



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**INTELIGENCIA EMOCIONAL Y LA CALIDAD DE SERVICIO DE
LOS COLABORADORES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y
CRÉDITO SAN SALVADOR LIMITADA, PUNO 2020**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. LOIDA AGUILAR CAMPOS

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PUNO – PERÚ

2024



NOMBRE DEL TRABAJO

INTELIGENCIA EMOCIONAL Y LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS COLABORADORES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN SALVADOR LIMITADA, PUNO 2020

AUTOR

LOIDA AGUILAR CAMPOS

RECUENTO DE PALABRAS

15164 Words

RECUENTO DE CARACTERES

80292 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

90 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

8.5MB

FECHA DE ENTREGA

May 2, 2024 11:27 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

May 2, 2024 11:29 AM GMT-5



● 18% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 18% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 3% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 15 palabras)


 Lic. Adm. Edwin A. Quispe Cansaya
CLAD N° 14822


 D.Sc. Félix Henry Gutiérrez Castillo
DIRECTOR DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN
F.C.A.H. - UNA PUNO



DEDICATORIA

Desde el profundo de mi corazón con mucho amor, aprecio y gratitud a: mi hija Nadinne Y. Fuentes Aguilar (mi motor y mi fortaleza), mis padres (mis guías durante toda la etapa universitaria) y a mis docentes (profesionales con mucha paciencia, experiencia y dedicación).

Loida Aguilar Campos.



AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme la vida y salud, a mis padres: Pedro Aguilar Quispe y Eva Campos de Aguilar, quienes me apoyaron económicamente y emocionalmente durante mi vida universitaria, a mis docentes de la universidad de todas las áreas quienes hicieron que nutra más mis conocimientos para desempeñar como profesional en el ámbito laboral y a mi **director / asesor M.g. EDWIN ABDON QUISPE CANSAYA** por su voluntad de asesorarme con profesionalismo y dedicación, sin ellos no podría concretarse este proceso para ser una licenciada en administración.

Loida Aguilar Campos.



ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS	
RESUMEN	9
ABSTRACT.....	10
CAPÍTULO I	
INTRODUCCIÓN	
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
1.2.1. Problema general.....	13
1.2.2. Problemas específicos	13
1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	13
1.3.1. Hipótesis general	13
1.3.2. Hipótesis específica.....	14
1.4. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	14
1.4.1. Objetivo General	14
1.4.2. Objetivos Específicos.....	14
CAPÍTULO II	
REVISIÓN DE LITERATURA	
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
2.1.1. antecedentes internacionales:	15
2.1.2. Antecedentes nacionales.	16



2.1.3.	Antecedentes locales	17
2.2.	MARCO TEÓRICO	18
2.2.1.	Variable 1: Inteligencia emocional	18
2.2.1.1.	Definiciones	18
2.2.1.2.	Historia.....	18
2.2.1.3.	Características	19
2.2.1.4.	Competencias	19
2.2.1.4.1.	Bases Teóricas de Inteligencia interpersonal.....	20
2.2.1.4.2.	Dimensiones de la inteligencia interpersonal	21
2.2.1.4.3.	Las habilidades sociales o el control de las relaciones interpersonales.	22
2.2.1.5.	Elementos.....	23
2.2.2.	Variable 2: Calidad de Servicio	25
2.2.2.1.	Definición.....	25
2.2.2.2.	Dimensiones de la calidad de servicio	26
2.2.3.	Programa de inteligencia emocional.	28
CAPÍTULO III		
MATERIALES Y MÉTODOS		
3.1.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	29
3.1.1.	Enfoque:	29
3.1.2.	Diseño de investigación:	29
3.1.3.	Técnicas procedimientos e instrumentos	30
3.2.	PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN.	31
3.2.1.	Tratamiento de datos:	31
3.2.2.	Análisis de las informaciones:	31



3.3. LUGAR DE ESTUDIO.....	32
3.4. POBLACIÓN Y TAMAÑO DE MUESTRA.....	32
3.4.1. Población.....	32
3.4.2. Muestra.....	33
CAPÍTULO IV	
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	
4.1. RESULTADOS.....	34
4.1.1. Objetivo específico 1: Conocer como es la inteligencia emocional de los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador Limitada, Puno 2020.	34
4.2. OBJETIVO ESPECÍFICO 2: CONOCER COMO ES LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS COLABORADORES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN SALVADOR LIMITADA, PUNO 2020.	49
4.3. OBJETIVO ESPECÍFICO 3: ELABORAR UN PROGRAMA QUE AYUDE A MEJORAR EL MANEJO DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL (Anexo 3)	59
4.4. CONTRATACIÓN DE HIPÓTESIS	60
V. CONCLUSIONES.....	63
VI. RECOMENDACIONES	65
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	66
ANEXOS.....	69

Área: Administración General

Tema: Inteligencia Emocional y Calidad de Servicio

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 06/05/2024



ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Desacuerdos entre los trabajadores de la cooperativa.....	35
Tabla 2 Errores que comete en el trabajo.....	36
Tabla 3 Emociones en situaciones donde se presentan discusiones	37
Tabla 4 Socios indecisos en la elección de un crédito, usted mantiene el control....	38
Tabla 5 Buen ánimo cuando le cambian las actividades.....	39
Tabla 6 Aumento de dificultad en el trabajo, pretextos	40
Tabla 7 La cooperativa propicia el bienestar laboral entre los colaboradores	41
Tabla 8 La cooperativa les brinda incentivos a los colaboradores por su desempeño	42
Tabla 9 Incidente en la venta de un crédito, iniciativa para dar solución	43
Tabla 10 Sugerencias a los superiores para mejoras en el trabajo	44
Tabla 11 La comunicación es fundamental en tu puesto de trabajo	45
Tabla 12 Los reclamos son vistos como una fuente por mejorar en el servicio que ofrece	46
Tabla 13 Frente a una situación problemática, se apoyan entre los trabajadores de la cooperativa.....	47
Tabla 14 La participación constante mejora el trabajo en equipo.....	48
Tabla 15 Dudas, inquietudes a las personas que por primera vez ingresan a la cooperativa.....	49
Tabla 16 Los clientes muestran muchas preguntas, reclamos y hablan más de una persona usted mantiene la calma.....	50
Tabla 17 Cuando una persona muestra interés en un crédito, malestar o reclamo usted lo atiende de forma efectiva.....	51



Tabla 18	Incidentes que se presentan son resueltos a la brevedad.....	52
Tabla 19	Existe intercambio de información entre los socios de la cooperativa	53
Tabla 20	Considera que es necesario brindar información adecuada a los socios de la cooperativa	54
Tabla 21	Conducta accesible ante algunas preguntas de los socios de la cooperativa	55
Tabla 22	Uso adecuado del uniforme ayuda en la imagen de la cooperativa	56
Tabla 23	Es importante que las herramientas y equipos se encuentren en buen estado	57
Tabla 24	Se torna complicado llegar a un acuerdo con respecto a la venta de un crédito	58
Tabla 25	Comprender lo que buscan los miembros de la cooperativa es necesario para un buen servicio	59



RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue describir la inteligencia emocional y la calidad de servicio de los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador Limitada. Puno 2020, tomando como metodología de investigación un enfoque; cuantitativo no experimental de diseño transversal o transaccional y descriptiva, aplicado a una población conformada por los 51 colaboradores de las ocho agencias de la cooperativa, que se encuentran distribuidas en las distintas ciudades. El tipo de muestreo es censal debido a que la muestra se toma al 100% de la población, para la recolección de datos se tomó como técnica la encuesta aplicada en el instrumento; el cuestionario fue validado por juicio de expertos; la información recolectada se ingresó a los programas estadísticos; Excel y Spss, para su posterior análisis e interpretación. Se conoce la inteligencia emocional y la calidad de servicio de la cooperativa; cuando los colaboradores muestran un manejo adecuado de sus emociones durante las comunicaciones entre los socios y entre ellos, así mismo las herramientas y maquinarias que usan están en buenas condiciones que con lleva a un buen servicio de calidad. Con el análisis de esta búsqueda y la aplicación del programa de inteligencia emocional; nos permitió conocer la situación actual que atraviesan los participantes de la cooperativa y qué acciones podemos tomar, para lograr un mejor manejo de la inteligencia emocional que presentan los colaboradores, de tal manera que se logre una mejora en la calidad de servicio que ofrece la Cooperativa de Ahorro y Crédito San salvador Limitada,

Palabras Clave: Autorregulación, Calidad de servicio, Inteligencia emocional e Inteligencia interpersonal.



ABSTRACT

The objective of this research was to describe the emotional intelligence and service quality of the collaborator of the Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador Limitada. Puno 2020, taking as research methodology a non-experimental quantitative approach of transversal or transactional and descriptive design, applied to a population made up of 51 collaborators of the eight agencies of the cooperative, which are distributed in different cities. The type of sampling is census sampling because the sample is taken from 100% of the population, for data collection technique was taken as the survey applied in the instrument; the questionnaire was validated by expert judgment; the information collected was entered into statistical programs; Excel and Spss, for subsequent analysis and interpretation. The emotional intelligence and the quality of service of the cooperative are known; when the collaborators show an adequate management of their emotions during the communications between the partners and among them, likewise the tools and machinery they use are in good conditions that leads to a good quality service. With the analysis of this search and the application of the emotional intelligence program, it allowed us to know the current situation that the participants of the cooperative are going through and what actions we can take to achieve a better management of the emotional intelligence that the collaborators present, in such a way that an improvement in the quality of service offered by the Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador Limitada is achieved,

Keywords: Emotional intelligence, Interpersonal intelligence, Self-regulation and Service quality.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Este mundo moderno globalizado, las empresas que deseen ser competitivas y estar al margen de las expectativas de los socios, clientes y consumidores, necesitan poner atención a sus trabajadores e integrantes de la organización; así como también una disposición más abierta a la integración entre ellos. La inteligencia emocional de los colaboradores es de vital importancia, puesto que ellos son los que están en contacto directo con los socios finales, en ese sentido, las empresas deben buscar ir más allá del marco estrictamente legal y laboral, más bien muy por el contrario deben buscar las formas de integrar las nuevas tecnologías para poder potenciar al recurso humano, capacitándolo y poder cerrar con esto los círculos de calidad; para lograr afianzar valores corporativos, sentido de pertenencia y fortalecer las comunicaciones, se hace necesario primero diagnosticar y describir la efectividad de los pilares de Goleman, para luego dar paso a la postulación de un programa de inteligencia emocional, de esta manera se puede contribuir a una atención de calidad y/o calidad de servicio y dando de manera positiva al logro de los objetivos estratégicos planteados por las empresas y su posterior desarrollo.

En nuestro país si queremos alcanzar calidad de servicio y competir con estados considerados del primer mundo; debemos poner más énfasis en áreas que se relaciona con la atención a los clientes, socios, proveedores y consumidores, considerando a este segundo punto como uno de los más importante, por lo tanto, la atención al cliente se convierte en el pilar para el funcionamiento de la organización. La Inteligencia Emocional según Daniel Goleman (1996) en su libro *Emotional Intelligence*: 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. Según (Michael Porter 2003) en su libro Calidad de Servicio, la calidad de servicio es la esencia de la Organización.

En nuestra región muchas veces consideramos que el éxito de la organización se alcanzara tan solo con las condiciones intelectuales; sin embargo, no son la única garantía de éxito laboral ya que las emociones son primordiales del ser humano y una forma de interactuar con el entorno, tiene en cuenta los aspectos intrínsecos como sentimientos y habilidades. Una vez que la persona entra a una empresa, para que pueda dar lo mejor de sí y hacer bien el trabajo, se le proporcionan las herramientas físicas, el reglamento de las funciones que debe desempeñar y cómo ejecutarlas, asimismo debe ser importante que como persona se sienta complacido con su vida personal, de tal manera que se encuentre motivada para sobresalir en su ámbito laboral. En el medio se maneja la idea que las personas más inteligentes son quienes logran los éxitos laborales y empresariales, los mejores puntajes en evaluaciones de desempeño, el poder dentro de empresas, entre otros, por estas razones se olvida lo que conforma en si al ser humano, sus emociones. El personal que labora en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador limitada es muy transcendental para realizar la atención a través de canales que permitan una comunicación efectiva con los socios, el área directo de atención al socio (negocios y operaciones) donde existe la problemática vinculada a una mala calidad de servicio, debido a que los colaboradores de la cooperativa no manejan adecuadamente sus emociones generando malestar entre los socios, insatisfacción a los socios, falta empatía, falta de comunicación efectiva, escasez de habilidades que proporcionen confianza entre los participantes; razón por la cual que surge la interrogante ¿Cómo es la inteligencia



emocional y la calidad de servicio de los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador limitada Puno 2020?.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Cómo es la inteligencia emocional y la calidad de servicio de los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador limitada, Puno 2020?

1.2.2. Problemas específicos

1. ¿Cómo es la inteligencia emocional de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito san salvador limitada, Puno 2020?
2. ¿Cómo es la calidad de servicios de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito San salvador limitada, Puno 2020?
3. ¿Es posible elaborar un programa que ayude a mejorar el manejo de la inteligencia emocional como alternativa para mejorar la calidad servicio de la cooperativa?

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Hipótesis general

La inteligencia emocional y la calidad de servicio es buena en los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador limitada, Puno 2020.



1.3.2. Hipótesis específica

1. La inteligencia interpersonal y la autorregulación son elementos relevantes de la inteligencia emocional que más resaltan en los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito San salvador limitada.
2. la empatía y el servicio al cliente son elementos relevantes de la calidad de servicio que más resaltan en los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito San salvador limitada.

1.4. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Describir la inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores de la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador limitada. Puno 2020.

1.4.2. Objetivos Específicos

1. Conocer la inteligencia emocional de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador limitada, Puno 2020
2. Conocer la calidad de servicio de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador limitada, Puno 2020
3. Elaborar un programa que ayude a mejorar el manejo de la inteligencia emocional como alternativa para mejorar la calidad servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador limitada.



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. antecedentes internacionales:

Hernandez (2014) en la tesis titulada “Inteligencia emocional y servicio al cliente, estudio realizado al personal de “servicio al cliente” de la cooperativa Salcajá R.L.” Universidad Rafael Landívar, de Guatemala, la investigación está fundamentada en la inteligencia emocional y calidad del servicio. De acuerdo con a la metodología de investigación se utilizó: tipo de investigación descriptiva, correlacional, no experimental. La muestra está compuesta por 50 trabajadores. En el cual llego a la conclusión, de que, todos los trabajadores tienen un alto nivel de inteligencia emocional, el manejo de sus emociones es bueno, el trato entre subordinados y jefes es agradable, mantienen una alta motivación, esto deduce un personal que se esmere por ofrecer un servicio al cliente de calidad.

Bino (2016) en la tesis titulada “Inteligencia emocional y atención al cliente “Estudio realizado con colaboradores del restaurante Albamar Tobogán de la zona 3 de Quetzaltenango”, Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango – Guatemala, las variables utilizadas en esta tesis fueron inteligencia emocional y atención al cliente. Con respecto a la metodología; Se usó un diseño no experimental, es del tipo descriptivo correlacional, la muestra está dado por 185 clientes. Se concluye que la variable inteligencia emocional tiene influencia en la atención al cliente, los empleados de la organización tienen la habilidad social, manejo de las emociones para atender a los clientes, ello contribuye a que



resuelvan problemas. El buen manejo de ambas variables logra un equilibrio entre lo emocional y laboral.

2.1.2. Antecedentes nacionales.

Dávila y Mejía (2017) la tesis titulada “La inteligencia emocional como estrategia para mejorar la calidad de servicio del personal de la “empresa de transportes CIVA - Chiclayo 2016”, Universidad San Martín de Porres, compuesto por dos variables inteligencia emocional y calidad de servicio. Con respecto a la metodología El tipo es descriptiva propositiva transversal, se empleó un diseño no experimental. La muestra es de 50 trabajadores. Llega a las siguientes conclusiones, un 75% de los trabajadores cuenta con un bajo nivel de inteligencia emocional y el 25% en un nivel medio, respecto al autoconocimiento, autorregulación, automotivación, empatía y habilidades sociales. Un 98% de los clientes se sienten descontentos el servicio prestado. Asimismo, se propone un taller de capacitación en autorregulación, habilidades para interactuar con clientes, para incrementar el nivel de capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Ponce de León (2018) en su tesis “Inteligencia emocional y actitud a la calidad de servicio de los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa – Perú 2015”, Universidad Nacional Federico Villareal, sus variables se constituyen en dos variables inteligencia emocional y calidad de servicios. La investigación es básica, descriptiva y correlacional. Mediante la correlación de Pearson se tiene 0.221, es baja y la sigma es 0,014, este es menor al parámetro teórico de 0,05 ello afirma que la hipótesis alterna se cumple: La inteligencia emocional se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015. La inteligencia



emocional se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio. Se evidencia un cociente emocional bueno, con esto se dice que tienen control de sus emociones.

2.1.3. Antecedentes locales

Sumari y Vaca (2017) determinaron la relación entre la inteligencia emocional y el riesgo suicida en los alumnos de quinto año de secundaria en el centro educativo Emilio Romero Padilla ubicado en Puno. El método fue descriptivo correlacional. La muestra estuvo conformada por 89 estudiantes de quinto año de secundaria entre varones y mujeres. En la investigación se utilizaron como instrumentos el inventario de inteligencia emocional Bar-On y la escala de riesgo suicida de Plutchik. Los resultados arrojaron una relación negativa y significativa entre la variable inteligencia emocional y la variable riesgo suicida.

Ccama (2017) Inteligencia Emocional en estudiantes de cuarto y quinto grado del nivel secundario de la Institución Educativa Privada La Salle y el colegio Adventista Americana de la ciudad de Juliaca – 2017 concluyendo que a un nivel de significancia del 0.05, no existe diferencia en el nivel de inteligencia emocional entre los estudiantes de cuarto y quinto grado del nivel secundario de la Institución Educativa Privada La Salle y el Colegio Adventista Americana de la ciudad de Juliaca – 2017, por lo tanto, se rechaza la hipótesis planteada. Segundo: A un nivel de significancia del 0.05, no existe diferencia en la dimensión intrapersonal entre los estudiantes de cuarto y quinto grado del nivel secundario de la Institución Educativa Privada La Salle y el Colegio Adventista Americana de la ciudad de Juliaca – 2017, por lo tanto, se rechaza la hipótesis planteada.



2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Variable 1: Inteligencia emocional

2.2.1.1. Definiciones

Consiste en reconocer en los demás y en nosotros mismos que cada persona tiene un valor único y además cuenta emociones, esta forma de pensar nos lleva a desarrollarnos de manera efectiva en el ámbito social (Goleman, 2016).

La inteligencia emocional puede ser consideradas complementaria, y la importancia del concepto se debe a que el conocimiento y las emociones se interrelacionan, y explican los diferentes niveles de éxito en varias esferas de la vida, entre ellas, indubitablemente, en el ámbito laboral (Carmona y Rosas, 2017).

2.2.1.2. Historia

Si hablamos de la línea histórica de la inteligencia emocional, este concepto varió, en 1920 Thorndike, acuñó el término inteligencia social, para que se actúe sabiamente en el entorno. En el lapso de 50 años fue estudiado en el ámbito de la psicología y visto en la psiquiatría. Howard Gardner en los años 80 incluye la inteligencia personal en su obra de las inteligencias múltiples, aquí el resalta la inteligencia intrapersonal, donde se ve la parte de los temperamentos y estados de ánimo. En el año 1990, Salovey y Meyer, definen a la inteligencia emocional como la capacidad para controlar las emociones, de esta manera se guía los pensamientos y acciones. Daniel Goleman, en el año 1995 estableció que la inteligencia



emocional, es cualquier característica de la personalidad que se tenga, pero que no tiene vínculo con la cognitiva (Danvilla y Sastre, 2010).

2.2.1.3. Características

Se puede decir que a mayor inteligencia emocional aumenta la eficacia y eficiencia, ayuda a combatir en el estrés en los trabajadores, se potencia la toma de decisiones, mejora del clima laboral, potenciación del liderazgo, reducción del absentismo, ser capaz de afrontar el entorno actual de los mercados globalizados. Por ello, se toma la dimensión de la motivación, con esto gana tanto el empleado como el empleador (Elorza y Suarez, 2010).

2.2.1.4. Competencias

Las competencias de la inteligencia emocional es el conjunto de conocimientos, capacidades, habilidades y actitudes necesarias para efectuar actividades diversas, con un nivel de calidad y eficacia” (Bisquerra, 2003). Según las investigaciones estas competencias son el componente intrapersonal, interpersonal, adaptativo, manejo del estrés y componente del estado anímico (test Bar-On 1997). Las definiciones de estas competencias son: Componente intrapersonal está encargada de ver la comprensión de los estados emocionales, incluyéndola posibilidad de que uno experimente múltiples emociones, y aun a niveles más maduros, percatándose de que uno no es consciente de sus propios sentimientos. Segundo está el componente interpersonal donde se debe entender las emociones de los demás, a través de los gestos y situaciones expresivas. El tercero, figura el componente adaptativo, busca que el vocabulario y las



expresiones sean a la altura de la cultura de la empresa. En el cuarto punto está el componente del manejo del estrés, donde se busca identificar esos aspectos que alteran la paz en la organización, está ligado con el autocontrol. Por último, tenemos el componente del estado anímico en general busca que la persona se sienta como realmente busca este sentirse (Ugarriza, 2001).

2.2.1.4.1. Bases Teóricas de Inteligencia interpersonal

Definición Según Gardner (2015) la inteligencia interpersonal nos faculta para poder advertir cosas de las otras personas más allá de lo que nuestros sentidos logran captar. Se trata de una inteligencia que permite interpretar las palabras o gestos, o los objetivos y metas de cada discurso. Más allá del continuo Introversión y Extraversión, la inteligencia interpersonal evalúa la capacidad para empatizar con las demás personas”.

Según Balart (2002) “La inteligencia interpersonal se caracteriza por la capacidad de liderazgo, la aptitud para relacionarse, mantener amistades y solucionar problemas sociales. Como también la capacidad para comprender a otras personas, interactuar con ellos y entablar buenas relaciones”.

Las personas que desarrollan un nivel considerable de inteligencia interpersonal se destacan por su popularidad y los amigos que posee. Sostiene buenas relaciones con sus compañeros y con todos aquellos quienes les rodean. Poseen una gran facilidad para darse cuenta de las necesidades ajenas y actuar ya sea buscando la palabra adecuada o



asumiendo un comportamiento que agrada a los demás; normalmente, sus actitudes son positivas y logra establecer una comunicación efectiva

2.2.1.4.2. Dimensiones de la inteligencia interpersonal

De acuerdo al modelo de Bar On dentro del componente conceptual de la inteligencia emocional se presenta el componente interpersonal que reúne a su vez los siguientes componentes: empatía, responsabilidad social y relación interpersonal.

A. Empatía

Según Cachay (2016) es la capacidad que muestra el individuo de ser consciente, entender y apreciar los sentimientos de los demás. Es sensible a lo que otras personas sienten, cómo lo sienten y por qué lo sienten.

“La empatía nos da un sinfín de posibilidades, primero hacia nuestros semejantes, quienes buscan compartir y confían sus problemas, alegría, triunfos y fracasos, ser escuchados y comprendidos de esta forma tenemos la inmejorable oportunidad de procurar el bienestar, desarrollo y perfeccionamiento de las personas, lo cual manifiestan el profundo respeto que le debemos”

B. Responsabilidad social

la responsabilidad social es: la capacidad de demostrarse a sí mismo, como un miembro colaborador, cooperador y constructivo de un grupo social; Implica actuar en forma responsable aun si esto significa no obtener ningún beneficio personal. Las personas socialmente responsables



muestran una conciencia social y una genuina preocupación por los demás, la cual es manifestada al asumir responsabilidades orientadas a la comunidad (Castello et al.2021).

C. Relación interpersonal

La relación interpersonal la define Espinoza (2012) como “la habilidad de manifestar y establecer relaciones mutuamente satisfactorias que están caracterizadas por la intimidad, y el dar y recibir afecto. Como también, la habilidad de mantener relaciones interpersonales positivas se caracteriza por dar y recibir aprecio y afecto e implica un grado de intimidad con otro ser humano”

2.2.1.4.3. Las habilidades sociales o el control de las relaciones interpersonales.

Existen personas con las que es un placer compartir momentos, uno no quiere despedirse de ellas; estas personas tienen una competencia social desarrollada la cual, desde el punto de vista de Gardner (2009), implica tener habilidades para liderar, ser mediador, establecer contacto instantáneo y amable con las personas y detectar los sentimientos, motivaciones e intereses de la gente de su alrededor. Las personas con esta competencia son aquellas que establecen relaciones interpersonales-sociales asertivas y productivas.

Goleman (1995) manifiesta que: la inteligencia interpersonal, el ingrediente fundamental del encanto, del éxito social e incluso del carisma. Las personas socialmente inteligentes pueden conectar fácilmente con los demás, son diestros en leer sus reacciones y sus sentimientos y también



pueden conducir, organizar y resolver los conflictos que aparecen en cualquier interacción humana. Son líderes naturales, son personas que saben expresar los sentimientos colectivos latentes y articularlos para guiar al grupo hacia sus objetivos. Son el tipo de personas con quienes a los demás les gusta estar porque son emocionalmente nutricos, dejan a los demás de buen humor y despiertan el comentario de que “es un placer estar con alguien así”.

Inteligencia intrapersonal Madrigal (2007) señala que esta inteligencia consiste en “la habilidad para entenderse a uno mismo, reconocer con facilidad quiénes son y qué son capaces de lograr en el mundo. No son necesariamente tímidos o introvertidos, pero tienen la necesidad de buscar la soledad para reflexionar”

Así también, Bisquerra (2010) afirma que la inteligencia intrapersonal es la habilidad de trabajar un concepto firme ser uno mismo y de usar este auto concepto apropiadamente para poder llevar relaciones interpersonales asertivas, es decir, la capacidad de ser auténticos y ser conscientes de estas características que te hacen ser tú, el conocimiento de estos aspectos internos, amando lo que uno es y así con seguridad de sí mismo desenvolverse en cada ámbito de su vida.

2.2.1.5. Elementos.

Como primer punto está, conocerse a sí mismo, tener en cuenta que es lo que percibo y siento en el momento de mi trabajo y en la vida diaria, de esta forma tomaré mejores decisiones, esto implica tener confianza en mis capacidades. Como segundo aspecto tenemos, la autorregulación



dentro de ello está la escrupulosidad, de esta manera también disminuimos la tensión en el trabajo. Como tercer punto, se ve la motivación: Utilizar lo que me gusta, mis ideales para impulsarme y avanzar hacia mis metas, en el caso de las organizaciones comprometerme con los objetivos de la empresa, de esta manera tener la iniciativa, ser efectivos y perseverar. En el cuarto elemento tenemos la empatía que implica ponerse en el plan de la otra persona, esto no implica ver solo de la perspectiva de los demás, necesitas más bien entender tu posición primero y luego cultivar la afinidad con los demás. En el quinto punto, habilidades Sociales: Manejar las emociones adecuadamente, interpretar las situaciones e interactuar sin dificultad con los clientes dado soluciones y eliminar las discusiones y enfrentamientos tanto de clientes como de ofertantes (Salovey y Mayer, 2000).

a. Autorregulación

Procesos y habilidades que permiten modular la reactividad. Dominio de las reacciones perjudiciales, ser honesto, se debe tener flexibilidad al cambio y además tener consciencia de que van a venir enfoques novedosos, nueva información y estar dispuesto a entender las cosas nuevas. También la clave está en restablecerse después de los problemas en el trabajo (Gendolla, 2015).

b. Motivación

La motivación está conjugada por un deseo o necesidad humana de querer obtener algo a esto se le debe sumar un fin y sus objetivos, esto impulsa a las personas a que se dirijan tras ello. Es el impulso que tengo



para alcanzar mis ideales y estar comprometido con la organización (Otero, 2017).

c. Habilidades sociales

Tiene que ver con las comunicaciones y como es las interacciones entre personas, el llevarlo de manera efectiva conduce a la satisfacción propia y de los demás. Cuando existe un interés por alguna tarea, no debe ser manipulativo, se debe actuar con sensibilidad y empatía. En las empresas, debe haber consideración igualitaria tanto para superiores como subordinados (Flores, García, Calsina, Yapuchura, 2016).

2.2.2. Variable 2: Calidad de Servicio

2.2.2.1. Definición

Es darle lo mejor al cliente, pero teniendo en cuenta que el cliente no solo quiere un producto deseado, sino también un buen trato cuando se dirige a comprar (Castro y Moros, 2015).

La calidad del servicio es un aspecto clave, pero debemos tener en cuenta lo que el cliente quiere recibir y otra lo que realmente percibe (Gonzáles, 2015).

La calidad de los servicios es más rigurosa medir debido a su intangibilidad y heterogeneidad (Mejías y Godoy, 2019).

Dentro del modelo SERVQUAL está: elementos tangibles, fiabilidad (servicio al cliente), capacidad de respuesta, seguridad y



empatía. En base a estas dimensiones se puede tratar el tema de calidad del servicio (Pansuraman, Zeithaml y Berry, 1988).

Este término está enlazado con brindar confianza, dar solución rápida a los problemas, que la seguridad de los clientes sea un compromiso de la empresa, tener instalaciones limpias y mostrarse amable y escuchar a los clientes, la indiferencia puede ocasionar que ya no regresen (Tschohl, 2011).

Existen cinco grados de compromiso acerca de la calidad del servicio en las organizaciones: No tienen contacto real con sus clientes, a las que la calidad del servicio no les importa, las conformistas que solo se esmeran en dar lo básico, las que buscan convertir su servicio en un arma competitiva y por último las que perciben el servicio como un arte (Albrecht, 2005).

2.2.2.2. Dimensiones de la calidad de servicio

Son factores claves de éxito y están clasificados en: evidencias físicas, confiabilidad, capacidad de respuesta, empatía (Riveros, 2007).

a) Evidencias físicas

Es lo que el cliente percibe como tangibles del servicio, tiene que ver con:

- Instalaciones físicas
- Apariencia del personal que atiende
- Equipos utilizados para prestar el servicio



- Documentos y demás elementos de apoyo al servicio

b) Fiabilidad

Es importante brindar el servicio en forma correcta desde el principio; quiere decir la habilidad de prestar servicio prometido en forma segura, confiable y cuidadosa. Tiene que ver con lo siguiente:

- servicio al cliente. - está enmarcado en atraer, conquistar y mantener la fidelidad de los usuarios, clientes y consumidores (Restrepo et al., 2006)
- Mantener la promesa del servicio
- Hacer las cosas bien desde el principio
- El servicio se presta en el tiempo especificado

c) Capacidad de respuesta

Capacidad de respuesta Se refiere a la disposición de la empresa para dar respuesta ágil y oportuna a los clientes y proporcionar un servicio rápido, que preferiblemente supere sus expectativas.

d) Empatía

Es la disposición de ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada. Se manifiestan en las siguientes características:

- Compromiso con el cliente
- Cortesía
- Trato al cliente con respeto y consideración



- Interés y voluntad para resolver problemas

2.2.3. Programa de inteligencia emocional.

Los colaboradores han asumido varios retos con una inteligencia emocional no adecuadas; a miembros, a socios, etc. de la cooperativa ello ha estado afectando de manera negativa sus desempeño laboral, cumplimiento de metas y su estado de ánimo; sin embargo, el implementar un programa de IE adecuada en su momento hará que los colaboradores manejen mejor sus emociones durante las atenciones a los socios, de esta manera también su desempeño mejoraría con frecuencia y tengan la tendencia de dar buenos indicadores en los cierres del mes del mismo modo mejores logros de objetivos.

Es muy importante fijar la frecuencia del programa, después de ello una evaluación del estado emocional de cada colaborador, el cual nos hará ver la necesidad de recibir capacitaciones, esto a su vez no dejará visualizar el crecimiento de resultados de la cooperativa y cambios emocionales de cada colaborador.(Therapy et al., 2018)



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación describe como es la inteligencia emocional y la calidad de servicio de los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador Limitada Puno 2020, estableciendo una serie de pasos y procedimientos para solucionar un problema. Se detalla toda la metodología empleada en la investigación aplicada a la población y determinando la muestra, a su vez la utilización de instrumentos que nos permitieron el desarrollo del trabajo de investigación.

3.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. Enfoque:

Se tomó en consideración a; Hernández Sampieri et al., (2014) la investigación es de enfoque cuantitativo, debido a que se realizó una recolección de datos que nos permitió probar las hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para estableciendo patrones de comportamiento. La colaboración de los participantes de la cooperativa, fueron los que hicieron posible la aplicación de este enfoque, puesto que nos dieron a conocer cuál es la situación actual en la que se encuentran respecto al manejo de la inteligencia emocional, los datos que proporcionaron nos permitieron analizar e interpretar los resultados.

3.1.2. Diseño de investigación:

Apoyado en lo que indica el autor; Hernández Sampieri (2010) la investigación se desarrolló bajo un estudio *no experimental transeccional o transversal de tipo descriptivo*, debido a que en su desarrollo no se manipularon deliberadamente ninguna de las variables, inteligencia emocional, calidad de



servicio; puesto que estos datos que se obtuvieron en su forma natural. La recolección de la información se realizó gracias al apoyo y el desprendimiento de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito, esta información se recogió en un solo acto, debido a que la encuesta se dio en una sola oportunidad.

3.1.3. Técnicas procedimientos e instrumentos

De recolección de información.

- Técnicas: Encuesta

Se aplicó esta técnica considerando que era la más apropiada para el estudio, de acuerdo a Baptista (2006) define a la encuesta como: aquella técnica basada en interrogantes, sobre un número considerado de individuos, utilizando ciertos cuestionarios, que, mediante preguntas efectuados en forma individual, vía telefónica o correo electrónico, permitieran indagar las características, opiniones, apreciaciones personales, tradiciones, hábitos, satisfacciones, saberes, modos y calidad de vida, situación ocupacional, etc.

- Instrumento: Cuestionario

El cuestionario fue elaborado con preguntas en relación a las variables de estudio, dirigidas a los colaboradores de la cooperativa. Para recoger la información se utilizó la escala de Likert la cual tiene por objetivo un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios para ello fue validado por tres jueces expertos quienes dieron por aplicación el cuestionario con todos los ítems y según el Alfa de Crombach con un nivel 0.625 de confiabilidad, de esa manera se analizó las respuestas de cada uno de los encuestado. Es decir, se presentó cada afirmación, pidiendo que los colaboradores muestren sinceridad con



cada una de las respuestas, ubicando en una de las alternativas que se encuentran en la escala de Likert. Cada enumeración tiene una calificación, de esa manera cada encuestado tiene una ponderación respecto a las preguntas, sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones. (Hernández Sampier, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010)

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,625	5

3.2. PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN.

3.2.1. Tratamiento de datos:

La información que se obtuvo y que fue proporcionada por los colaboradores de la cooperativa fueron ingresados a una base de datos que nos ayudó al análisis, procesamiento e interpretación correcta de la información, apoyados en los programas EXCEL, SPSS y WORD, estos programas facilitan y ayudan a comprender, analizar, interpretar las cantidades exactas, a fin de proceder con el estudio; son presentados a través de tablas, con sus respectivas interpretaciones.

3.2.2. Análisis de las informaciones:

La información se convirtió en una base de datos ayudando a un adecuado análisis que nos permite contrastar las hipótesis y sub hipótesis, permitiendo plantear las conclusiones y recomendaciones que ayuden y brinden soluciones a la problemática que se identificó.



3.3. LUGAR DE ESTUDIO

La investigación se desarrolló en la región Puno, a las ocho agencias de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador Limitada, que se encuentran distribuidas en las distintas ciudades, debido a la demanda de personas que buscan el acceso a un crédito, puesto que es una zona comercial especialmente la ciudad de Juliaca. Involucrando a todo el personal que labora, puesto que su actividad es de suma importancia para el desarrollo de la cooperativa.

3.4. POBLACIÓN Y TAMAÑO DE MUESTRA

3.4.1. Población.

Por su parte Baptista (2006) Define que una población viene a ser un conjunto de todos los casos que tienen relación con una serie de descripciones, para esta investigación se consideró como población a todo el personal que labora en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador Limitada, con sus sedes en las ciudades: (Lima, Puno, Juliaca, Ayapata, Macusani, Ollachea, Coasa y Jose Domingo Choquehuanca). Personales responsables directos del buen funcionamiento de la cooperativa, a continuación, la distribución jerárquica:

Cargos	N° colaboradores
Gerencia general	1
Asistente de gerencia	1
Contadora general	1
Asistente de contabilidad	1
Jefe de operaciones	1
Jefe de crédito	2
Jefe de riesgos	1
Jefe de cobranza	1
Analistas de crédito	18
Gestor de cobranza	4



Promotores de crédito	9
Asesor legal (abogados)	2
Jefe de recursos humanos	1
Cajeros	8
Total	51

3.4.2. Muestra.

El estudio adopto el tipo de muestra censal, debido a que según Hayes (1999) el 100% de la población es la muestra y se puede acceder fácilmente a los datos, pero es un poco costoso. a su vez también existe accesibilidad y proximidad de los colaboradores con el investigador, entre los participantes de la cooperativa que mostraron disponibilidad de tiempo, dominio del internet y dispuestos a colaborar con el estudio de la investigación, (Damian E. Cabezas Mejia, 2018), la muestra estuvo compuesta por 51 colaboradores, obteniendo datos relevantes que ayudaron al estudio.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Los resultados que fueron opinadas por los colaboradores de la cooperativa son analizados minuciosamente, estos son presentados en tablas con sus respectivos análisis e interpretación, esto nos permite tener un conocimiento más amplio del manejo de la inteligencia emocional que presentan los colaboradores de la cooperativa y que estos muestren una buena calidad de servicio que ofrecen hacia los socios.

4.1.1. Objetivo específico 1: Conocer como es la inteligencia emocional de los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador Limitada, Puno 2020.

En esta primera parte se presenta los resultados del objetivo específico uno, donde se muestra los resultados de las dimensiones: auto regulación (nivel de auto control, adaptabilidad), motivación (nivel de compromiso, iniciativa) e inteligencia interpersonal (habilidad social, nivel de comunicación y cooperación).

Tabla 1

Desacuerdos entre los trabajadores de la cooperativa

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	2	4%
Casi Nunca	10	20%
A Veces	21	41%
Casi Siempre	15	29%
Siempre	3	6%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Del 100% de encuestados indican que a veces se presentan desacuerdos con 41%, seguido de un 29% con la alternativa casi siempre, en tercer lugar, se presenta la alternativa casi nunca con 20%, un 6% menciona que siempre y por último se presenta la alternativa nunca con un 4%, Estos datos muestran que si hay en su minoría diversos desacuerdos por diferentes motivos y circunstancias en distintas áreas; entre áreas (área negocios con área de operaciones), jefe a trabajador (analistas con los jefes de crédito y gerencia con los administradores de las agencias, entre compañeros de la oficina y/o agencia (analistas, con administradores, analista con los cajeros, gestor de cobranza con los analistas de crédito). Estos resultados también muestran que, a pesar de que haya desacuerdos, existe el manejo de las emociones por parte de los colaboradores debido a que podrían mostrarse soluciones sin discusiones extremas.

Tabla 2

Errores que comete en el trabajo

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	7	14%
Casi Nunca	19	37%
A Veces	10	20%
Casi Siempre	11	22%
Siempre	4	8%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Frente a la interrogante esquematizada nominal de aceptar sus errores que cometen en el trabajo un 37% menciona que casi nunca, un 22% menciona que casi siempre, solo a veces con un 20, un 14% indica que nunca acepta sus errores, y por último un 8% indica que siempre. según la tabla 2, hay colaboradores que no tienen la capacidad de reconocer sus errores los cuales desequilibran sus emociones y no tienen la tendencia de aprendizaje y mejoramiento. estos datos también nos permiten deducir que una buena cantidad de los colaboradores si están en la capacidad de reconocer sus errores lo cual es muy bueno y aceptable estos colaboradores tienen toda la tendencia de mejorar por sí mismo, además son piezas potenciales de la cooperativa que con solo mantenerlas ahí trabajando conllevaría a un mejor logro de objetivos a la entidad como tal.

Tabla 3

Emociones en situaciones donde se presentan discusiones

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	6	12%
A Veces	9	18%
Casi Siempre	15	29%
Siempre	21	41%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Análisis: el 41% de encuestados indica que siempre maneja adecuadamente sus emociones cuando se presenta alguna discusión, en segundo lugar, se ubica la alternativa casi siempre con un 29 %, en tercer lugar, se ubica la opción a veces con un 18%, seguidamente con un 12% de encuestados menciona que casi nunca controla sus emociones frente a las discusiones. Estos datos hacen ver también que, los colaboradores si mantienen calma y tienen la capacidad de resolver diversos problemas con propuestas positivas o soluciones con el fin de tan solo lograr objetivos de la entidad, no a costa de todo, más bien con buen manejo de sus emociones. En este punto también es bueno concordar y decir que es positivo los resultados de Binó (2016) en su tesis titulado inteligencia emocional y atención al cliente, que fue aplicado a los 185 clientes del restaurante Albamar Tobogan de la zona 3 de Quetzaltenago – Guatemala, donde llegaron a la conclusión que los trabajadores de dicho restaurante tienen un buen manejo de emociones que son capaces de resolver problemas sin ningún inconveniente

Tabla 4

Socios indecisos en la elección de un crédito, usted mantiene el control

Alternativas	Nº de personas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	3	6%
A Veces	8	16%
Casi Siempre	11	22%
Siempre	29	57%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Los resultados muestran que los clientes al momento de la elección de un crédito siempre están indecisos y un 57% de colaboradores mantienen control, un 22% menciona casi siempre, un 16% indica que solo a veces se muestran indecisos y un 6% que nunca se presenta una indecisión en la elección de un crédito. En la tabla 4 también se puede apreciar que en la cooperativa la mayoría de los colaboradores se adaptan las políticas de la entidad, reglamentos del crédito y a las necesidades de los socios manteniendo calma con varias alternativas u ofertas de tipos de créditos que brinda la entidad, para no generar: mucho tiempo, discusiones, insatisfacción, pérdida de una venta, consecuencias negativas y finalmente cerrar una venta de crédito con un retorno seguro del capital, interés y aportes, a su vez es un puerto de captar más socios y fidelización de los mismos.

Tabla 5

Buen ánimo cuando le cambian las actividades

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	13	25%
A Veces	12	24%
Casi Siempre	18	35%
Siempre	8	16%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Un 35% de los encuestados indica que casi siempre recibe con buenos ánimos si sus jefes inmediatos los cambian de sus actividades cotidianas, por otro lado, un 25 respalda a la alternativa casi nunca, un 24% muestra que solo a veces muestran un buen ánimo y por último un 16% presenta la alternativa siempre. La tabla 5 nos muestra que los colaboradores están dispuestos a recibir tareas distintas a lo cotidiano, que significa también que tiene la capacidad de adaptabilidad a diversas tareas. A la entidad conviene contar con ese tipo de personal, debido a que si algún trabajador renuncia entonces hay alguien que pueda suplir de inmediato sin ningún inconveniente y no solo ello también se obtienen mayor animo cuando logran un ascenso; pero aún hay personales que casi nunca están con ánimo de desempeñar otras actividades fuera de sus funciones o lo cotidiano, debido a que la actividad de cambio seria de un puesto inferior a la que estaría acostumbrado realizar o adicionar más actividades de lo establecido.

Tabla 6

Aumento de dificultad en el trabajo, pretextos

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	9	18%
Casi Nunca	22	43%
A Veces	15	29%
Casi Siempre	5	10%
Siempre	0	0%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

los colaboradores de la cooperativa mencionan que casi nunca con un 43% ponen excusas cuando se incrementa la dificultad en sus tareas, seguido de 29% que menciona a veces, en tercer lugar, un 18% indica que nunca y por último un 10% resalta que casi siempre pone excusas; esto nos permite conocer que la mayoría de los colaboradores tienen la camiseta bien puesta, son arriesgados, decididos y capaces de lograr mayores objetivos que no muestran pretextos para desenvolverse sin ningún inconveniente cualquier trabajo encomendado ya sea incremento de funciones, asignación de cartera en perdida o asignación de metas con más indicadores, y frente a la dificultad que se pueda presentar en su centro laboral; pero aún hay personales que si presentan excusas quienes podrían ser personales nuevos, con poca experiencia que no manejan adecuadamente las estrategias y tácticas con respecto a un negocio de financiero o simplemente personales que no les gusta trabajar y menos tienen la camiseta puesta.

Tabla 7

La cooperativa propicia el bienestar laboral entre los colaboradores

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	3	6%
Casi Nunca	9	18%
A Veces	22	43%
Casi Siempre	13	25%
Siempre	4	8%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Frente a la interrogante un 43% menciona que solo a veces propician el bienestar entre los trabajadores de la cooperativa, un 25% indica que casi siempre, un 18% indica que casi nunca, en la última ubicación un 6% indica que nunca se vela por el bienestar laboral. según la tabla 7, los colaboradores están más por compromiso a pesar de que la cooperativa propicia un bienestar laboral adecuada, pero no lo desarrolla de acuerdo a las zonas (los uniformes, el ambiente físico laboral no está de acuerdo a las exigencias de SUNAFIL) y de acuerdo al personal inestable (para la entidad es preferible evitar organizar algunas capacitaciones, cursos y charlas), ya que algunos de los colaboradores solo buscan lugar adecuado para superación personal o profesional y de pronto abandonan la entidad para ir a otras entidades y mostrar lo aprendido, pero hay personales que permanecen en la entidad quienes incluso no gozaron de dichos beneficios.

Tabla 8

La cooperativa les brinda incentivos a los colaboradores por su desempeño

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	8	16%
A Veces	14	27%
Casi Siempre	29	57%
Siempre	0	0%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Los colaboradores que fueron parte del estudio muestran con un 57% que casi siempre reciben incentivos por su desempeño, seguido de un 27% que indica a veces y por último un 16% opta la alternativa casi nunca. Según la tabla 8, los resultados de las opiniones de los colaboradores (sean antiguos o nuevos), la cooperativa si practica el incentivo al trabajador de las áreas de negocios y operaciones con comisiones por alcanzar sus metas mensuales y eventos sociales frecuentes, sin duda son indicadores muy importantes para mejorar sus desempeños, de tal modo la entidad pretende estabilizar al colaborador para no generar mayores costos en las rotaciones y mantiene más comprometido al colaborador.

Tabla 9

Incidente en la venta de un crédito, iniciativa para dar solución

Alternativas	Nº de personas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A Veces	4	8%
Casi Siempre	16	31%
Siempre	31	61%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

del 100% de encuestados un 61% menciona que siempre dan solución a un incidente en la venta de un crédito, un 31% menciona que casi siempre y por último un 8% indica que a veces brindan solución. Según este resultado los colaboradores van manejando mejor sus emociones, aparte de ello muestran la capacidad de tomar iniciativa para dar cualquier tipo de solución a los socios, con el fin de mantener al socio sin inquietudes, ni quejas negativas del servicio que brinda la entidad y más aún evitar que el socio tenga el poder de compra o estar descontento con los incidentes y hacer que disminuyan los socios.

Tabla 10

Sugerencias a los superiores para mejoras en el trabajo

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	5	10%
A Veces	27	53%
Casi Siempre	12	24%
Siempre	7	14%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

los participantes del estudio manifiestan con un 53% que solo a veces presentan sugerencias a los superiores con fines de mejora en el trabajo, un 24% casi siempre, seguido de siempre con un 14%, en la última ubicación se presenta un 10% con la alternativa casi nunca. Las sugerencias de a veces es adecuado por que surge solo en momentos oportunos, cuando hay algunos cambios, novedades y rotación de personales; sin embargo, también hay colaboradores en su minoría que trabajan solo de acuerdo a sus funciones que todo lo dejan a los superiores, no les interesa dar más un plus, y menos el crecimiento de la cooperativa. Otro tipo de colaborador que se ve en el cuadro es que son ambiciosos tanto para ellos como para la entidad, buscan mejora continua, donde normalmente ven algún cambio físico de la entidad o en los productos mismos con el fin de dar más de lo que se da usualmente.

Tabla 11

La comunicación es fundamental en tu puesto de trabajo

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A Veces	7	14%
Casi Siempre	13	25%
Siempre	31	61%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

De los encuestados un numero mayoritario revelan con un 61% que siempre es fundamental la comunicación, un 25% casi siempre y como última alternativa seleccionada un 14% considera que solo a veces es importante la comunicación en su trabajo, Para ello tienen que ver de lado positivo la importancia y lo necesario que es la comunicación en la cooperativa, de tal manera su desempeño sería positivo, aunque es la minoría, lo importante es; que muestra que si hay habilidad social (comunicación con los jefes sobre los logros, de manera descendente de algunos cambios y con los socios de dar una información veraz adecuadamente sobre el producto a diferencia del caso de Davila y Mejia (2017) en su tesis : inteligencia emocional como estrategia para mejorar la calidad de servicio del personal de la empresa de transportes CIVA en Chiclayo, 2016, los trabajadores no tiene suficiente habilidad social como para mantener la satisfacción del cliente por ello los clientes de esta empresa se van contentos por los servicios prestados.

Tabla 12

Los reclamos son vistos como una fuente por mejorar en el servicio que ofrece

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	1	2%
Casi Nunca	9	18%
A Veces	24	47%
Casi Siempre	7	14%
Siempre	10	20%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Referente a la interrogante los participantes expresan con un 47% que solo a veces los reclamos son recibidos como información que permita la mejora del servicio, en segundo lugar, con un 20% expresan siempre, en la tercera ubicación un 18% expresa casi nunca, una cuarta ubicación 14% casi siempre y por ultimo un reducido 2% con la alternativa nunca. En la tabla 12, también se puede observar que la mayoría de los colaboradores que han optado por a veces es debido a que no todos los reclamos son por mal servicio o por mala comportamiento del colaborador, en ocasiones podría ver que el socio se invente algo con tal de no seguir en la cooperativa, por la influencia de los colaboradores de la competencia o por que se le olvido la información prestada; sin embargo sí debería ser visto como fuente de mejora los reclamos justos de cada socio, ya sea por mala información o por mal trato.

Tabla 13

Frente a una situación problemática, se apoyan entre los trabajadores de la cooperativa

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	6	12%
A Veces	17	33%
Casi Siempre	19	37%
Siempre	9	18%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Los colaboradores del estudio comunican que un 37% casi siempre se apoyan entre si frente a una situación problemática que se presente en la cooperativa, un 33% indica a veces, el 18% siempre y en la última casilla un 12% con la alternativa casi nunca. Frente a esta tabla 13, se podría deducir que el 23% casi la mitad de los colaboradores estarían trabajando de manera, podría ser por distintas razones, y la mayoría es que si están practicando el principio más relevante de la cooperativa, aparte de que fuera uno de los temas importantes de la inteligencia emocional, este segundo punto es muy importante para el colaborador (conlleva a una mejora continua) así también para la entidad (el principio es practicado por los colaboradores al menos en ese aspecto)

Tabla 14

La participación constante mejora el trabajo en equipo

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A Veces	9	18%
Casi Siempre	17	33%
Siempre	25	49%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Un 49% sugiere que una participación constante mejora el trabajo en equipo, un 33% está de acuerdo con la alternativa casi siempre y por último un 18% sugiere que a veces es importante la participación de los colaboradores. Observado mejor estos resultados la cooperativa si cuenta con trabajo en equipo (el analista aprende del cajero o lo contrario, los administradores aprenden estrategias de otras agencias, los jefes aprenden de los administradores, de analistas de créditos y de operaciones; y el gerente aprende de los demás áreas los cuales si deben estar obteniendo buenos resultados debido a los buenos aportes de cada trabajador, cada opinión e idea es consolidada en equipo para llegar a un buen logro de los objetivos, aun así sigue habiendo personales que solo a veces participan, los cuales si necesitan adecuarse al ritmo de trabajo en equipo.

4.2. OBJETIVO ESPECÍFICO 2: CONOCER COMO ES LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS COLABORADORES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN SALVADOR LIMITADA, PUNO 2020.

En esta primera parte se presenta los resultados del objetivo específico dos, donde se muestra los resultados de las dimensiones nivel de: Confiabilidad (servicio al cliente), capacidad de respuesta (servicio rápido), seguridad (credibilidad y confianza), elementos tangibles (presentación del personal) y empatía (atención al cliente)

Tabla 15

Dudas, inquietudes a las personas que por primera vez ingresan a la cooperativa

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A Veces	14	27%
Casi Siempre	28	55%
Siempre	9	18%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Un 55% de colaboradores demuestra que casi siempre absuelve las dudas e inquietudes que presenten los miembros de la cooperativa por lo que es importante y necesario, un 27% indica a veces y en la última ubicación un 18% optaron por la alternativa siempre. estas estadísticas también nos muestran que los colaboradores están acertando la importancia de dar buen servicio debido a que cuando un nuevo socio se acerca a solicitar un crédito significa que no está bien informado sobre el producto que ofrece la entidad y es normal que tenga muchas preguntas, para ello el colaborador competente debe estar muy preparado para cerrar la venta o caso contrario dejar escapar

un socio más. El 27% que indica el contrario que solo a veces deben tener sus propias razones como: a gente nueva de la competencia que viene solo averiguar las tasas o los productos no le atiende adecuadamente y solo a los socios realmente interesados en un crédito o solo con historial de crédito positivo; este asunto similar también fue visto en los trabajadores de la cooperativa Salcaja R.L. muestra de estudio por; Hernández (2014) en su tesis; inteligencia emocional y servicio al cliente, donde estos trabajadores si tiene alto nivel de inteligencia emocional y se esmeran en dar un buen servicio al cliente de calidad.

Tabla 16

Los clientes muestran muchas preguntas, reclamos y hablan más de una persona usted mantiene la calma

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	3	6%
A Veces	11	22%
Casi Siempre	30	59%
Siempre	7	14%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Una mayoría de colaboradores expresan que casi siempre con un 59% mantienen la calma frente a las preguntas y reclamos que puedan tener más de una persona a la vez, un 22% expresa a veces, en tercer lugar, un 14% siempre, y en cuarto lugar la alternativa casi nunca con un 6%, en la tabla 16 también podemos apreciar que; está claro que la mayoría de los colaboradores no se alteran fácilmente y mantienen la calma, a pesar de que es incómodo y fastidioso que un socio presente muchas preguntas, reclamos y que

hablen de otras personas; sin embargo la calma hace que las soluciones sean adecuadamente y capaz de convertir al socio inquieto y chismoso se convierta un socio fiel y pasmado. La otra parte de los colaboradores que solo a veces o casi nunca mantienen la calma puede que sean nuevos o con un carácter impulsivo.

Tabla 17

Cuando una persona muestra interés en un crédito, malestar o reclamo usted lo atiende de forma efectiva

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	4	8%
Casi Nunca	12	24%
A Veces	23	45%
Casi Siempre	7	14%
Siempre	5	10%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Un 45% de los encuestados indica que solo a veces atienden de forma efectiva, seguido con un 24% menciona que casi nunca, en la tercera ubicación un 14% menciona casi siempre, en penúltimo lugar un 10% menciona que siempre y por último un 8% indica que nunca atienden de forma efectiva los reclamos, malestar que se puedan presentar. Mediante esta tabla 17 se puede deducir que los colaboradores de la cooperativa no están siendo eficiente en el servicio, debido a que el interés y la actitud del socio son dos componentes fuertes que requiere de tiempo para resolverlas, es por ello la mayoría no logra prestar servicio rápido; sin embargo la minoría que logra atender rápidamente el servicio, son los colaboradores con experiencia y su atención es de calidad, por el mismo hecho de que ya conoce al socio y sabe de qué manera apaciguar y atender su necesidad.

Tabla 18*Incidentes que se presentan son resueltos a la brevedad*

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	4	8%
Casi Nunca	12	24%
A Veces	23	45%
Casi Siempre	7	14%
Siempre	5	10%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa**INTERPRETACIÓN:**

Los participantes de la muestra tienen opiniones distintas frente a esta interrogante un 45% denota que solo a veces los incidentes son resueltos de manera inmediata, un 24% casi nunca, 14% casi siempre, con el 10% se presenta la alternativa siempre y un 8% considera que nunca son resueltos los incidentes que se presentan. De acuerdo a la tabla 18, en su mayoría de los colaboradores no logran resolver a la brevedad los incidentes, debido a que es netamente administrativo, como son: actualización del sistema con la que trabaja la cooperativa, corte de circuito electrónico y entre otros como erros de sistema al registrar una operación o falta de efectivo para desembolso, por otro lado si hay colaboradores que resuelven tan pronto las incidencias, comunicándose directamente con el área de sistemas, comunicándose con las personas competentes ala energía eléctrica, brindando Boucher manual al socio en caso de pagos de cuotas, en este segundo punto se ve el plus por parte del colaborador.

Tabla 19

Existe intercambio de información entre los socios de la cooperativa

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	26	51%
A Veces	6	12%
Casi Siempre	8	16%
Siempre	11	22%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Los resultados obtenidos muestran que los colaboradores de la cooperativa con un 51% casi nunca intercambian información entre los socios de la cooperativa, un 22% menciona que siempre, el 16% casi siempre y en la última ubicación con un 12% se encuentra la alternativa a veces, la tabla 19, nos indica que; los socios en su mayoría recibieron del colaborador buena información y buena atención, por ello no hay mucho intercambio de informaciones entre socios, y también refleja el cuadro que los colaboradores con respuestas de siempre y casi siempre hay intercambio de información entre los socios; son los que perciben los resultados de multiplicar socios, o en sus ascensos por recomendación del socio, esto es netamente de manera positiva, mas no por lado negativo.

Tabla 20

Considera que es necesario brindar información adecuada a los socios de la cooperativa

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A Veces	6	12%
Casi Siempre	18	35%
Siempre	27	53%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Los colaboradores del estudio consideran de vital importancia brindar información a los miembros de la cooperativa con un elevado 53% que mencionan siempre, seguido de un 35% que mencionan casi siempre y en la tercera posición un reducido 12% opta por la alternativa a veces, de acuerdo a los resultados la mayoría de los colaboradores están en lo cierto, porque es muy necesario dar una información adecuada a los socios para: ver su satisfacción, evitar más inquietudes, evitar molestias, estar seguros del servicio brindado, traiga más socios, apoye en el crecimiento de la cooperativa y finalmente fidelizar. Ellos no piden mayor información de lo adecuado; aunque existe algunos socios muy reservados que necesitan una información básica y no permiten mayor información para que luego siga visitando a la oficina con distintas inquietudes.

Tabla 21

Conducta accesible ante algunas preguntas de los socios de la cooperativa

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A Veces	9	18%
Casi Siempre	13	25%
Siempre	29	57%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Los resultados obtenidos de las respuestas proporcionadas por parte de los colaboradores un porcentaje mayoritario del 57% demuestra siempre una conducta tratable referente a las preguntas que formulan los miembros de la cooperativa, en la segunda ubicación con un 25% muestra casi siempre, y a veces con un 18% se encuentra en la última alternativa considerando que muestran una conducta inapropiada. también se aprecia en este resultado que los colaboradores tienen conducta accesible debido a que están preparados y actúan de acuerdo a las políticas, reglamentos, directrices de la cooperativa y no están acostumbrados a dar informaciones falsas, lo cual significa que hay confianza para poder atender algunas preguntas sin inconveniente, es decir genera confianza al socio.

Tabla 22

Uso adecuado del uniforme ayuda en la imagen de la cooperativa

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	7	14%
Casi Nunca	4	8%
A Veces	19	37%
Casi Siempre	12	24%
Siempre	9	18%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

El gráfico muestra que a veces con un 37% de encuestados considera que el uso del uniforme de la cooperativa ayuda en la imagen de la financiera, seguido de 24% casi siempre, en tercera opción el 18% menciona que siempre, el 8% muestra que casi nunca ayuda el uniforme en la imagen y 14% considera que el uniforme nunca ayuda a la imagen de la cooperativa. La opinión de los colaboradores no me es muy buena. Debido a que el uniforme es importante en una cooperativa o cualquier otra institución sea pública o privada por más que tengan habilidades en atención al socio, de este modo hay diferenciación, imagen y presentación personal que genera una percepción instantánea adecuada en los socios, se podría decir también que es una forma de respeto a la formalidad de la entidad, por ello es un poco preocupante que los colaboradores lo vean de distinta manera o no tomen como importancia el uniforme.

Tabla 23

Es importante que las herramientas y equipos se encuentren en buen estado

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A Veces	3	6%
Casi Siempre	16	31%
Siempre	32	63%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

La información proporcionada por los colaboradores revela con un elevado 63% que siempre es importante que los equipos que tienen para desarrollar su labor se encuentren en buen estado, seguido con un 31% la alternativa casi siempre y un reducido porcentaje del 6% revela que casi nunca es importante que los equipos estén en óptimas condiciones es interesante que la mayoría de colaboradores vean la importancia de mantener y contar con equipos y herramientas en buenas condiciones, ya que ello permitirá al colaborador trabajar sin ningún inconveniente y evitar incidentes, su vez ayudara a llegar a su meta con más facilidad; es necesario que los colaboradores que opinaron “a veces” puedan tener las mismas percepciones que los demás que opinaron de manera positiva.

Tabla 24

Se torna complicado llegar a un acuerdo con respecto a la venta de un crédito

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	5	10%
A Veces	29	57%
Casi Siempre	9	18%
Siempre	8	16%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Frente a la interrogante los encuestados responden con un 57% que a veces se les hace complicado el cierre de venta de un crédito, un 18% casi siempre, un 16% menciona que siempre y un 10% indica que casi nunca tiene complicaciones, estos resultados muestran que no siempre hay complicaciones, en la tabla 24 muestra claramente que solo a veces es complicado llegar a un acuerdo con respecto a la venta del crédito, porque los colaboradores actúan de acuerdo a l reglamento de crédito y no hay más exigencia al socio, a veces hay socios sin historial de crédito y solicitan un crédito porque de veras lo necesitan y se comprometen en pagar las cuotas, entonces se cierra la venta del crédito sin complicaciones, más aun cuando el colaborador conoce bien al socio, sus antecedentes, sus relaciones sociales en la comunidad, entre otros. Se torna complicado cuando un socio con historial crediticia negativa viene a solicitar un crédito, en mayoría de las veces no lo atienden por sus antecedentes crediticios, pero es necesario fijarse en el cambio de personas para cerrar una venta de créditos.

Tabla 25

Comprender lo que buscan los miembros de la cooperativa es necesario para un buen servicio

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi Nunca	0	0%
A Veces	0	0%
Casi Siempre	18	35%
Siempre	33	65%
TOTAL	51	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa

INTERPRETACIÓN:

Los resultados nos permiten apreciar la importancia de comprender que buscan los miembros de la cooperativa, un elevado 65% demuestra que siempre buscan ello, un 35% casi siempre esto nos permite deducir que la financiera busca ofrecer un buen servicio a los miembros de tal modo reflejara la eficiencia y la eficacia en cada colaborador, porque normalmente se tiene que saber escuchar y comprender lo que los socios desean o necesitan de la cooperativa, ellos no solicitan fuera de lo establecido en los reglamentos, buena atención, una sonrisa, por ello es bueno dar el mejor servicio posible para adquirir para fidelizar y brindar mayor confianza en los productos de la cooperativa.

4.3. OBJETIVO ESPECÍFICO 3: ELABORAR UN PROGRAMA QUE AYUDE A MEJORAR EL MANEJO DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL (Anexo 3)

La situación actual de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador limitada, está muy crítico con dificultades en atender diversas dudas de los



socios, a pesar de ello los colaboradores que aún permanecen están enfrentando de manera inteligente emocionalmente a diario las dudas inmensas de los socios, debido a que la entidad atravesó situaciones por las observaciones de la SBS en los meses anteriores del presente año; sin embargo en agencias que tenían fortaleza a socios comprometidos, se está logrando la recuperación con efectividad aun que paulatinamente, a diferencia de los años 2022 y el tercer trimestre del 2021 donde se implementó el programa, los resultados del logro de objetivos eran más óptimos a pesar de las competencias fuertes en las distintas sedes y/o agencias, el cual indica que el programa de inteligencia emocional está ayudando en dar calidad de servicio.

4.4. CONTRATACIÓN DE HIPÓTESIS

HIPÓTESIS ESPECIFICA 1: La inteligencia interpersonal y la autorregulación son elementos relevantes de la inteligencia emocional que más resaltan en los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador limitada.

Se conoció el objetivo específico como se muestran en los resultados obtenidos en la Tabla 11 con un 61% revela que siempre es fundamental la comunicación, la tabla 13 con un 37% menciona que casi siempre se apoyan entre los trabajadores, la tabla 14 muestra que un 49% menciona que una participación constante mejora el trabajo en equipo; estos resultados son favorables en la dimensión de inteligencia interpersonal y revelados en la tabla 3 que un elevado 41% indica que maneja adecuadamente sus emociones cuando se presenta alguna complicación, en la tabla 4 con 57% muestran control cuando los socios se muestran indecisos en la elección de crédito, en la tabla 5 con 35% los encuestados indican que casi siempre reciben con buenos ánimos si sus jefes inmediatos los cambian de sus actividades cotidianas estos resultados son favorables a la



dimensión auto regulación, estos resultados muestran como la inteligencia interpersonal y la autorregulación son elementos relevantes de la inteligencia emocional por la tanto se acepta y valida la hipótesis planteada:

inteligencia interpersonal y la autorregulación son competencias de la inteligencia emocional que más resaltan en los colaboradores de la cooperativa.

HIPÓTESIS ESPECIFICA 2: la empatía y el servicio al cliente son elementos relevantes de la calidad de servicio y que más resaltan en los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito San salvador limitada.

Los resultados obtenidos en la investigación planteados en el objetivo específico 2, Para el tema de servicio al cliente se tuvo resultados favorables como se muestra en la tabla 15 con un 55% que menciona que casi siempre absuelve las dudas e inquietudes que presenten los miembros de la cooperativa, la tabla 16 muestra con un 59% mantienen la calma frente a las preguntas y reclamos que se presentan; Concerniente a la empatía la tabla 24 con un 57% presenta que a veces se les hace complicado el cierre de venta de un crédito, la tabla 25 presenta la importancia de siempre comprender que buscan los socios de la cooperativa con un 65%; estos resultados demuestran que el servicio al cliente y la empatía son elementos relevantes de la calidad de servicio por lo que se acepta y valida la hipótesis planteada:

el servicio al cliente y la empatía son elementos relevantes de la calidad de servicio que más resaltan en los colaboradores de la cooperativa.

HIPÓTESIS GENERAL: La inteligencia emocional y la calidad de servicio es buena en los personales de la cooperativa de ahorro y crédito san salvador Ltda. puno 2020.



La aceptación de las hipótesis específica uno y dos nos permitieron describir los elementos esenciales de la inteligencia emocional y la calidad de servicio; con estos resultados se acepta y valida la hipótesis planteada:

La inteligencia emocional y la calidad de servicio es buena en los personales de la cooperativa de ahorro y crédito san salvador Ltda. Puno 2020.

DISCUSIÓN.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se acepta la hipótesis general; La inteligencia emocional y la calidad de servicio es buena en los personales de la cooperativa de ahorro y crédito san salvador Ltda. puno 2020. Mediante las hipótesis uno y dos cuando se llega a la descripción de los elementos esenciales de la inteligencia emocional y la calidad de servicio, en base a los resultados de las tablas 11, 13, 14, 3, 4 y 5 de los elementos esenciales; inteligencia interpersonal y la autorregulación, se conoce que existe una buena comunicación, existe apoyo entre los trabajadores, existe trabajo en equipo, están aptos para recibir otras actividades fuera de sus funciones y tienen buen manejo de sus emociones los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador limitada, así como indica también Binó (2016) quien llego a la conclusión que, los trabajadores del restaurante estudiado tienen un buen manejo de emociones que son capaces de resolver problemas sin ningún inconveniente; en base a los resultados de las tablas 15, 16, 24 y 25 de los elementos relevantes: servicio al cliente y empatía, se conoce que existe calma en resolver problemas, siempre lo absuelven diferentes preguntas por parte de los socios porque también conocen lo que quieren y lo que buscan los socios de la cooperativa, como nos indica Hernández (2014) llega a la conclusión de los estos trabajadores de la entidad aplicada se esmeran en dar un buen servicio al cliente de calidad. Viendo como muestran los antecedentes de esta investigación, si concuerda.



V. CONCLUSIONES

PRIMERA: Se logró describir la inteligencia emocional y la calidad de servicio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador Limitada, los resultados permiten conocer que los colaboradores de la cooperativa tienen un manejo adecuado de sus emociones, sin embargo, a veces se presentan desacuerdos entre los trabajadores, esto dificulta resolver a la brevedad los incidentes que se presenten, a su vez la importancia de contar con equipos y herramientas en buen estado que ayude a dar mejor calidad de servicio consecuentemente atrae más socios.

SEGUNDA: Se logró conocer como es la inteligencia emocional de los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador Limitada, considerando importantes aspectos como: la buena comunicación en el trabajo, el apoyo entre trabajadores, la participación constante entre sí, los colaboradores manejan adecuadamente sus emociones en situaciones complicadas

TERCERA: Se conoció como es la calidad de servicio de los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador Limitada, considerando los resultados más importantes que nos permiten concluir que; los colaboradores tienen la capacidad de resolver diversas dudas que presentan los socios de la cooperativa. los colaboradores muestran buena actitud cuando se les cambian de actividades y la importancia de comprender las necesidades de los socios de la cooperativa.

CUARTA: Se elaboró un programa que ayude a mejorar el manejo de la inteligencia emocional como alternativa para mejorar la calidad servicio de los



colaboradores en la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador hacia sus socios, con el fin de lograr la eficiencia en el logro de los objetivos establecidos, tanto laboral, como interpersonal e intrapersonal; el programa no es de alto costo, más bien es adecuado con el tiempo y muy beneficioso para cada colaborador



VI. RECOMENDACIONES

- PRIMERA:** Se recomienda a la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador limitada, no descuidar la inteligencia emocional de los trabajadores de la cooperativa, puesto que un adecuado control de las emociones permite una adecuada calidad de servicio, la cooperativa debe propiciar el bienestar de los colaboradores y brindar incentivos por su buen desempeño.
- SEGUNDA:** Se recomienda a la cooperativa estudiada como población, considerar importante los reclamos que se presenten, debido a que esta información permitirá mejorar la calidad de servicio que ofrece la cooperativa. Con superación personal de los socios, colaborador y apostando un crecimiento paulatino de cartera crediticia y cartera de ahorros.
- TERCERA:** Se recomienda a área de recursos humanos y a gerencia general de la cooperativa de ahorro y crédito San salvador limitada, que debe poner atención a la situación, cuando los trabajadores de la cooperativa presenten desacuerdos entre sí, a su vez tener cuidado cuando se cometa errores debido a que los colaboradores no aceptan estos; esto podría dificultar la atención adecuada que se brinda y crear un clima inadecuado en la cooperativa.
- CUARTA:** Se recomienda al comité de educación y área de RRHH de la cooperativa; aplicar el programa que ayude a mejorar el manejo adecuado de la inteligencia emocional como alternativa para mejorar la calidad de servicio que ofrece la cooperativa. El programa debe ser adecuado a los horarios de trabajo y sin generar mayores costos, ya que con ello estaría logrando un staff de trabajadores competitivos.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albrecht, K. (2005). *La Inteligencia Social*. Mensaje de un blog. Recuperado el 04 abril del 2009 de <https://www.resumido.com/es/libro.php/243>
- Bino, R. (2016). *Inteligencia emocional y atención al cliente. Estudio realizado con colaboradores del restaurante Albamar Tobogán de la zona 3 de Quetzaltenango*. (Tesis de grado).
- Bisquerra, R. (2003). *Educación emocional y competencias básicas para la vida*. Revista de Investigación Educativa, 7-43
- Carmona-Fuentes, P. y Rosas-Reyes, R. (2017). *Influencia de la Inteligencia Emocional en el desempeño laboral*. Revista Líder, (31), 107–118.
- Castro, G. y Moros, M. (2015). *Las tic en la calidad de servicio ofrecida por los profesores para el desarrollo de competencias de los alumnos universitarios*. Compendium, 18(35), 41–56.
- Damian E. Cabezas Mejia, Andrade Naranjo D. y Torres santamaria J. (2018). *introduccion a la metodologia de investigacion cientifica*. <http://www.repositorio.espe.edu.ec>
- Danvilla, I. y Sastre, M. (2010). *Inteligencia Emocional: una revisión del concepto y líneas de investigación*. España.
- Dávila, D. y Mejía, L. (2017). *La inteligencia emocional como estrategia para mejorar la calidad de servicio del personal de la “empresa de transportes CIVA” - Chiclayo 2016* (Tesis de Licenciatura).
- Elorza, I. y Suárez, J. (2010). *Inteligencia emocional: una eficaz herramienta para la prevención de riesgos laborales*. Gestión Práctica de Riesgos Laborales, (73), 12–15.
- Flores, E., García, M., Calsina, W. y Yapuchura, A. (2016). *Las habilidades sociales y la comunicación interpersonal de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno*. Comuni@cción. 7 (2), 05-14.
- Gendolla, G. (2015). *Handbook of Biobehavioral Approaches to Self-Regulation*. New York: Springer. Recuperado el 16 de marzo de 2019
- Goleman, D. (2016). *La inteligencia emocional en la empresa*. Buenos Aires: Vergara



- González, T. (2009) *Dificultades en la certificación de calidad normas ISO*. Buenos Aires: El Cid Editor
- González, R. (2015). Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala servqual. *Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, 25(1), 113–135.
- Hernandez, L. (2014). “*Inteligencia emocional y servicio al cliente*. Estudio realizado con el personal de servicio al cliente de la Cooperativa Salcajá R.L (Tesis de Licenciatura).
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-hill / Interamericana editores, s.a.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., María del Pilar Baptista Lucio, D., & Méndez Valencia Christian Paulina Mendoza Torres, S (2014). *Metodología de investigación 6ta edición*: Mexico: McGraw-hill / Interamericana editores. S.A.
- Hayes, B. (1999). *Como medir la satisfacción del cliente: desarrollo y utilización de cuestionarios*. 2. ed. España: Gestión.
- Horovitz, J. (1991). *La calidad del servicio: la conquista del cliente*. España: Editorial McGraw Hill.
- Mejías, A.; Godoy, E. y Piña, R. (2018). *Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento*. *Compendium*, 21(40), pp. 1–17.
- Otero, C. (2017). Motivación laboral: factor de éxito empresarial. Recuperado el 16 de marzo del 2019
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L.(1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12–40.
- Ponce de León, H. (2018). *Inteligencia emocional y actitud a la calidad de servicio de los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa – Peru 2015* (Tesis de maestría).
- Restrepo, F., Elias, C., Ferro, R., Stella, L. U. Z., Mejía, E., Estratégico, E., Servicio, D. E. L., Cliente, A. L., & F, C. E. R. (2006). *enfoque estratégico del servicio al cliente*.
- Riveros, S. P. (2007). *Sistema de Gestion de la Calidad del Servicio*. Bogota: Ecoe.



Salovey, P. & Mayer, J. (1990). *Emotional Intelligence. Imagination, Cognition and Personality*.
Sage Journals, 186-211.

Tschohl, J. (2011). *Servicio al cliente* (Octava ed.). Estados Unidos de América: Service Quality
Institute.

Ugarriza, N. (2001). *La evaluación de la inteligencia emocional a través de un
inventario de BarOn (I-CE) en una muestra de Lima Metropolitana*. *Persona*, (4),
129 – 160

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

	PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	Metodología
General	¿Cómo es la inteligencia emocional y la calidad de servicio de los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador Limitada, Puno 2020?	Describir la inteligencia emocional y la calidad de servicio de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito san salvador Limitada Puno 2020	La inteligencia emocional y la calidad de servicio es buena en los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito san salvador Limitada Puno 2020	V. Independiente Inteligencia Emocional	Inteligencia interpersonal Autorregulación	- Enfoque cuantitativo - Diseño transeccional - Tipo descriptivo - Tipo de muestreo censal. - Procesamiento de datos en programas estadísticos Excel y Spss
Específico 1	¿cómo es la inteligencia emocional de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador Limitada, Puno 2020?	Conocer la inteligencia emocional de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador Limitada, Puno 2020.	La inteligencia interpersonal y la autorregulación son elementos relevantes de la inteligencia emocional de los colaboradores de la cooperativa	V. Dependiente	Servicio al cliente	
Específico 2	¿Cómo es la calidad de servicios de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador Limitada, Puno 2020?	Conocer la calidad de servicio de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador Limitada, Puno 2020	El servicio al cliente y la empatía son elementos relevantes de la calidad de servicios de los colaboradores de la cooperativa	Calidad de Servicio	Empatía	
Específico 3	¿Es posible elaborar un programa que ayude a mejorar el manejo de la inteligencia emocional como alternativa para mejorar la calidad servicio de la cooperativa?	Elaborar un programa que ayude a mejorar el manejo de la inteligencia emocional como alternativa para mejorar la calidad servicio de la cooperativa				



ANEXO 2: OPERACIONALIZACION DE VARIABLE

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Inteligencia emocional	<ul style="list-style-type: none">- Inteligencia interpersonal- Autorregulación.- Motivación.	<ul style="list-style-type: none">- Habilidad social.- Comunicación- cooperación- auto control.- Adaptabilidad.- Nivel de compromiso- Iniciativa.
Calidad de servicio	<ul style="list-style-type: none">- servicio al cliente.- Capacidad de respuesta.- Seguridad.- Elementos tangibles- Empatía.	<ul style="list-style-type: none">- Confiabilidad.- Servicio rápido.- Credibilidad.- Confianza.- Presentación personal- Atención al cliente.



ANEXO 3: INSTRUMENTO

INTELIGENCIA EMOCIONAL Y CALIDAD DE SERVICIO

INSTRUCCIONES. La información que nos proporcionen será solo de conocimiento del investigador por tanto se busca describir la inteligencia emocional y la Calidad del servicio de los trabajadores de la COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN SALVADOR LTDA – PUNO 2020, responda las interrogantes considerando lo siguiente.

- Por favor no deje preguntas sin contestar.

- Marca con un aspa en solo uno de los recuadros correspondiente a la escala siguiente:

Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5

INTELIGENCIA EMOCIONAL						
<i>Auto Regulación</i>						
Nivel de autocontrol						
Nº	Dimensiones - ítems	Escala de valoración				
	CUESTIONARIO	N u n c a	C a s i n u n c a	A v e c e s	C a s i e m p r e	S i e m p r e
1	Se presentan desacuerdos entre los colaboradores de la cooperativa.	1	2	3	4	5
2	Usted acepta sus errores que comete en el trabajo.	1	2	3	4	5
3	Maneja usted adecuadamente sus emociones en situaciones donde se presentan discusiones.	1	2	3	4	5
<i>Adaptabilidad</i>						
4	Cuando los socios se muestran indecisos en la elección de un crédito usted mantiene el control.	1	2	3	4	5
5	Mantienes el buen ánimo cuando le cambian las actividades.	1	2	3	4	5
<i>Motivación</i>						



Nivel de compromiso						
6	Cuando aumenta la dificultad en el trabajo, usted pone excusas.	1	2	3	4	5
7	La cooperativa propicia el bienestar laboral entre los colaboradores.	1	2	3	4	5
8	La cooperativa les brinda incentivos a los colaboradores por su desempeño.	1	2	3	4	5
Iniciativa						
9	cuando hay un incidente en la venta de un crédito usted toma la iniciativa para dar solución	1	2	3	4	5
10	Usted Presenta sugerencias a los superiores para mejoras en el trabajo.	1	2	3	4	5
Habilidad Social						
Nivel de comunicación						
11	Considera usted que la comunicación es fundamental en tu puesto de trabajo.	1	2	3	4	5
12	Los reclamos son vistos como una fuente por mejorar en el servicio que ofrece.	1	2	3	4	5
Cooperación						
13	Frente a una situación problemática, se apoyan entre los trabajadores de la cooperativa.	1	2	3	4	5
14	La participación constante mejora el trabajo en equipo.	1	2	3	4	5
CALIDAD DE SERVICIO						
Confiabilidad						
Servicio al cliente						
15	Usted absuelve dudas, inquietudes a las personas que por primera vez ingresan a la cooperativa	1	2	3	4	5
16	En momentos que los socios muestran muchas preguntas, reclamos y hablan más de una persona usted mantiene la calma.	1	2	3	4	5
Capacidad de Respuesta						
Servicio Rápido						



17	Quando una persona muestra interés en un crédito, malestar o reclamo usted lo atiende de forma efectiva.	1	2	3	4	5
18	Los incidentes que se presentan son resueltos a la brevedad.	1	2	3	4	5
Seguridad						
Credibilidad						
19	Considera que existe intercambio de información entre los socios de la cooperativa.	1	2	3	4	5
20	Considera que es necesario brindar información adecuada a los socios de la cooperativa.	1	2	3	4	5
Confianza						
21	Muestran conducta accesible ante algunas preguntas de los miembros de la cooperativa.	1	2	3	4	5
Elementos Tangibles						
Presentación del personal						
22	Considera que el uso adecuado del uniforme ayuda en la imagen de la cooperativa.	1	2	3	4	5
23	Es importante que las herramientas y equipos se encuentren en buen estado.	1	2	3	4	5
Empatía						
Atención al cliente						
24	se torna complicado llegar a un acuerdo con respecto a la venta de un crédito.	1	2	3	4	5
25	comprender lo que buscan los socios de la cooperativa, es necesario para un buen servicio.	1	2	3	4	5



ANEXO 4: VALIDACION DE INSTRUMENTO

CARTA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Puno, 22 de Agosto de 2022


Señor(a) : ...SEÑORA ADELMA CALLE AGUILAR.....

Asunto : Solicita valoración de instrumento de medición.

Quien suscribe, Aguilar Campos Loida, egresada de la escuela profesional de administración de la universidad nacional del Altiplano Puno, vengo realizando la investigación titulada: "inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio de los trabajadores de la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador LTDA Puno 2020", con el propósito de obtener el grado académico licenciada en administración, Y, conocedora de su amplia experiencia en el campo de la investigación; recurro a usted, con la finalidad de solicitar se emita juicio en calidad de juez experto sobre el contenido del instrumento denominado: "INSTRUMENTO PARA INTELIGENCIA EMOCIONAL Y CALIDAD DE SERVICIO". Para lo cual, adjunto información elemental de la investigación e instrumentos de recolección de datos para su correspondiente valoración.

Seguro de contar con su valioso aporte, me despido cordialmente de usted.

Atentamente,


Bach. Loida Aguilar Campos
DNI: 70498222




Soledad Calle Aguilar
GERENTE GENERAL

Recibido
22-08-22
HORA 10:31



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

INDICACIONES E IMPORTANCIA

Respetado Señor(a) Experto(a), usted, ha sido seleccionado para evaluar el contenido de los ítems del instrumento Escala de Likert sobre la investigación titulada "inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio de los trabajadores de la cooperativa de ahorro y crédito SAN SALVADOR LTDA, Puno 2020"

El proceso de validación de los instrumentos es de gran importancia para lograr que los contenidos de los ítems del instrumento consideren efectivamente sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de la aplicación de estos sean representativos de las dimensiones de la variable en estudio.:

Para la valoración de los ítems del instrumento, sírvase utilizar los siguientes criterios de valoración, según la siguiente escala:

- Deficiente: 00 a 20% - regular: 21 a 40% - Buena: 41 a 60%
- Muy buena: 61 a 80% - excelente: 81 a 100%

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente 00 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
1. SUFICIENCIA	Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición.			X		
2. CLARIDAD	El ítem se comprende fácilmente.				X	
3. COHERENCIA	El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.			X		
4. RELEVANCIA	El ítem es esencial o importante				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

.....
.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Opinión de aplicabilidad:

70 %

Aplicable (X)

aplicable después de corregir ()

No aplicable ()

Apellidos y nombres del validador: CALLE ACUILAC SOFIA DOELMA

Especialidad del validador: LICENCIADA EN ODONTOLÓGICA

Lugar y Fecha: Puno, 24 de AGOSTO de 2022



Sofia A. Calle Acuilac
Sofia A. Calle Acuilac
GERENTE GENERAL



CARTA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Puno, 15 de Setiembre de 2022

Señor : Rodriguez Huamani Rolando Enrique

Asunto : Solicita valoración de instrumento de medición.

Quien suscribe, Aguilar Campos Loida, egresada de la escuela profesional de administración de la universidad nacional del Altiplano Puno, vengo realizando la investigación titulada: "inteligencia emocional y la calidad de servicio de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador LTDA Puno 2020", con el propósito de obtener el grado académico licenciada en administración, Y, conocedora de su amplia experiencia en el campo de la investigación; recorro a usted, con la finalidad de solicitar se emita juicio en calidad de juez experto sobre el contenido del instrumento denominado: "INSTRUMENTO PARA INTELIGENCIA EMOCIONAL Y CALIDAD DE SERVICIO". Para lo cual, adjunto información elemental de la investigación e instrumentos de recolección de datos para su correspondiente valoración.

Seguro de contar con su valioso aporte, me despido cordialmente de usted.

Atentamente,


Bach. Loida Aguilar Campos
DNI: 70498222

*Recibi
15-09-22*



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

INDICACIONES E IMPORTANCIA

Respetado Señor(a) Experto(a), usted, ha sido seleccionado para evaluar el contenido de los ítems del instrumento Escala de Likert sobre la investigación titulada "inteligencia emocional y la calidad de servicio de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito SAN SALVADOR LTDA, Puno 2020"

El proceso de validación de los instrumentos es de gran importancia para lograr que los contenidos de los ítems del instrumento consideran efectivamente sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de la aplicación de estos sean representativos de las dimensiones de la variable en estudio.:

Para la valoración de los ítems del instrumento, sírvase utilizar los siguientes criterios de valoración, según la siguiente escala:

- Deficiente: 00 a 20% - regular: 21 a 40% - Buena: 41 a 60%
- Muy buena: 61 a 80% - excelente: 81 a 100%

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente 00 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
1. SUFICIENCIA	Los ítems que pertenecen a una misma dimension bastan para obtener la medicion.			X		
2. CLARIDAD	El ítem se comprende facilmente.				X	
3. COHERENCIA	El ítem tiene relacion logica con la dimension o indicador que esta midiendo.			X		
4. RELEVANCIA	El ítem es esencial o importante			X		

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Opinion de aplicabilidad:

61 %

Aplicable (X) aplicable despues de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del validador: Rodriguez Huamaní, Rolando E. Alan

Especialidad del validador: lic. Administración

Lugar y Fecha: Puno, 12 de octubre de 2022

.....
Dr. Rolando E. Rodríguez Huamant
CLAD N° 000167



CARTA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Puno, 02 de Septiembre de 2022

Señor

: HEBER COLLA QUIROGA

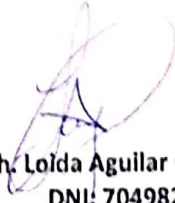
Asunto

: Solicita valoración de instrumento de medición.

Quien suscribe, Aguilar Campos Loida, egresada de la escuela profesional de administración de la universidad nacional del Altiplano Puno, vengo realizando la investigación titulada: "inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio de los trabajadores de la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador LTDA Puno 2020", con el propósito de obtener el grado académico licenciada en administración, Y, conocedora de su amplia experiencia en el campo de la investigación; recorro a usted, con la finalidad de solicitar se emita juicio en calidad de juez experto sobre el contenido del instrumento denominado: "INSTRUMENTO PARA INTELIGENCIA EMOCIONAL Y CALIDAD DE SERVICIO". Para lo cual, adjunto información elemental de la investigación e instrumentos de recolección de datos para su correspondiente valoración.

Seguro de contar con su valioso aporte, me despido cordialmente de usted.

Atentamente,


Bach. Loida Aguilar Campos
DNI: 70498222

Recibido 
73761072

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

INDICACIONES E IMPORTANCIA

Respetado Señor(a) Experto(a), usted, ha sido seleccionado para evaluar el contenido de los ítems del instrumento Escala de Likert sobre la investigación titulada "inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio de los trabajadores de la cooperativa de ahorro y crédito SAN SALVADOR LTDA, Puno 2020"

El proceso de validación de los instrumentos es de gran importancia para lograr que los contenidos de los ítems del instrumento consideren efectivamente sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de la aplicación de estos sean representativos de las dimensiones de la variable en estudio.:

Para la valoración de los ítems del instrumento, sírvase utilizar los siguientes criterios de valoración, según la siguiente escala:

- Deficiente: 00 a 20% - regular: 21 a 40% - Buena: 41 a 60%
- Muy buena: 61 a 80% - excelente: 81 a 100%

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente 00 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
1. SUFICIENCIA	Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición.			X		
2. CLARIDAD	El ítem se comprende fácilmente.			✓		
3. COHERENCIA	El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.			X		
4. RELEVANCIA	El ítem es esencial o importante			X		

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

.....
.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Opinión de aplicabilidad:

60%

Aplicable (X)

aplicable después de corregir ()

No aplicable ()

Apellidos y nombres del validador: COLLA QUISPE HEBER

Especialidad del validador: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Lugar y Fecha: Puno, 16 de Octubre de 2022

HEBER COLLA QUISPE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CIAD N° 40518

VALIDACION Y CONFIABILIDAD



valoracion	
deficiente de 0 - 20%	0
regular de 21 - 40%	1
bueno de 41 - 60%	2
muy buena de 61 - 80%	3
excelente de 81 - 100%	4

N°	items 1	items2	items3	items4	total	Binominal
juez 1	2	3	2	3	10	1.00
juez 2	2	3	2	2	9	1.00
juez 3	2	3	2	3	10	1.00
					SUMA	3.00
					div.	0.75

ENSAYO 3
 PROB. DE
 ÉXITO 0.6
 ACUMULADO VERDADERO
 N° DE XITO G4/3

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	3	30,0
	Excluido ^a	7	70,0
	Total	10	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,625	5

ANEXO 5: PROGRAMA PROPUESTA



ELABORAR UN PROGRAMA QUE AYUDE A MEJORAR EL MANEJO DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL COMO ALTERNATIVA PARA MEJORAR LA CALIDAD SERVICIO DE LA COOPERATIVA

PROPUESTA

PROGRAMA DE INTELIGENCIA EMOCIONAL PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DEL PERSONAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN SALVADOR LIMITADA, PUNO 2021.

A continuación, se presenta el esquema del Programa de Inteligencia Emocional con la finalidad de mejorar la calidad de servicio de la cooperativa.

A. OBJETIVOS:

Crear talleres periódicos dirigidos a los trabajadores de la “COOPERATIVA” donde adquieran conocimientos, técnicas, habilidades, valores y comportamientos necesarios para mejorar sus capacidades y bienestar individual.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer nuestras fortalezas y perfil psicológico relacionadas con el trabajo.
- Conocer nuestras emociones, cómo se manifiestan, de dónde vienen y qué provocan, teniendo en cuenta que nuestras emociones guían nuestras actitudes y son las protagonistas de nuestras decisiones.
- Aprender a gestionar nuestras emociones eficazmente para que nos ayuden a trabajar con dirección de logro de objetivos e intereses satisfactorias.
- Aprender qué es la motivación y qué nos motiva. Y qué herramientas utilizan las empresas para motivar a sus empleados.
- entender las emociones de los demás, establecer relaciones positivas con otras personas.
- Aprender a incrementar nuestros niveles de bienestar y felicidad a través de la toma de conciencia de quién somos y del desarrollo del potencial de nuestras fortalezas.

C. POLÍTICAS DEL TALLER



Todos los colaboradores de la “COOPERATIVA” recibirán mediante talleres: capacitación, dotación de conocimientos, herramientas actualizadas para el desarrollo de sus actividades, y el cumplimiento de sus responsabilidades. Se diseñarán y analizarán las propuestas de planes para la capacitación y adiestramiento, los cuales se elaborarán en base a las necesidades de los colaboradores, para su crecimiento y mejoramiento de su competitividad.

Las acciones de adiestramiento deberán estar identificadas previamente por los responsables de áreas y contenidas en el plan anual de adiestramiento de los trabajadores, para la obtención de certificación de la capacitación y el adiestramiento de la misma.

Los temas que se abordarán en los talleres estarán dirigidos al personal según su área de trabajo y funciones que realizan, los talleres estarán agrupados en dos dimensiones, dimensión intrapersonal que tiene que ver con la parte individual de cada colaborador y la dimensión interpersonal relacionado con el aspecto social.

D. CONTENIDO DEL TALLER DE INTELIGENCIA EMOCIONAL

- a) ¿Qué es la inteligencia emocional?
- b) Emociones primarias.
- c) pilares de Goleman.
- d) Significado de las emociones en las cooperativas.
- e) Las 5 habilidades prácticas de la inteligencia emocional.
- f) La inteligencia al servicio de las emociones.

E. FASES DEL TALLER DE INTELIGENCIA EMOCIONAL

DIMENSIÓN INTRAPERSONAL (INDIVIDUAL)

Dirigido al personal de todas las áreas (Gerencia general, Asistente de gerencia, Contadora general, Asistente de contabilidad, jefe de operaciones, jefe de créditos, jefe de cobranza, asesor legal y jefe de recursos humanos).

TALLER N° 1. Autoconocimiento.

Objetivo general:

Desarrollar una apreciación y dar nombre a las propias emociones.

Contenido Programático:

- La conciencia emocional
- El saber de ¿por qué me siento?



- Y ¿cómo me siento?
- La diferencia de actuar con o sin autoconciencia.

Duración:

30 horas

TALLER 2. Manejo de las emociones.

Objetivo general:

Manejar las emociones y darse cuenta de lo que hay detrás de cada sentimiento.

Contenido programático:

- Dirigir las emociones.
- Manejo del estrés, la presión y la tensión
- Técnicas de control psico-físico.
- La respuesta de relajación.
- La respiración completa.
- La visualización de los sentimientos.

Duración:

40 horas

TALLER 3. Motivación.

Objetivo general:

Clasificar las emociones para el desarrollo e integrar del individuo y prestar atención para la automotivación, la creatividad y el dominio.

Contenido programático:

- Los componentes de la motivación: motivo, confianza, entusiasmo, optimismo, persistencia y resistencia.
- Los tres elementos de la motivación: motivación, necesidades y posibilidades.
- Las emociones como fuente de motivación.
- El contagio de las emociones.
- Motivación, lealtad y pertenencia.
- La iniciativa.
- El fomento de la risa, la alegría y el buen humor.



- El fomento de la inspiración y el estímulo.

Duración:

30 horas

DIMENSIÓN INTERPERSONAL (SOCIAL)

Dirigido al personal de las áreas (analista de crédito, gestor de cobranza, promotores de crédito, cajeros).

TALLER 4. Empatía.

Objetivo general:

Escuchar con concentración, comprender pensamientos y sentimientos no expresados verbalmente haciendo en forma analítica.

Contenido programático:

El lenguaje no verbal.

La expresión de las emociones y los comportamientos en las distintas culturas.

Diferencia de comunicación y expresión de las emociones.

Comprender, ayudar e influir. Persuasión y emoción.

Las comunicaciones empáticas.

Duración:

30 horas.

TALLER 5. Relaciones personales.

Objetivo general:

Tener la capacidad de reflexionar sobre las ventajas de los conflictos para el crecimiento de los individuos, así como crear y cultivar las relaciones.

Contenido programático:

- Fórmulas de exteriorización con inteligencia emocional.

- Las tres herramientas del asertividad: auto apertura, asertividad y escucha activo manejo de conflictos.

- La adaptación al cambio.

- Catalizador de cambios.

Duración:

30 horas

ANEXO 6: EVIDENCIAS

Reunión con los colaboradores de la cooperativa

