengan talleres en inteligencia emocional más extensos lo cual influirá en la mejora constante
2. Las quejas por parte de los socios tienen que ser atendidas adecuadamente y con rapidez ya que la calidad de servicio tiene que ser pilar de la Cooperativa
3. La cooperativa tiene que capacitar a su personal de todas las áreas, para que tengan los productos, servicios, derechos de los socios, obligaciones claras para dar una atención personalizada y eficiente
4. Establecer un programa de motivación, incentivos para que el personal se sienta comprometido tanto con su trabajo y también con la empresa donde está desempeñando sus actividades
5. La gerencia tiene que tener una comunicación horizontal con las áreas de la cooperativa para que todos estén compactados y hagan una sola fuerza laboral lo cual el producto final será la satisfacción del cliente
6. La cooperativa tiene que hacer una selección de personal específica y que cumpla con todos los requisitos que el área amerita, para que el personal asignado será el idóneo para la atención a los socios

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amaya, Garcia (2003). *Plan de capacitación*. (1ra Ed.). México D.F: Patria cultural.
- Chiavenato Idalberto (2002). *Gestión del Talento Humano*. 1ra Edición. McGraw-Hill Editorial
- Dolan, Simón (2003), “*La gestión de los recursos humanos*”. Editorial: Mc Graw Hill. Barcelona España
- Goleman, Daniel (1996). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ* (1996) Bantam Books. ISBN 978-0-553-38371-3
- Ildefonso Grande. (2005). *Marketing de Servicios*. España: ESIC Editorial.
- Parasuraman, VA Zeithaml y LL Breey, (1991) "*Un Modelo Conceptual de Calidad de los Servicios y sus implicaciones para la investigación futura*", Editorial Canbridge. California.
- Porter Michael Eugene (2003). *Calidad de Servicio*. Harvard Business School Press.
- Reza, Jesus (2006). *Nuevo Diagnóstico de Necesidades de Capacitación y Aprendizaje en las Organizaciones*. (1ra Ed.). México D.F: Panorama Editorial.
- Robbins, Stephen (1998). *Fundamentos de comportamiento organizacional*. (5ta Ed.). México D.F: Prentice Hall Latinoamérica.
- Ruges Mauro (2007). *Administración de la capacitación*. Serie la capacitación efectiva. Tijuana, México. 1997, p. 1-2.
- Wayne, R. (2005). *Administración de Recursos Humanos*. (9na Ed.). México D.F: Pearson Education.
- Zelaya, J. (2006). *Clasificación de puestos*. (1ra Ed.). Costa Rica: Universidad Estatal a distancia.

ANEXOS

Cooperativa de Ahorro y Crédito “Nuestra Señora del Rosario”– Cajabamba
Encuesta – Calidad de Atención

Objetivo: Conocer “ La Calidad de Servicio”, que brinda la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Nuestra Señora del Rosario” Cajabamba, a sus socios.

I. Datos Generales:

a) Sexo: Masculino () Femenino ()

II. Instrucciones:

- a) Por favor, le pedimos que nos dedique aproximadamente unos 5 minutos de su tiempo para completar esta pequeña encuesta.
- b) Marque con un aspa (x) la respuesta.

III. Medición de Calidad de Atención.

1.- ¿Usted visita la Cooperativa con frecuencia?

Valor Asignado		Calificación
Sí	1	
No	2	

2.-La atención personalizada, trato cordial y amable que recibió Usted, fue:

	Valor Asignado	Calificación
Excelente	4	
Bueno	3	
Regular	2	
Deficiente	1	

3.- ¿Usted tuvo una atención oportuna y la información proporcionada fue la adecuada? ¿Cómo lo califica?

	Valor Asignado	Calificación
Excelente	4	
Bueno	3	
Regular	2	
Deficiente	1	

4.-Usted considera que en caso de alguna queja se le dio solución a su reclamo, en forma:

	Valor Asignado	Calificación
Excelente	4	
Bueno	3	
Regular	2	
Deficiente	1	

5.- ¿Los horarios de atención son adecuados?, ¿Cómo los considera Usted?

	Valor Asignado	Calificación
Excelente	4	
Bueno	3	
Regular	2	
Deficiente	1	

6.-La atención que recibió Usted por teléfono, para absolver alguna duda fue:

	Valor Asignado	Calificación
Excelente	4	
Bueno	3	
Regular	2	
Deficiente	1	

7.- ¿El personal que lo atendió a Usted se expresó en forma clara y fue fácil de entender?,

	Valor Asignado	Calificación
Excelente	4	
Bueno	3	
Regular	2	
Deficiente	1	

8.- ¿Usted cómo califica los ambientes de nuestra empresa (infraestructura, limpieza, orden, etc), para su atención?

	Valor Asignado	Calificación
Excelente	4	
Bueno	3	
Regular	2	
Deficiente	1	

9.- Considera que la eficiencia en la nuestra entidad y la confianza que tiene Usted, es:

	Valor Asignado	Calificación
Excelente	4	
Bueno	3	
Regular	2	
Deficiente	1	

10.- En general Usted, cómo califica la atención y el trato que recibió del personal de la empresa, para con su persona.

	Valor Asignado	Calificación
Excelente	4	
Bueno	3	
Regular	2	
Deficiente	1	

¡Muchas Gracias!.

Cooperativa de Ahorro y Crédito “Nuestra Señora del Rosario”– Cajabamba
Objetivo: Conocer ‘ La necesidad de la Capacitación”, que brinda la
 Cooperativa de Ahorro y Crédito “Nuestra Señora del Rosario” Cajabamba, a
 sus socios.

I. Datos Generales:

a) Sexo: Masculino () Femenino ()

II. Instrucciones:

- a) Por favor, le pedimos que nos dedique su tiempo para completar esta pequeña encuesta.
- b) Marque con un aspa (x) la respuesta.

1. Brindar un servicio confiable que satisfaga las exigencias de los socios?

	Valor Asignado	Calificación
Totalmente de acuerdo	5	
De acuerdo	4	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	3	
En desacuerdo	2	
Totalmente en desacuerdo	1	

2. ¿Existe trabajo de equipo orientado al logro de metas:

	Valor Asignado	Calificación
Totalmente de acuerdo	5	
De acuerdo	4	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	3	
En desacuerdo	2	
Totalmente en desacuerdo	1	

3. ¿Cómo percibes las relaciones interpersonales entre el equipo de trabajo

	Valor Asignado	Calificación
Excelente	5	
Bueno	4	
Regular	3	
Deficiente	2	
Muy deficiente	1	

4. ¿La motivación en la cooperativa es?

	Valor Asignado	Calificación
Excelente	5	
Bueno	4	
Regular	3	
Deficiente	2	
Muy deficiente	1	

5. Mis compañeros y yo sabemos cómo dar la atención correspondiente al socio, califíquela

	Valor Asignado	Calificación
Excelente	5	
Bueno	4	
Regular	3	
Deficiente	2	
Muy deficiente	1	

6. ¿El grado de que los compañeros de trabajo, estamos dispuestos a ayudarnos entre nosotros para completar tareas, objetivos, aunque esto signifique un mayor esfuerzo es?

	Valor Asignado	Calificación
Excelente	5	
Bueno	4	
Regular	3	
Deficiente	2	
Muy deficiente	1	

7. ¿El trabajo en equipo para resolver problemas, o inquietudes en la cooperativa es?

	Valor Asignado	Calificación
Excelente	5	
Bueno	4	
Regular	3	
Deficiente	2	
Muy deficiente	1	

8. ¿En la cooperativa se percibe un buen clima laboral para lograr un buen desempeño?

	Valor Asignado	Calificación
Excelente	5	
Bueno	4	
Regular	3	
Deficiente	2	
Muy deficiente	1	

9. ¿La disponibilidad del personal del área para ayudar a los socios de la cooperativa es?

	Valor Asignado	Calificación
Excelente	5	
Bueno	4	
Regular	3	
Deficiente	2	
Muy deficiente	1	

10. ¿La actitud para Resolver situaciones de estrés y conflictos en la cooperativa es?

	Valor Asignado	Calificación
Excelente	5	
Bueno	4	
Regular	3	
Deficiente	2	
Muy deficiente	1	