

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

SEDE LLORENTE

**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN
RECURSOS HUMANOS**

**Tesina para optar al grado académico de
Bachillerato en Administración de Negocios con
énfasis en Recursos Humanos**

**“El rol de la inteligencia emocional en el servicio al
cliente, en la Institución Sociedad de Seguros de Vida
del Magisterio Nacional, ubicada en San José,
durante el tercer cuatrimestre del 2019”**

Gloriana de los Ángeles Villalta Rodríguez.

Tutora: MBA. Milena Sotela Ramírez.

LLORENTE, COSTA RICA.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE IMÁGENES	vi
ÍNDICE DE CUADROS	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	viii
CARTA DE APROBACIÓN TUTORA.....	x
CARTA DE APROBACIÓN LECTOR	xi
CARTA DE APROBACIÓN FILÓLOGO	xii
DEDICATORIA.....	xiv
RESUMEN.....	16
CAPÍTULO I.....	18
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	18
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
1.1.1. Antecedentes del problema	19
1.1.1.1. Evolución Histórica de la SSVMN.....	19
1.1.2. Antecedentes Investigativos.....	21
1.1.3. Problematización.....	25
1.1.4. Justificación del problema	26
1.2. Formulación del Problema	28
1.3. Objetivos de la investigación	28
1.3.1. Objetivo General.....	28
1.3.2. Objetivos Específicos.....	28
1.4. Alcances y Limitaciones	29
1.4.1. Alcances	29
1.4.2. Limitaciones.....	29
1.4.3. Aporte del investigador.....	30
CAPÍTULO II	31
MARCO TEÓRICO	31
2.1. Contexto Histórico	32
2.1.1. Antecedentes de la Organización.....	32

2.1.1.1.	Filosofía Empresarial.....	32
2.1.1.1.1.	Misión	32
2.1.1.1.2.	Visión.....	32
2.1.1.1.3.	Valores	32
2.1.1.1.4.	Ética Empresarial	36
2.1.1.1.5.	Organigrama de la SSVMN.....	37
2.1.1.2.	Sistema de Gestión Integrado de la SSVMN.....	37
2.1.1.2.1.	Sistema Responsabilidad Social	39
2.1.1.2.1.1.	Política de Responsabilidad Social.....	39
2.1.1.2.1.2.	Programa de Responsabilidad Social Empresarial de la SSVMN.....	42
2.1.1.2.2.	Servicios que ofrece la SSVMN	45
2.1.1.2.3.	Sistema Gestión de Calidad	45
2.1.1.2.3.1.	Política de Calidad.....	45
2.1.1.2.4.	Sistema Carbono Neutro	47
2.2.	Contexto Teórico – Conceptual.....	51
2.2.1.	Gestión del Talento Humano	51
2.2.2.	Cultura Organizacional	56
2.2.2.1.	Clima Organizacional	57
2.2.2.1.1.	Compromiso Organizacional	60
2.2.3.	Habilidades Blandas.....	63
2.2.3.1.	Diferencia entre Habilidad y Competencia	63
2.2.3.2.	Concepto de Habilidades Blandas	64
2.2.4.	Inteligencia Emocional	67
2.2.4.1.	Emociones	67
2.2.4.1.1.	Diferencia entre emoción, sentimiento y estado de ánimo.	71
2.2.4.1.2.	Conciencia, Regulación y tensión emocional.	73
2.2.4.2.	Personalidad.....	75
2.2.4.3.	Tipos de Inteligencias.....	77
2.2.4.3.1.	Inteligencia Racional	78
2.2.4.3.2.	Inteligencia Colectiva	80
2.2.4.3.3.	Inteligencia Interpersonal.....	81

2.2.4.3.4. Concepto de Inteligencia emocional.....	83
2.2.4.3.4.1 La Inteligencia Emocional y el Coeficiente Intelectual.	86
2.2.4.3.4.2 Importancia de la IE para las organizaciones.	88
2.2.4.3.4.3 Elementos que componen la Inteligencia Emocional.....	89
2.2.4.3.4.4 Procesos de Reclutamiento basados en Inteligencia Emocional.	92
2.2.4.3.4.5 Estrategias para mejorar la inteligencia emocional.	96
2.2.4.3.4.6 Importancia de la IE en la gestión de ventas y en el servicio al cliente de la organización.	98
CAPÍTULO III	105
MARCO METODOLÓGICO	105
3.1. Tipo de Investigación	106
3.1.1. Finalidad (Teórica o Aplicada)	106
3.1.2. Dimensión temporal (transversal / longitudinal)	107
3.1.3. Marco (mega-macro-micro).....	107
3.1.4. Naturaleza (cuantitativa, cualitativa o mixta)	109
3.1.5. Carácter (exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo)	110
3.2. Sujetos y fuentes de información	111
3.2.1. Unidades de análisis (objetos o sujetos de estudio)	111
3.2.2. Fuentes primarias	112
3.2.3. Fuentes secundarias	112
3.3. Selección del muestreo.....	112
3.3.1. La población.....	112
3.3.2. Muestra	113
3.3.3. Probabilística.....	113
3.3.4. No probabilística.....	113
3.4. Técnicas e instrumentos para recolectar información	114
3.4.1. Entrevistas.....	115
3.4.2. Cuestionario	116
3.4.3. Observación	116
CAPÍTULO IV	118
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	118

4.1. Análisis e interpretación de datos.....	119
4.2. Codificación y tabulación de la información	119
4.3. Tipos de gráficos	119
4.4. Análisis de datos.....	120
4.4.1. Cuestionario Colaboradores	120
4.4.2. Entrevista a Jefatura de Talento Humano de la SSVMN.....	138
4.4.3. Entrevista a Jefatura de Plataforma de servicios de la SSVMN	140
CAPÍTULO V	143
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	143
5.1. Conclusiones y recomendaciones.....	144
BIBLIOGRAFÍA.....	154
ANEXOS.....	159

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Don Alejandro Rodríguez	19
Imagen 2. Edificio de la SSVMN.....	20
Imagen 3. Organigrama de la Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional.....	37
Imagen 4. Objetivos para aplicar la triple utilidad en la SSVMN.....	38
Imagen 5. Partes interesadas de la SSVMN.....	39
Imagen 6. Materias que componen la ISO 26000.	40
Imagen 7. Principios de la SSVMN.	41
Imagen 8. Programas de responsabilidad social de la SSVMN.	41
Imagen 9. Certificado de Carbono Neutralidad del 2021 para la SSVMN.	49
Imagen 10. Campaña "Dele Pila al Mundo", de la SSVMN.....	50
Imagen 11. Programa de responsabilidad social "Pienso Verde", de la SSVMN.	50
Imagen 12. Las tres etapas de las organizaciones en el transcurso del siglo XX.....	52
Imagen 13. Los procesos básicos en la Gestión del Talento Humano.	55
Imagen 14. Comparación de Emoción, Sentimiento y Estado de ánimo.	72
Imagen 15. La regulación emocional y el comportamiento.	74
Imagen 16. Psicólogo Daniel Goleman.....	85
Imagen 17. Habilidades básicas de la IE, según Salovey y Mayer.	90
Imagen 18. Elementos de la IE, según Goleman.....	90
Imagen 19. Aspectos y Factores evaluados en las pruebas de IE.	95

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Procesos y Servicios de la SSVMN.....	24
Cuadro 2. Principios éticos de la SSVMN.	36
Cuadro 3. Objetivos de la Política de responsabilidad social de la SSVMN.	43
Cuadro 4. Servicios que ofrece la SSVMN.....	45
Cuadro 5. Principales Habilidades Blandas que debe tener un colaborador.	67
Cuadro 6. Niveles en los que se clasifican las emociones y sus características principales.	70

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género	120
Gráfico 2. Edad	121
Gráfico 3. Departamento al que pertenecen los encuestados	121
Gráfico 4. Cantidad de años de laborar en la SSVMN.....	122
Gráfico 5. Nivel académico.....	122
Gráfico 6. Escuchar hablar sobre Habilidades Blandas	123
Gráfico 7. Habilidades que se consideran parte de las Habilidades Blandas	123
Gráfico 8. Conocimiento de definición de Emoción.....	124
Gráfico 9. Definición de emoción	125
Gráfico 10. Enfoque principal de los colaboradores (en un día promedio)	125
Gráfico 11.El control o regular las emociones trae beneficios a las personas	126
Gráfico 12. Es necesario tener conciencia de las emociones propias	126
Gráfico 13. Las emociones del colaborador influyen en las decisiones o la actitud de los clientes	127
Gráfico 14. Importancia de identificar las emociones del cliente	127
Gráfico 15. Conocimiento del término Inteligencia Emocional	128
Gráfico 16. Definición de Inteligencia Emocional.....	128
Gráfico 17. Importancia de la inteligencia emocional en el servicio al cliente	129
Gráfico 18. Los clientes toman en cuenta la actitud y la inteligencia emocional cuando son atendidos.....	129
Gráfico 19. Las relaciones interpersonales tienen que ver con la inteligencia emocional.....	130
Gráfico 20. Persona que debe tener mayor inteligencia emocional	130
Gráfico 21. Beneficios de aplicar la Inteligencia emocional en la organización	131
Gráfico 22. Beneficios de la inteligencia emocional en la organización	131
Gráfico 23. Lo que las personas consideran de la inteligencia emocional.....	132
Gráfico 24. Conocimiento del término Empatía	132
Gráfico 25. La empatía en el servicio al cliente	133
Gráfico 26. Conocimiento de Autocontrol emocional	133
Gráfico 27. Conocimiento del término Autoconocimiento emocional	134
Gráfico 28. La motivación en el trabajo influye en el servicio al cliente	134
Gráfico 29. La motivación influye para tener una Inteligencia Emocional buena o alta.....	135
Gráfico 30. Si los compañeros tuvieran autocontrol emocional, el ambiente laboral mejoraría .	135
Gráfico 31. Reacción de los colaboradores ante situaciones de estrés en el servicio al cliente...	136
Gráfico 32. La IE se puede medir	136
Gráfico 33. Formas de medir la Inteligencia Emocional	137
Gráfico 34. Aplicación de test o prueba de IE, en algún trabajo.....	138
Gráfico 35. Le gustaría que le aplicaran una prueba de IE	138

DECLARACIÓN JURADA

DECLARACIÓN JURADA

Yo Gloriana de los Angeles Villalta Rodríguez, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 1-1861-0590 egresado de la carrera de Administración de Negocios con énfasis en Recursos Humanos de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Bachillerato, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: El rol de la inteligencia emocional en el servicio al cliente, en la institución Sociedad de Seguros de Vida del Alagisterio Nacional, durante el tercer cuatrimestre del 2019 es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público.

En fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los veintinueve días del mes de enero del año dos mil veinte.



Firma del estudiante

Cédula: 1-1861-0590

CARTA DE APROBACIÓN TUTORA

CARTA DEL TUTOR

Señores :

Universidad Hispanoamericana
Sede Llorente
Carrera Administración de Negocios.
Énfasis Recursos Humanos

La estudiante , Gloriana de los Ángeles Villalta Rodríguez, me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "El rol de la inteligencia emocional en el servicio al cliente, en la institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, ubicada en San José, durante el tercer cuatrimestre del 2019. Lo anterior para obtener el grado de Bachillerato en Administración de Empresas con énfasis en Recursos Humanos.

En mi calidad de tutora, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por la postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20%
c)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20%
	TOTAL		100%

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,



MBA. Milena Sotela Ramírez
Cédula identidad Número 1-573-526

CARTA DE APROBACIÓN LECTOR

CARTA DE APROBACION Y REVISION DE LA LECTORA

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
SEDE LLORENTE

CONSTANCIA LECTORA METODOLOGICA

Yo, **M.Sc. Susana Araya Zamora**, cédula de identidad 4-0140-0573, en mi condición de lectora metodológica, dejo constancia que la tesina para optar por el Grado Académico de Bachillerato en Administración de Negocios con énfasis en Recursos Humanos, presentada por la estudiante **Gloriana de los Ángeles Villalta Rodríguez**, titulada "El rol de la inteligencia emocional en el servicio al cliente, en la institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, ubicada en San José, durante el tercer cuatrimestre del 2019", cumple los requisitos de forma y fondo solicitados por la Universidad Hispanoamericana.

Se extiende la presente en la Ciudad de San José, el día lunes 17 de febrero del 2020.

Atentamente,

M.Sc. Susana Araya Zamora
Lectora Metodológica
Cédula identidad N. 4-0140-0573
Carné Colegio Profesional N° 011457

CARTA DE APROBACIÓN FILÓLOGO

San José, 8 de febrero, 2020

Señores

Carrera Administración de Negocios con énfasis en Recursos Humanos

Universidad Hispanoamericana, Sede Llorente

Leí y corregí el proyecto de graduación: “El rol de la inteligencia emocional en el servicio al cliente, en la Institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, ubicada en San José, durante el tercer5 cuatrimestre del 2019”, elaborado por la estudiante Gloriana de los Ángeles Villalta Rodríguez, cédula 1-1861-0590, para optar al grado académico de Bachillerato en Administración de Negocios con énfasis en Recursos Humanos.

Corregí el trabajo en aspectos, tales como: construcción de párrafos, vicios del lenguaje que se trasladan a lo escrito, ortografía, puntuación y otros relacionados con el campo filológico, y desde ese punto de vista considero que está listo para ser presentado como Trabajo Final de Graduación, por cuanto cumple con los requisitos establecidos por la Universidad Hispanoamericana.

Atentamente,



M. Sc. Edgar Rojas González

Carné 2443

Teléfono: 88822158

Correo: edgarrojasg27@gmail.com

CARTA DE AUTORIZACIÓN AL CENTRO DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICO (CENIT)

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
CENTRO DE INFORMACION TECNOLOGICO (CENIT)
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA
REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DE LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACION

San José, 29 de enero del 2020.

Señores:
Universidad Hispanoamericana
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito (a) Gloriana de los Angeles Villalta Rodriguez con número de identificación 1-1861-0590 autor (a) del trabajo de graduación titulado El rol de la Inteligencia Emocional en el servicio al cliente, en la Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional. presentado y aprobado en el año 2020 como requisito para optar por el título de Bachillerato en Administración (/ NO) autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que con fines académicos, muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

De conformidad con lo establecido en la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6683, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.

Cordialmente,


1-1861-0590
Firma y Documento de Identidad

DEDICATORIA

Dedico esta tesina a Dios primeramente, por permitirme culminar mis estudios, por ayudarme a alcanzar mis metas. Además, lo dedico a mi padre William por haberme apoyado en todo el proceso.

Especialmente, lo dedico a mi madre Marielos, por siempre estar ahí cuando la he necesitado y que no permitió que me afligiera ante las dificultades, y a mi novio Fabián por siempre estar ahí para apoyarme en todo lo que necesitara y por darme ánimo cuando no me sentía muy bien, también lo dedico a mi tía Mery que siempre se preocupó por ayudarme y por mis estudios. Gracias a los mencionados por siempre preocuparse por mí en todo momento.

Gloriana Villalta Rodríguez

AGRADECIMIENTO

A las personas que me ayudaron para poder realizar la tesina en la Institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional.

A la profesora Milena Sotela Ramírez, quién fue mi tutora en este proceso, por siempre compartir sus conocimientos y guiarme en la realización de la tesina.

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación, se pretende realizar un análisis sobre el rol de la inteligencia emocional en el servicio al cliente, en la Institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, en adelante denominada SSVMN; es decir, la importancia y cuánto influye que los colaboradores utilicen la inteligencia emocional en su trabajo. Considerando también, cuál es su percepción actual sobre la inteligencia emocional y cuáles son las creencias que tienen sobre esta.

El concepto de inteligencia emocional involucra bastantes ámbitos de las emociones en las personas, por lo cual muchos estudiosos están a favor o en contra de que la inteligencia emocional sea llamada como tal y de que pueda ser medida; ya que los que se encuentran en contra de esta creen que no se puede medir por separado del Coeficiente Intelectual. Por tal motivo, en esta investigación lo que se pretende es estudiar qué tanto influye en su trabajo que los colaboradores apliquen la inteligencia emocional.

Para entender bien todo lo que involucra a la inteligencia emocional, es necesario también conocer ciertos conceptos como las emociones, la personalidad y algunos de los tipos de inteligencia que existen; además, se mencionan términos como la cultura organizacional y gestión del talento humano.

A nivel institucional, este es un tema que muchas veces se deja de lado, o no es muy relevante tenerlo en cuenta en el desempeño de las personas, sin embargo, según estudios encontrados los colaboradores aplicando la inteligencia emocional, pueden obtener grandes beneficios en cuanto a desempeño y estabilidad emocional.

Se considera cierta información relevante de la institución SSVMN, como el clima organizacional, los valores, estudios de calidad realizados en cuanto a las ventas y al servicio al cliente, entre otros.

Ahora, se dará una breve explicación sobre los cinco capítulos que son incluidos en este trabajo de investigación:

Capítulo I: En este capítulo, se incluyen los antecedentes históricos de la institución SSVMN, antecedentes investigativos, problematización, justificación del problema, formulación del problema, los objetivos de investigación, y los alcances y limitaciones.

Capítulo II: Se presenta el marco teórico, y este se divide en dos partes: el contexto histórico y el contexto teórico – conceptual, el cual comprende conceptos relacionados con la inteligencia emocional.

Capítulo III: Se desarrolla el marco metodológico del trabajo, el cual describe el tipo de investigación, sujetos y fuentes de información, la selección del muestreo, y las técnicas e instrumentos para la recolección de la información.

Capítulo IV: Este capítulo corresponde al análisis e interpretación de datos. Incluye los gráficos respectivos de los datos obtenidos con el propósito de mostrar la interpretación de cada uno de los resultados.

Capítulo V: Aquí, se presentan las conclusiones obtenidas y las recomendaciones que surgieron con la elaboración del presente trabajo.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La investigación se lleva a cabo con los colaboradores de la Institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, durante el tercer cuatrimestre del 2019.

1.1.1. Antecedentes del problema

1.1.1.1. Evolución Histórica de la SSVMN

En la página web de la Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, (ssvmn.com), se muestran los antecedentes históricos de la Institución desde sus inicios, hasta la actualidad. La idea de crear esta institución la tiene el señor Alejandro Rodríguez Rodríguez en el año 1917, año en el cual presenta a la Asociación de Inspectores y Visitadores de Escuelas un proyecto en el que se indica la necesidad de crear una institución de solidaridad económica y social que protegiera a cada familia de Costa Rica que trabajara en las instituciones educativas del país.



IMAGEN 1. DON ALEJANDRO RODRÍGUEZ

Fuente: [Página Web SSVMN \(2019\)](#), San José, Costa Rica.

En el proyecto presentado se planteaba la idea de tener una mutualidad a cargo de los asociados, y que no dependiera del Estado, ya que el dinero iba a ser aportado por los

trabajadores asociados, así que, al morir un educador a la familia o beneficiarios de este se le entregaba una póliza proveniente del aporte de un colón por cada asociado.

Pero, es hasta el 24 de diciembre de 1920 que dicho proyecto es aceptado por el Congreso Constitucional, y se plasma bajo el nombre de Ley de Socorro Mutuo del Personal Docente, gracias a que el Diputado Fernando Guerrero, lo presenta al Congreso bajo este nombre.

En el año 1920, Costa Rica contaba con un total de 2000 trabajadores en el sector educativo, los cuales eran afiliados a la Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional; cada uno de ellos aportaba un colón y si alguno fallecía los beneficiarios de este recibían 2000 colones. Actualmente, este principio de solidaridad se mantiene, entonces cada trabajador aporta cerca del 8% del monto total de la póliza durante toda su vida.



IMAGEN 2. EDIFICIO DE LA SSVMN.

Fuente: [Página Web SSVMN \(2019\)](#), San José, Costa Rica.

El aporte de don Alejandro Rodríguez fue visionario para su época, dado que fue el fundador de la primera institución aseguradora de mutualidad; y veinte años más tarde fue cuando se creó la Caja Costarricense de Seguro Social, el Sistema de Pensiones, el Código de Trabajo, y la Caja de Ahorro y Préstamos de la Asociación Nacional de Educadores (ANDE).

En 1968, la Junta Directiva de la Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional se comenzó a integrar con representantes de asociaciones gremiales del Magisterio, gracias a una reforma a la ley original, y con ello adquirieron mayor independencia del Estado. En esta época, la Junta Directiva fue conformada por tres representantes de la Asociación Nacional de Educadores, uno de la Asociación de Profesores de Segunda Enseñanza, dos de la Asociación de Educadores Pensionados, uno de la Asociación Sindical de Profesores y Funcionarios Universitarios, y solo uno de los reincorporados, el cual era nombrado por el Ministerio de Educación.

Según lo indicado en la página web de la institución SSVMN, (ssvmn.com), actualmente, cada asociado a la SSVMN aporta ₡16 260, lo cual quiere decir que en caso de que algún asociado fallezca, sus beneficiarios recibirán ₡27 000 000. Debido a que la Sociedad funciona con la mutualidad, cada asociado independientemente del trabajo que realice en el sistema educativo va a recibir la misma cantidad de dinero y pagan la misma cuota, pues se asume como propia la causa del hermano, o colega.

En la actualidad, la Sociedad de Seguros cuenta con más de 158 000 asociados activos en Costa Rica, tanto de instituciones públicas como privadas. Por lo tanto, queda más que evidenciado que aún se sigue materializando el principio de solidaridad que movió a don Alejandro Rodríguez a crear la institución para todos los trabajadores de la Educación Costarricense.

1.1.2. Antecedentes Investigativos

Con el presente trabajo se busca investigar el rol de la inteligencia emocional en el servicio al cliente, en la institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, es decir, la

importancia y cuánto influye que los colaboradores, utilicen la inteligencia emocional en su trabajo, principalmente cuando brindan servicio al cliente, esto porque desde tiempos memorables, se ha llegado a conocer que “las emociones determinan nuestra conducta e inciden - positiva o negativamente- en nuestra efectividad, eficacia y eficiencia para alcanzar nuestros logros personales y profesionales” (Ortega Sánchez, 2016, p. 25).

Además, aplicando una encuesta a los colaboradores se puede medir el conocimiento y las creencias que tienen sobre la inteligencia emocional. También, con una entrevista aplicada a la jefatura de los departamentos de Plataforma de Servicios y de Talento Humano, se considera el punto de vista sobre la importancia de la inteligencia emocional en el servicio al cliente.

En el departamento de Talento Humano no existe un proceso de reclutamiento y selección de personal basado en la Inteligencia Emocional, no obstante, durante la entrevista se realiza una serie de preguntas o ejercicios en donde se evalúan ciertas habilidades relacionadas con la inteligencia emocional.

En el departamento de Contact Center de la institución SSVMN no se han aplicado investigaciones, ni capacitaciones relacionadas con la inteligencia emocional. Sin embargo, la institución SSVMN cuenta con la certificación ISO 9001:2015, en la cual se documentan todos los procesos internos de trabajo y se da énfasis a los procedimientos de servicio de atención personalizado, además, existen indicadores en donde se miden los tiempos de atención y las metas con las que cuenta cada grupo de trabajo.

Además, la institución SSVMN, informa en la Revista Bienestar, (2018), que obtuvo una certificación en Responsabilidad Social por medio de la norma INTE G35:2012 (p. 10), y ahora cuenta con un Sistema de Gestión Integrado, en donde según lo indicado en su página web

(«SSVMN – Nuestros sistemas») se comprometen a cumplir con el requerimiento de responsabilidad social, y para ello cuentan con tres sistemas diferentes que son:

- Sistema de Carbono Neutral
- Sistema de Responsabilidad Social
- Sistema de Gestión de la Calidad

Siendo este último, el que tiene mayor relación con el estudio de la inteligencia emocional en esta Institución, ya que a lo indicado en su página web («SSVMN – Nuestros sistemas») “la Institución es consciente que para mejorar el nivel de la calidad de los servicios que ofrece la Sociedad se requiere de una capacitación continua mediante la observación y posterior retroalimentación”, por lo cual este estudio será un aporte importante para la Institución.

Además, en el alcance del Sistema de Gestión Integrado se involucran los siguientes procesos y servicios:

Procesos

Sistema de Gestión Integrados

**Sistema Gestión de Calidad
Sistema Carbono Neutro
Sistema Responsabilidad Social**

Planeamiento Estratégico

Gestión de la Póliza Mutual

**Afiliación
Gestión de Beneficios y Servicios
Gestión de los productos Financieros**

Servicio al Cliente y Apoyo

**Recursos Tecnológicos
Logística**

**Recursos Humanos
Contact Center
Financiero
Mercadeo y Comunicación**

Servicios		
Designación beneficiarios	Reincorporaciones	Incorporaciones
Liquidación de póliza	Anticipos de la póliza	Equipo ortopédico
Anticipo de funeral	Créditos	Subsidios

CUADRO 1. PROCESOS Y SERVICIOS DE LA SSVMN.

De esta forma, se abarcan todas las áreas de la Institución de manera que todos los colaboradores están comprometidos en brindar un servicio al cliente de calidad. Para diciembre del 2018 la Institución tenía 164 colaboradores, de acuerdo con lo indicado en el Informe Final de Responsabilidad Social del 2018, y actualmente (datos a noviembre del 2019) cuenta con 170 colaboradores; la SSVMN “busca un desarrollo integral de cada uno como persona, por lo que la organización está constantemente en la búsqueda de ambientes de trabajo que promuevan el crecimiento personal y profesional”.

Por lo anterior, el entorno de la Institución es estable, donde se da poca rotación de personal, ya que el ambiente es muy familiar, donde se fomentan valores como la cortesía, y la integración al resto del grupo trabajador, lo que ayuda a fortalecer el sentimiento de pertenencia, y como parte de la Política de Sostenibilidad de la Institución, se da la aplicación del estudio del clima organizacional de la Institución.

1.1.3. Problematización

El tener un conocimiento claro acerca de la inteligencia emocional y de sus beneficios para la institución, contribuye a la mejora del ambiente organizacional y del rendimiento de los colaboradores en su trabajo, favorece además el comportamiento organizacional, ya que permite que las personas simpaticen más con sus compañeros de trabajo, y aprendan a manejar sus emociones. Además, en un estudio realizado por “David McClelland, un destacado psicólogo de la Universidad de Harvard, descubrió que los líderes con virtudes en seis o más competencias de la inteligencia emocional eran mucho más eficaces que sus homólogos sin dichas virtudes” (Goleman, 2018, p. 6). Por lo tanto, es necesario que toda organización tenga conocimiento sobre los beneficios que se pueden obtener con el hecho de que sus colaboradores conozcan y apliquen la inteligencia emocional.

También es importante tener en cuenta que, hoy en día las cosas han cambiado en las organizaciones, ya no solo se evalúan las habilidades duras, sino que ahora se le da mayor énfasis a las habilidades blandas, dentro de las cuales se encuentra la inteligencia emocional, como lo indica en su tesis Ortega Sánchez, (2016) “Hoy, no se nos evalúa tanto por nuestra formación o experiencia, sino que tiene gran peso el modo en que actuamos y nos relacionamos con el resto de las personas” (p. 26).

Además, es relevante conocer este concepto ya que trae múltiples beneficios para las organizaciones, pues la inteligencia emocional es la

“capacidad para captar las emociones de un grupo y conducir las hacia un resultado positivo. Por lo anterior la gerencia además de ser eje central en la organización debe descubrir las necesidades emocionales y procurar potencializarlas para lograr un mejor

desempeño y mayor productividad” (Nava, 2006, citado por Carmona Fuentes, Vargas Hernández, & Rosas Reyes, 2015, *Influencia de la Inteligencia Emocional*, p. 60).

Por lo tanto, en el caso de la institución SSVMN, surge la siguiente pregunta ¿cuál es el rol que cumple la inteligencia emocional en el servicio al cliente?, ya que se considera que es importante que los funcionarios conozcan sobre la respuesta a esta interrogante, con ello no sólo logrará mejorar el servicio al cliente, sino que aumentarán su bienestar emocional en el trabajo.

1.1.4. Justificación del problema

El tener en cuenta la inteligencia emocional para ofrecer servicio al cliente sirve para aumentar la cantidad de personas satisfechas con la calidad de atención que los funcionarios de la institución brindan, pues uno de los puntos principales a la hora de ofrecer servicio, es la empatía, y esto es mencionado por Polo-Vargas, Zambrano, Muñoz, & Velilla, (2016), quienes citan a Humphrey (2013), el cual “asegura que la empatía también puede ayudar a los empresarios a interactuar mejor con sus clientes” (p. 81).

Los beneficiados con la ejecución de este estudio son las personas que trabajan en áreas de atención al cliente, como los colaboradores de los departamentos de Contact Center, Plataforma de Servicios, Seguro Mutua, Cobros y Tesorería, ya que el conocer sobre la inteligencia emocional y la influencia que tiene a la hora de brindar servicio al cliente no sólo les ayudará a incrementar su desempeño laboral, sino que esto les ayudará también en otras áreas de su vida, pues la inteligencia emocional se encuentra estrechamente relacionada con la personalidad de cada ser humano, y como lo indica Polo-Vargas et al., (2016), citando a “Ather & Bano (2013) definen la personalidad como la realización suprema de la conducta peculiar innata del ser

humano, considerando los rasgos de personalidad al tener una fuerte relación con la inteligencia emocional” (p. 76).

Los resultados del estudio ayudarán a informar a los encargados de cada área, donde la jefatura de cada departamento se encargará de trabajar con su equipo, para ayudarlos a mejorar ciertos aspectos de su inteligencia emocional, principalmente, a la hora de brindar servicio al cliente.

Muchas personas no conocen el significado de la inteligencia emocional, ni de los múltiples beneficios que el aplicarla les puede traer tanto a su vida profesional como personal, por lo que la aplicación de este estudio en la Institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional le aportará conocimiento en este aspecto a los colaboradores.

Con esta investigación se entregará un informe a los encargados de cada departamento, para que posteriormente ellos trabajen con los colaboradores de la Institución de Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, de manera que se den a conocer los resultados del estudio en el que participaron, sobre la Influencia de la Inteligencia Emocional en el servicio al cliente.

Y con esto se logrará moldear a mejores colaboradores para la organización, ya que para Alkahtani, (2016):

“las organizaciones necesitan empleados que estén comprometidos en su trabajo para que puedan contribuir a la supervivencia de la organización en la ardua competencia de mercado, un empleado que pudiera aumentar sus habilidades de inteligencia emocional o reforzar sus capacidades en un contexto de cultura organizacional bien preparada, podría de forma natural identificar sus necesidades de mejor y más

equilibrada manera, pudiendo alcanzan una mayor satisfacción”. (Citado por Massuh et al., 2017, p. 580).

Es decir, un colaborador que sabe manejar sus emociones, y que conoce cómo puede reaccionar ante ciertas situaciones, será de gran valor para la organización, pues si tiene una inteligencia emocional alta favorece al clima organizacional de la compañía.

1.2. Formulación del Problema

¿Cuánto influye la inteligencia emocional en el servicio al cliente, en la Institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, ubicada en San José, durante el tercer cuatrimestre del 2019?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

Investigar el rol de la inteligencia emocional en el servicio al cliente, en la Institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, ubicada en San José, durante el tercer cuatrimestre del 2019.

1.3.2. Objetivos Específicos

1. Identificar el conocimiento que tienen los colaboradores de la Institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, sobre la Inteligencia Emocional y la influencia de esta en el servicio al cliente, durante el tercer cuatrimestre del 2019.
2. Comparar el conocimiento que tienen los colaboradores, de la Institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, sobre la inteligencia emocional, con lo que

realmente significa la inteligencia emocional y sus beneficios, durante el tercer cuatrimestre del 2019.

3. Concientizar sobre la importancia de aplicar la inteligencia emocional en el servicio al cliente, en la Institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, durante el tercer cuatrimestre del 2019.

1.4. Alcances y Limitaciones

1.4.1. Alcances

El presente trabajo de investigación es aplicable a los colaboradores que actualmente trabajan en la Institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional (en los departamentos de Contact Center, Plataforma de Servicios, Seguro Mutual, Cobros y Tesorería), en este ente, lo que se pretende es informar a las jefaturas de estos departamentos de ciertos aspectos que pueden estar presentes y que se pueden pasar por alto dentro del ambiente organizacional que tengan relación con la inteligencia emocional, con el fin de poder mejorarlos con el informe que se les presentará, en el cual se mostrarán los resultados obtenidos con la investigación.

1.4.2. Limitaciones

Se pueden presentar ciertas barreras de tiempo y otros factores externos que pueden afectar las respuestas en el momento de aplicación del cuestionario, generando alguna omisión, o distorsión de la información.

Además, se presentan ciertas barreras para poder aplicar el cuestionario al total de la muestra en forma física, por lo que se procede a realizar la encuesta a dos departamentos en forma física y tres departamentos en forma digital.

1.4.3. Aporte del investigador

Con este trabajo de investigación se pretende conocer rol de la inteligencia emocional en el servicio al cliente, en la Institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, con el propósito de ayudar a mejorar la inteligencia emocional de los colaboradores en el servicio al cliente, y ayudarles a incrementar su rendimiento, y estabilidad emocional en el trabajo.

A partir de los resultados, se considera elaborar un informe que será entregado a la jefatura de cada departamento de la Institución, con los resultados obtenidos durante esta, para contribuir a que ellos puedan mejorar y trabajar con su equipo los aspectos relacionados con la inteligencia emocional.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Contexto Histórico

2.1.1. Antecedentes de la Organización

2.1.1.1. Filosofía Empresarial

2.1.1.1.1. Misión

En la página oficial de la SSVMN («SSVMN – ¿Quiénes Somos?») Su misión es: “Cumplir nuestros compromisos con la excelencia de nuestros servicios, la confianza y fidelidad, mejorando así, el bienestar económico, ambiental y social de los asociados, su familia y nuestra comunidad” (Página web SSVMN, 2019).

2.1.1.1.2. Visión

De acuerdo con la página web de la SSVMN su visión es: “Mantener una Institución financieramente sólida y ser reconocida por su contribución con la sociedad y el medio ambiente” (Página web SSVMN, 2019).

2.1.1.1.3. Valores

En la página web oficial de la SSVMN (2019), en la sección ¿Quiénes Somos? (<https://ssvmn.com/nosotros/quienes-somos/>), se indican los valores institucionales, los cuales son:

- Solidaridad



Fuente: Informe Digital de Responsabilidad Social de la SSVMN, 2018, San José, Costa Rica.

- Actitud de Servicio



Fuente: Informe Digital de Responsabilidad Social de la SSVMN, 2018, San José, Costa Rica.

- Compromiso



Fuente: Página Web SSVMN (2019), San José, Costa Rica.

- Honradez



Fuente: Informe Digital de Responsabilidad Social de la SSVMN, 2018, San José, Costa Rica.

- Respeto por los demás



Fuente: Informe Digital de Responsabilidad Social de la SSVMN, 2018, San José, Costa Rica.

- Empatía



Fuente: Blog de Kyocera, Empatía como herramienta en la gestión de equipos, 2019.

- Perseverancia



Fuente: Informe Digital de Responsabilidad Social de la SSVMN, 2018, San José, Costa Rica.

- Tolerancia



Fuente: Informe Digital de Responsabilidad Social de la SSVMN, 2018, San José, Costa Rica.

- Conciencia Social



Fuente: Informe de Responsabilidad Social Empresarial de la SSVMN, 2017, San José, Costa Rica.

2.1.1.1.4.Ética Empresarial

El Código de Ética de la Institución SSVMN establece las normas de conducta a seguir por parte de los funcionarios de esta, su propósito es documentar algunos fundamentos con el fin de orientar a las personas en su actuar ético ante tales situaciones en la Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional. Dentro de los principios básicos de ética que se les solicita acatar son:

-
- | | | |
|---------------------------------|--|----------------------------------|
| • Integridad | • Calidad | • Operación responsable |
| • Transparencia en las finanzas | • Confidencialidad y protección de datos | • Derechos Humanos |
| • Anticorrupción | • Responsabilidad Social | • Cumplimiento de la Legislación |
-

CUADRO 2. PRINCIPIOS ÉTICOS DE LA SSVMN.

2.1.1.1.5. Organigrama de la SSVMN

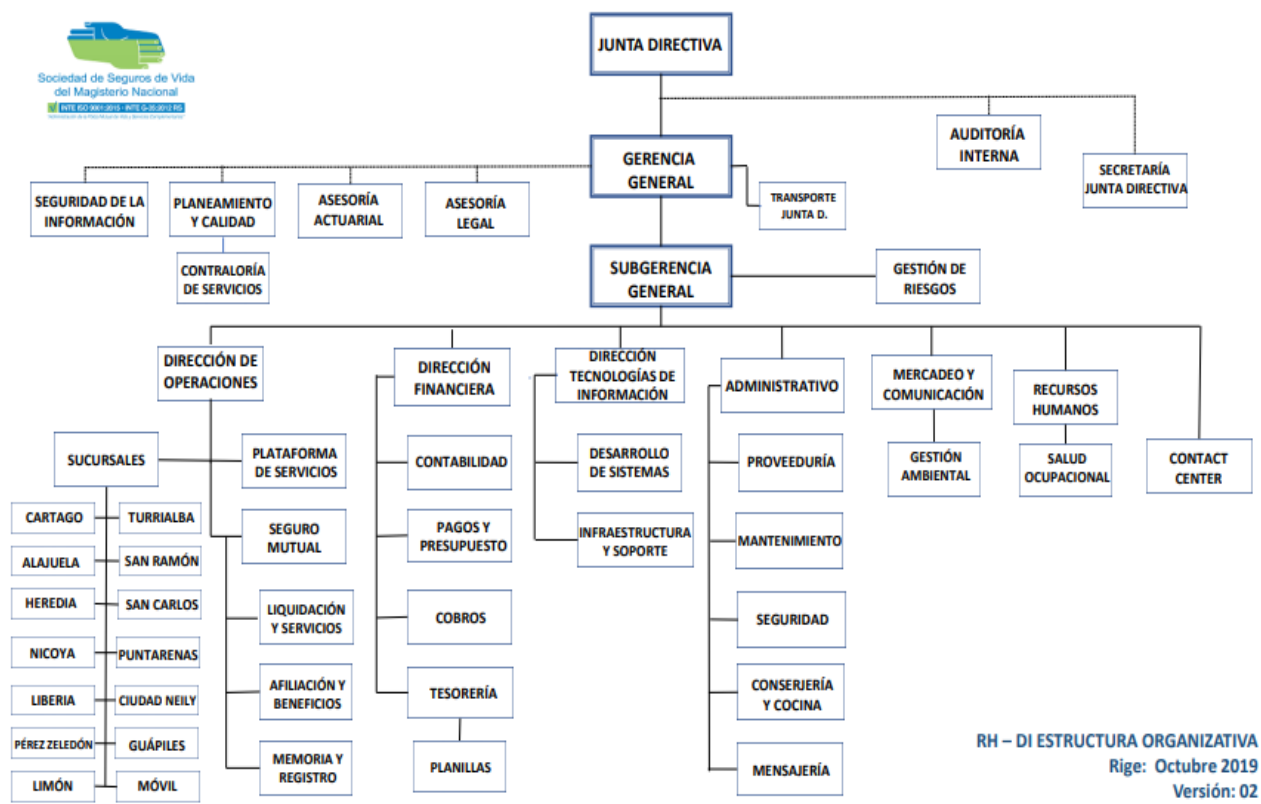


IMAGEN 3. ORGANIGRAMA DE LA SOCIEDAD DE SEGUROS DE VIDA DEL MAGISTERIO NACIONAL.

Fuente: Información proporcionada directamente por la SSVMN (2019).

2.1.1.2. Sistema de Gestión Integrado de la SSVMN

En la página web oficial de la SSVMN (2019), recuperado de (ssvmn.com), se puede visualizar en detalle en que consiste el Sistema de Gestión Integrado que tiene la Institución de la Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, la cual, desde el año 2016 se ha preocupado no sólo por el bienestar humano, sino que también incluye a las áreas ambientales, sociales y económicas; esto porque uno de sus principales valores es la solidaridad, por lo cual indican que “La solidaridad es uno de nuestros principales valores en la Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional. Priorizamos en el interés colectivo sobre el individual. Velamos

por el progreso humano, buscando el bienestar del medio que nos rodea” (Página web oficial SSVMN, 2019).

Su principal objetivo es ser una organización destacada por innovar con programas que se relacionen con su política de sostenibilidad, y gracias a esto, incursionaron en el modelo de la triple utilidad, que les ha ayudado a crear estrategias de negocio relacionadas con la sostenibilidad. Los objetivos para aplicar la triple utilidad son los siguientes:



IMAGEN 4. OBJETIVOS PARA APLICAR LA TRIPLE UTILIDAD EN LA SSVMN.

Fuente: Página web oficial de la SSVMN (2019), San José, Costa Rica.

Y dentro de las partes interesadas se encuentran:



IMAGEN 5. PARTES INTERESADAS DE LA SSVMN.

Fuente: Página web oficial de la SSVMN (2019), San José, Costa Rica.

Por otro lado, el alcance del Sistema de Gestión Integrado de la SSVMN involucra a toda la organización, es decir, incluye en sus procesos y actividades, tanto a sus oficinas centrales (ubicadas en San José) como a sus sucursales ubicadas en Alajuela, Heredia, Cartago, San Ramón, San Carlos, Puntarenas, Liberia, Nicoya, Pérez Zeledón, Ciudad Neilly, Guápiles, Turrialba y Limón.

2.1.1.2.1. Sistema Responsabilidad Social

2.1.1.2.1.1. Política de Responsabilidad Social

En la página web oficial de la SSVMN (2019), recuperado de (ssvmn.com), se puede visualizar en detalle en qué consiste la Política de Responsabilidad Social que tiene la organización, el cual menciona lo siguiente:

Nuestro modelo de gestión se adapta a las necesidades presentes. Se dirige a diversos sectores y procura su desarrollo óptimo.

Como organización, entendemos la importancia de nuestro aporte para con los demás, y de esta forma decidimos formular, implementar y mantener una política de responsabilidad social vinculada a los principios que conforman la filosofía empresarial de la empresa.

La Responsabilidad Social se encuentra certificada por la Norma ISO 26000, la cual le ayuda a las empresas tanto del sector público como privado a ser socialmente responsables, en el medio social, legal y ambiental. La ISO 26000 es una guía en la que se involucran 7 materias, que son:



IMAGEN 6. MATERIAS QUE COMPONEN LA ISO 26000.

Fuente: Revista Bienestar (2018), Edición N°36, SSVMN, San José, Costa Rica.

Además, para poder incluir todas estas materias a la organización, la SSVMN se compromete a cumplir los siguientes principios:



IMAGEN 7. PRINCIPIOS DE LA SSVMN.

Fuente: Informe de Responsabilidad Social Empresarial de la SSVMN, 2018, San José, Costa Rica.

Y la estrategia de Responsabilidad Social que la SSVMN ha trabajado y mejorado año con año en su organización es:



IMAGEN 8. PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA SSVMN.

Fuente: Informe de Responsabilidad Social Empresarial de la SSVMN, 2018, San José, Costa Rica.

Es necesario destacar que, la SSVMN obtuvo la certificación en Responsabilidad Social en el año 2017, con la Norma INTE G35:2012, por cumplir con todos los requisitos establecidos.

2.1.1.2.1.2. Programa de Responsabilidad Social Empresarial de la SSVMN

En la página web oficial de la SSVMN (2019), recuperado de (ssvmn.com), se menciona lo siguiente:

“Paralelo al compromiso social, nos interesa proteger nuestro patrimonio ecológico, respetando el legado que heredarán las futuras generaciones. Costa Rica cuenta con un gran tesoro ambiental que urge ser protegido. Dicho esto, nuestras intenciones son bastante claras: anhelamos seguir contribuyendo con el progreso y la paz de la sociedad costarricense, favoreciendo la creación de circunstancias favorables para un desenvolvimiento apropiado de sus habitantes de las comunidades, en un entorno protegido” (Página web de la SSVMN (2019), San José, Costa Rica).

Además, la SSVMN incluye los 7 distintos marcos (mencionados anteriormente) dentro de sus objetivos en la política de Responsabilidad Social, indicados en su página web (ssvmn.com) (2019), los cuales son:

1. Nuestros colaboradores	Velaremos por su crecimiento personal y profesional, garantizándoles un ambiente de trabajo con condiciones óptimas para el desempeño de sus labores.
2. Nuestros asociados	Les retribuiremos su constancia a través de las modalidades que hemos creado para apoyar sus funciones y respaldar su seguridad social.
3. Centros	Deseamos brindarles el soporte necesario para que puedan

educativos	optimizar sus servicios.
4. El ambiente	Ninguna de las actividades de la Sociedad de Seguros comprometerá el bienestar de los recursos naturales.
5. Los proveedores	Asimismo, nuestras acciones van dirigidas en pro del cuidado de nuestro patrimonio ambiental.
6. Mercadeo responsable	Nuestros esfuerzos no solo serán un asunto interno. Todos los actores involucrados en la producción, comercialización y difusión de los servicios ofrecidos por la Sociedad deberán estar altamente comprometidos con las metas de responsabilidad social que la institución trazó.
7. Gobernabilidad	En la administración de la Sociedad de Seguros se contemplará a través de los diferentes reglamentos internos creados para este fin. De igual manera, el sistema de gestión de la calidad se regirá a través de la norma ISO 9001:2008.

CUADRO 3. OBJETIVOS DE LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA SSVMN.

Por lo tanto, con estos enfoques se han logrado grandes cosas en la organización, en todos los marcos, y la SSVMN ha cumplido con lo mencionado en su Política de Sostenibilidad, ya que indica:

“La Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, se dedica a brindar protección financiera a sus asociados mediante el seguro mutual y sus servicios complementarios.

Por medio de nuestra estrategia de sostenibilidad se gestiona los impactos en nuestras partes interesadas tomando en consideración las dimensiones económica, social y ambiental.

Estamos comprometidos con la mejora continua de nuestros servicios y el cumplimiento de los requisitos legales y normativas que sean aplicables a nuestro Sistema de Gestión Integrado” (Revista Bienestar SSVMN, 2018).

Y dentro de estos logros, se pueden mencionar:

- Una cultura organizacional íntegra para los colaboradores, programas de capacitación, de cuidado de su salud, y una asociación de funcionarios.
- Ayuda para los asociados, tanto social como económica y personal.
- Programas complementarios para centros educativos y herramientas para los profesores asociados.
- Programas de reciclaje y reutilización de materiales.
- Proveedores de calidad y comprometidos con los ideales de la institución.
- Elevados estándares de excelencia, respaldados por la calidad de los servicios.
- Gestión de buenas prácticas laborales.

2.1.1.2.2. Servicios que ofrece la SSVMN

En la página web oficial de la SSVMN (2019), recuperado de (ssvmn.com), se encuentra la información de los servicios que la SSVMN ofrece, los cuales son:

-
- | | |
|--------------------------------|---|
| • Créditos | • Subsidios (activos, pensionados y agremiados) |
| • Designación de beneficiarios | • Reincorporaciones |
| • Incorporaciones | • Liquidación de póliza |
| • Anticipos de la póliza | • Otorgamiento de equipo ortopédico |
| • Anticipo de funeral | |

CUADRO 4. SERVICIOS QUE OFRECE LA SSVMN.

2.1.1.2.3. Sistema Gestión de Calidad

2.1.1.2.3.1. Política de Calidad

La excelencia de los servicios brindados por la SSVMN está respaldada desde Enero del año 2012, por la certificación ISO 9001:2008; al obtener esta certificación mediante Applus Certification Technological Center, se les garantiza a los asociados:

“la mejor protección financiera, mediante la creación de provisiones técnicas y un seguro catastrófico, resguardando la disponibilidad de recursos para atender el pago de reclamos del seguro mutual, así como el mantenimiento de una cartera de crédito que

permite solventar sus necesidades financieras” (Página web de SSVMN (2019), San José, Costa Rica).

Además, de que con esto se le brinda mejor atención al cliente porque se está más pendiente de las necesidades de los clientes, por lo tanto, con el paso de los años se ha ido aumentando la cantidad de servicios complementarios que la institución ofrece, por ejemplo, el otorgamiento de equipo ortopédico, anticipos, entre otros.

Así mismo, todos los procesos son documentados, para llevar un control de los estándares de calidad y de la atención a los clientes de forma personalizada, y se toman en cuenta las sugerencias que estos tienen; buscando siempre una mejora continua de las labores.

Por otro lado, en setiembre del 2017, se actualiza la certificación de calidad por medio de la norma INTE 9001:2015, la cual garantiza la mejora continua de los servicios de las organizaciones.

Dentro de los beneficios que la certificación con esta norma puede otorgarle a la institución están:

- La administración participa en el diseño de la política y objetivos de calidad, dándoles un seguimiento constante, velando porque estos se cumplan y estableciendo nuevas metas para la organización.
- El control de los procesos permite una mejora constante tanto en el desempeño como en evitar el desperdicio, además se mejora la capacitación y la calificación de los colaboradores.

- El tomar en cuenta las necesidades o sugerencias de los clientes, genera mayor satisfacción y mejora el sistema de atención al cliente.
- El control continuo de los procesos mejora la interacción y comunicación interna de los colaboradores, así como la medición de objetivos.

2.1.1.2.4. Sistema Carbono Neutro

Según lo indicado en el Informe Final de Responsabilidad Social de la SSVMN (2018), recuperado de (<https://ssvmn.com/wp-content/uploads/2019/08/INFORME-FINAL-RS-2018.pdf>), por medio de una medición de emisiones directa e indirecta de gases como el dióxido de carbono (CO₂), dentro de la institución de SSVMN (oficinas y sucursales) y de las actividades realizadas en la misma, en octubre del 2014, se nombra a la SSVMN como la primer aseguradora de Costa Rica en obtener la certificación Carbono Neutral, es decir, que cumplió con la Norma Nacional de Declaración de C-Neutralidad, INTE ISO 9001:2015.



Fuente: Informe de Responsabilidad Social de la SSVMN (2017), San José, Costa Rica.

Además, la institución con este reconocimiento pasa a formar parte del Programa País Carbono-Neutralidad, en el cual las organizaciones tienen acceso a dos niveles de reporte, los cuales son:

- Reporte de inventario de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), o huella de carbono.
- Declaración de Carbono Neutralidad.

Una vez se hayan hecho las mediciones necesarias anuales, si la organización cumple con los estándares requeridos, indicados en el informe de GEI, se procede a la “Declaración de Carbono Neutralidad bajo la norma “INTE 12-01-06”” (Página web oficial de la SSVMN (2019), San José, Costa Rica). Cabe resaltar, que la verificación de las mediciones realizadas lo hace el Ente Costarricense de Acreditación (ECA), para garantizar la veracidad de los datos.

La actualización de la verificación de Carbono Neutralidad de la Institución será realizada durante el mes de noviembre del 2019, pues como es anualmente que se realiza, se estará verificando en esta la Carbono Neutralidad del año 2018.

Es importante tener en cuenta que, la SSVMN en el Primer Encuentro de Carbono Neutralidad 2021, recibió un reconocimiento que la acredita como una organización que contribuye con que el país alcance la Carbono Neutralidad en el 2021.



IMAGEN 9. CERTIFICADO DE CARBONO NEUTRALIDAD DEL 2021 PARA LA SSVMN.

Fuente: Informe de Responsabilidad Social de la SSVMN (2017), San José, Costa Rica.

Dentro de los programas amigables con el ambiente que realiza la Institución SSVMN, están:

- Programa de Reciclaje “Pienso Verde”, el cual tiene el fin de maximizar la valorización de los residuos sólidos de la Institución.
- Programa “Dele Pila al Mundo”, el cual se enfoca en darle un modo de desecho adecuado a las baterías.

La campaña
"Dele Pila al Mundo" se realiza en
 el mes de **JUNIO**



IMAGEN 10. CAMPAÑA "DELE PILA AL MUNDO", DE LA SSVMN.

Fuente: Informe de Responsabilidad Social de la SSVMN (2017), San José, Costa Rica.

- Programa "Pienso Verde", el cual se enfoca en crear modelos de reciclaje para los Centros Educativos, que forman parte del proyecto.



IMAGEN 11. PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL "PIENSO VERDE", DE LA SSVMN.

Fuente: Informe de Responsabilidad Social de la SSVMN (2017), San José, Costa Rica.

- Programa “Carbono Neutro”, el cual contribuye con el país para alcanzar la Carbono Neutralidad en el 2021.

2.2. Contexto Teórico – Conceptual

2.2.1. Gestión del Talento Humano

La gestión del Talento Humano en las últimas décadas ha pasado por muchos cambios, tanto así que ahora se le considera como una “función autónoma dotada de contenidos propios y considerada como trascendente para el resto de la organización” (Plaza-Angulo, 2018, p. 14). Y se ha dado la modificación a la forma en la que se ve a las personas en el ámbito organizacional, lo cual va relacionado con la evolución de las teorías de la administración, en este caso, se vincula con la Teoría del Comportamiento Humano, la cual propone los modelos de cambio empresarial con un rápido ajuste a las necesidades del entorno, además con esta teoría las empresas se comienzan a preocupar tanto por la organización como por sus colaboradores.

Por su parte, Chiavenato, (2017), en su libro *Administración de Recursos Humanos. El Capital Humano de las Organizaciones*, confirma esto diciendo “la gestión de recursos humanos (GRH) es un campo de estudio relativamente nuevo, que pasó y está pasando por profundos cambios y transformaciones. Su papel está en expansión y cada vez es más estratégico y menos operativo” (p. 96). Es decir, que ahora las organizaciones enfatizan más en la supervivencia, el crecimiento y la eficacia, de la mano con sus colaboradores; pues los encargados de la gestión de talento humano se preocupan porque sus colaboradores no sólo logren objetivos organizacionales, sino también los individuales.

Así que, debido a que según lo indicado por Chiavenato, (2017), “En el transcurso del siglo XX, las organizaciones pasaron por tres etapas: industrialización clásica, industrialización neoclásica y la de información” (p. 7). En el siguiente cuadro, se observan las características de cada una de las etapas y el período de tiempo en que se ubican.

	Industrialización clásica	Industrialización neoclásica	Era de la información
Período	1900-1950	1950-1990	Después de 1990
Estructura organizacional predominante	Funcional, burocrática, piramidal, centralizada, rígida e inflexible. Énfasis en las áreas.	Matricial y mixta. Énfasis en la departamentalización por productos, servicios u otras unidades estratégicas de negocios.	Fluida y flexible, totalmente descentralizada. Énfasis en las redes de equipos multifuncionales.
Cultura organizacional	Teoría X. Orientada al pasado, a las tradiciones y a los valores. Énfasis en el mantenimiento del status quo. Valor a la experiencia.	Transición. Orientada al presente y a lo actual. Énfasis en la adaptación al ambiente.	Teoría Y. Orientada al futuro. Énfasis en el cambio y en la innovación. Valora el conocimiento y la creatividad.
Ambiente organizacional	Estático, previsible, pocos cambios y graduales. Pocos desafíos ambientales.	Intensificación de los cambios, que se dan con mayor rapidez.	Cambiante, imprevisible, turbulento.
Modo de tratar a las personas	Personas como factores de producción inertes y estáticos, sujetos a reglas y reglamentos rígidos que los controlen.	Personas como recursos organizacionales que necesitan administrarse.	Personas como seres humanos proactivos, dotados de inteligencia y habilidades, que deben motivarse e impulsarse.
Visión de las personas	Personas como proveedoras de mano de obra.	Personas como recursos de la organización.	Personas como generadoras de conocimiento y competencias.
Denominación	Relaciones industriales.	Administración de recursos humanos.	Gestión del talento humano.

IMAGEN 12. LAS TRES ETAPAS DE LAS ORGANIZACIONES EN EL TRANSCURSO DEL SIGLO XX.

Fuente: Chiavenato. (2017, p. 9).

Paralelo a estos cambios también se ha dado la modificación al término utilizado para referirse a los colaboradores, ya que como se puede notar en la definición de Chiavenato se utiliza el término “gestión de recursos humanos”, el cual se utilizaba en la etapa de la Industrialización Neoclásica, pero ahora con la Era de la Información (época actual) las personas se han dado cuenta de que no son un recurso, sino que lo que ellos le venden a las empresas es su

talento. Entiéndase que según el Diccionario de la Real Academia Española, (2019), la definición de recurso es: “Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa” y el ser humano no es un elemento; mientras que la definición de talento es: “Persona inteligente o apta para determinada ocupación.”, lo cual calza más con lo que realmente hace una persona en su trabajo en una organización.

También, se debe tener clara la diferencia entre el concepto de administración y de gestión, pues para Chiavenato, (2017), administración es “el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales” (p. 225), mientras que según varios autores la gestión es ir más allá de los procesos para obtener más recursos.

Entonces, se puede definir gestión de talento humano, según Chiavenato, (2017), como el momento cuando “las personas dejan de ser simples recursos (humanos) organizacionales y se les considera seres dotados de inteligencia, conocimientos, habilidades, personalidad, aspiraciones, percepciones, etc.” (p. 8).

Además, como lo indica Plaza-Angulo, (2018), “El factor humano, es el recurso estratégico por excelencia y, por tanto, sin su cooperación y compromiso peligraría el progreso de cualquier organización, ya sea pública o privada” (p. 15), y “en la actual sociedad del conocimiento la persona pasa a ser el eje del sistema ya que es la principal depositaria del factor determinante del éxito: el conocimiento” (Plaza-Angulo, 2015, p. 16).

Por su parte, Loli P. et al., (2015), indica que “el factor humano es percibido como el único factor de la producción que da real ventaja competitiva a las organizaciones; en la medida en que los demás factores son sustituibles, se puede conseguir en el mercado con las mismas condiciones

tecnológicas y financieras de la competencia” (p. 107). Lo cual viene a reforzar el concepto que indica Plaza Angulo (2018), indicado anteriormente; ya que gracias a que existe el talento humano es que las organizaciones pueden funcionar correctamente.

Según Chiavenato, (2017), los objetivos de la gestión de talento humano han ido cambiando con el pasar del tiempo y ahora:

“Sus objetivos se están centrando cada vez más en el negocio de la organización e introduciendo ventajas competitivas a través de la creación, desarrollo, difusión y aplicación del conocimiento corporativo en forma de habilidades esenciales para el éxito del negocio” (p. 96).

Así, también los procesos para la gestión de talento humano ahora son: “integrar, organizar, retener, desarrollar y evaluar a las personas” (p. 100). En el siguiente cuadro, se observan las características de cada uno de los procesos.

Proceso	Objetivo	Actividades
Atracción (o provisión)	Quiénes trabajarán en la organización	Investigación del mercado de GRH Reclutamiento de personas Selección de personas
Organización	Qué harán las personas en la organización	Integración de las personas Diseño de puestos Descripción y análisis de puestos Evaluación del desempeño
Retención	Cómo conservar a las personas que trabajan en la organización	Evaluación de resultados Remuneración y retribuciones Prestaciones y servicios sociales Clima organizacional Calidad de vida en el trabajo Higiene y seguridad en el trabajo Relaciones sindicales
Desarrollo	Cómo preparar y desarrollar a las personas	Capacitación Desarrollo organizacional
Evaluación	Cómo saber lo que son y lo que hacen las personas	Aprendizaje organizacional Conocimiento corporativo Creación y desarrollo de competencia Banco de datos/ Sistemas de información Controles – Constancia – Productividad – Equilibrio social

IMAGEN 13. LOS PROCESOS BÁSICOS EN LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO.

Fuente: Chiavenato. (2017, p.102).

Un aspecto importante que indica Encalada, Pacheco Rodríguez, Romero Vélez, Coello Arrata, & Armas Ortega, (2016), en la publicación *La Cultura Organizacional- Eje de Acción de la Gestión Humana*, es que “Toda organización que se considera inteligente, dinámica, con buen ambiente laboral debe dar prioridad al desarrollo del talento, el cual permite que las personas se comprometan con su trabajo y obtengan resultados excepcionales en el tiempo” (p. 40).

Y finalmente, las políticas de la gestión de talento humano son la forma en que cada organización desea tratar a sus trabajadores para que en conjunto alcancen sus objetivos; según Chiavenato, (2017), son las políticas de: integración, organización, retención, desarrollo y evaluación del talento humano.

2.2.2. Cultura Organizacional

Según lo indicado por Pérez, Milian, Cabrera, & Victoria, (2017), en su artículo de posición “*Desarrollo organizacional, cultura organizacional y clima organizacional. Una aproximación conceptual*”, el concepto de cultura organizacional surge a finales de la década de los 70’s, pero desde los años 30’s la Escuela de Relaciones Humanas ya estaba analizando este término.

La cultura organizacional, es a nivel institucional, es decir, como son las costumbres, los comportamientos, creencias y valores que los miembros de la organización comparten; y como en toda cultura todos estos aspectos marcan la forma en la que los integrantes deben comportarse; todo esto se da en un ambiente o clima organizacional. “Los empleados “aprenden” dicha cultura de diversas maneras, las más comunes son a través de historias, rituales, símbolos materiales y lenguaje”. También, “aquellas organizaciones en que los valores fundamentales están profundamente arraigados y son compartidos, tienen mayor influencia sobre los empleados, además se ha encontrado que son más leales y están asociadas con el alto desempeño organizacional” (Pérez et al., 2017, p. 93).

En toda empresa existe una cultura organizacional diferente pero siempre va a cumplir con las mismas funciones dentro de la organización, las cuales son:

“En primer lugar, cumple la función de definir los límites hasta los que los comportamientos difieren unos de otros. Segundo, transmite un sentido de identidad a sus miembros. Tercero, facilita la creación de un compromiso personal con algo más amplio que los intereses personales del individuo. Cuarto, incrementa la estabilidad del sistema social” (Pérez et al., 2017, p. 94).

Por lo tanto, una cultura organizacional estable en la institución es sumamente importante ya que, si la cultura organizacional cambia periódicamente los trabajadores se van a sentir inseguros e inclusive incómodos en la organización, lo cual afecta el desempeño laboral, la satisfacción, el compromiso y la lealtad.

Dentro de la importancia de conocer sobre la cultura organizacional de la empresa se tiene que:

“en la cultura de la empresa se da la intervención colectiva y que por medio de un periodo de tiempo se desarrollan las acciones, las políticas y decisiones, como también un gradual establecimiento de procedimientos tanto formales como informales. Es además, un sistema de significados que son compartidos por una gran parte de los individuos de una empresa y que dan diferencia entre una y otra.

La cultura organizacional se presenta como la cultura dominante dentro de una organización y son los valores centrales que comparte la mayoría de los integrantes de un organismo empresarial” (Ruiz & León, 2014, p. 130).

Por lo que en toda institución se debe tener claro cuál es la cultura organizacional, ya que esta da paso a la influencia del clima organizacional; y hay que aclarar que estos no son sinónimos, sino que la cultura organizacional conlleva al clima organizacional de la empresa.

2.2.2.1. Clima Organizacional

Según lo mencionado por Galarza, (2015), en su publicación *Problemas Teóricos del Clima Organizacional: Un Estado De La Cuestión*, el término de clima organizacional se inicia en la Teoría General de la Administración, luego este concepto se deja un poco de lado a nivel

institucional, y es hasta que surge la Teoría de las Relaciones Humanas, que Elton Mayo retoma este término debido a que nota que existen relaciones interpersonales entre trabajadores, luego con la Teoría de Sistemas surge nuevamente la observación de que en las organizaciones existe un sistema social, pero el concepto como tal lo llega a indicar el psicólogo Kurt Lewin.

El concepto de clima organizacional según Pérez et al., (2017):

“se refiere a las características del medio ambiente de trabajo, las cuales son percibidas directa o indirectamente por los trabajadores que se desempeñan en ese medio. Este tiene repercusiones en el comportamiento laboral y es una variable interviniente que media entre los factores del sistema organizacional y el comportamiento individual” (p. 95).

Mientras que, para Chiavenato, (2017), clima organizacional se define como “la cualidad o propiedad del ambiente de la organización que:

1. Perciben o experimentan los miembros de la organización.
2. Influye en su comportamiento” (p. 50).

Así que, el clima organizacional se da por la interacción de los trabajadores entre ellos mismos y su entorno. Además, Galarza, (2015), afirma que “se ha visto que climas propicios parecen elevar la satisfacción”, lo cual tiene relación con lo citado por Chiavenato anteriormente.

Y Pérez et al., (2017), aporta a lo anterior, afirmando que:

“El clima, junto con la cultura y el desarrollo organizacional forman un sistema interdependiente altamente dinámico, donde la estructura, el funcionamiento y el comportamiento individual son elementos determinantes en su desarrollo.

Las características del sistema organizacional generan un determinado clima organizacional. Este repercute sobre las motivaciones de los miembros de la organización y sobre su correspondiente comportamiento. Este comportamiento tiene obviamente una gran variedad de consecuencias para la organización como, por ejemplo, productividad, satisfacción, rotación, adaptación, entre otros” (p. 95).

No obstante, es importante saber hasta qué punto el clima organizacional influye en los colaboradores, pues pueden existir en la organización otras variables que también interfieren en el comportamiento de estos, para lo que Pérez et al., (2017) indica que:

“delimita al clima organizacional, como el conjunto de percepciones de los trabajadores en relación con las características relativamente estables de la organización que influyen en las actividades, el comportamiento de sus miembros, y en el ambiente psicosocial en el que se desenvuelven en una organización determinada” (p. 95).

Dentro de la importancia de este tema en las organizaciones hay que conocer que: “el clima organizacional basa su fundamento en la influencia que ejerce sobre el comportamiento de los trabajadores, siendo vital su diagnóstico que permita el diseño de estrategias empresariales” (Ruiz & León, 2014, p. 128).

Por lo anterior, se puede concluir que el clima organizacional es un tema que involucra a la organización como un todo y que influye considerablemente a los colaboradores, por lo que “es, actualmente, un concepto instrumental y totalizador, pues a través del estudio de este colectivo de percepciones es posible formarse una idea global de una organización en lo atinente a sus procesos humanos principalmente” (Galarza, 2015, p. 360).

Y, por último, dentro de los beneficios de conocer el clima organizacional de la empresa están:

“Primero, permite detectar lo que piensa el personal de la empresa y no se atreve a revelar abiertamente. ... Segundo, pero conectado con lo anterior, los estimados de clima se constituyen en un medio de comunicación entre directivos y trabajadores. El personal descubre, tiempo después de la medición de clima, si su opinión es valorada y considerada importante por la dirección. ... Tercero, los estudios de clima orientan las acciones de mejora. Al señalar cuáles deben ser, según los colaboradores, los aspectos de la empresa que deben reformarse, los estudios de clima tornan a la administración en un ente más eficiente y conectado con la realidad” (Galarza, 2015, p. 360).

2.2.2.1.1. Compromiso Organizacional

Recientemente se ha dado a conocer que ha ocurrido una evolución del clima organizacional al concepto de compromiso organizacional, este se da principalmente, porque a la hora de medir el clima organizacional de la institución, muchos evaluadores se dieron cuenta que las preguntas que se aplicaban en los cuestionarios de evaluación no llegaban a dar resultados reales de cómo se sentía el colaborador en la empresa, por lo que acordaron que sería mejor medir que tan comprometido se encuentra el colaborador con la organización.

Sin embargo, nunca se deja de lado al clima organizacional, siempre se tiene en cuenta, al velar porque el “compromiso organizacional que se construya en cada uno de sus miembros esté alineado a los principios, los valores, la misión y objetivos de la organización” (Loli P. et al., 2015, p. 107).

El concepto de compromiso organizacional se indica en la Revista IIPSI, en la publicación titulada “*Compromiso organizacional y sentimiento de permanencia de los profesionales en las organizaciones públicas y privadas de Lima Metropolitana*”, en donde se mencionan definiciones dadas por varios autores, las cuales son:

““grado en que un empleado participa en su trabajo” (Allport, 1943), “creencia en las metas” (Porter, Steers, Mowday y Boulain, 1974), “estado psicológico” (Meyer y Allen, 1991, 1993), “apego afectivo” (Bayona, Goñi y Madorrán, 2000), “estado interno de la persona” (Lagomarsino, 2003), “vínculos que mantienen ... apegado a una empresa” (Arciniega, s/f), “deber moral o psicológico adquirido” (Arias Galicia, 2003), identificación del individuo con la organización que lo emplea (Robbins, 2009:79; Díaz y Montalbán, 2004), “vínculo o lazo del individuo con la organización” (Matihieu y Zajac, 1990).” (Citado por Loli P. et al., (2015, p. 107).

Según lo mencionado por Loli P. et al., (2015), en diversos estudios se ha observado que el compromiso tiene tres componentes relevantes, que son:

“**afectivo**, referido a lazos emocionales que las personas forjan con la organización al satisfacer sus necesidades y expectativa;

de continuidad, o conveniencia, referido a darse cuenta respecto a la inversión en tiempo y esfuerzo que se perderían en caso de dejar la organización para encontrar otro empleo, en otros términos, “...la intención de permanecer aparece como un cálculo de costo beneficio” en la percepción de March y Simon (1977),

y **el compromiso normativo**, referido a la creencia en la lealtad a la organización en correspondencia a ciertas prestaciones (Meyer y Allen, 1991), debido, entre otros, al proceso de socialización que experimentan los trabajadores al incorporarse a la misma (Baker, 1990), desarrollando fuertes sentimientos de obligación de permanecer en la empresa” (March, 1997) (Loli P. et al., 2015, p. 107).

Además, conforme han surgido mayor cantidad de estudios relacionados con este tema, los investigadores se han dado cuenta que el componente que más predomina en el compromiso organizacional es el afectivo, ya que “hay un lazo emocional de identificación y pertenencia que une al empleado con la organización, en el compromiso de conveniencia dicha vinculación está condicionada al costo beneficio, por lo que el sentimiento de retiro o permanencia está latente y en el compromiso normativo desarrollan un fuerte sentimiento de permanencia”, es decir, que estos últimos lo que dan es una “connotación emocional de permanencia o no de los empleados en la organización” (Loli P. et al., 2015, p. 109).

Otras investigaciones han arrojado resultados que es importante mencionar, ya que uno de los factores influyentes en el compromiso organizacional es “el apoyo organizacional; es decir, el hecho de que la organización brinde un soporte en caso de que los empleados necesiten ayuda ante emergencias, además que se les considere como personas” (Loli P. et al., 2015, p. 109). También, se encontró que existe relación “con otras variables como satisfacción en el trabajo,

compromiso con el trabajo, sentimiento de permanencia, claridad del rol, entre otras” (Loli P. et al., 2015, p. 109).

Por otro lado, se encuentra cierta relación entre el compromiso organizacional y las variables del empowerment (empoderamiento):

“Se utiliza como referencia un modelo generado con base en la descripción del empowerment en cuatro dimensiones: significado, competencia, autodeterminación e impacto; y del compromiso organizacional en tres: compromiso continuo, normativo y afectivo. ...el empowerment es un predictor del compromiso organizacional; y al analizar cada una de las dimensiones, se observa que solo el compromiso afectivo tiene un impacto directo en las cuatro dimensiones planteadas” (Ríos, Téllez y Ferrer, 2010, citado por Loli P. et al., 2015, p. 109).

2.2.3. Habilidades Blandas

2.2.3.1. Diferencia entre Habilidad y Competencia

Antes de proceder a definir las habilidades blandas se debe tener en cuenta la diferencia que existe entre la definición de habilidades y la de competencias, ya que muchas veces el no conocer esto, puede conducir a errores a la hora de explicar.

Por lo tanto, Cobo, (2017), en la publicación <<Habilidades y competencias para trabajadores knowmáticos>> menciona:

“dos definiciones pertinentes elaboradas por el Centro Europeo para el Desarrollo de la Formación Profesional (Tissot, 2004) y publicados en el glosario multilingüe europeo:

Habilidad: El conocimiento y la experiencia necesarios para llevar a cabo una tarea o un trabajo específico.

Competencia: La capacidad de aplicar los conocimientos, el ‘know-how’ y las habilidades en una situación habitual o cambiante”.

Como se puede observar estas no son excluyentes entre sí, sino que llegan a complementarse en algún momento en el ambiente laboral, pues como lo indica Ortega Sánchez, (2016):

“Las capacidades de integrar equipos y de adaptarse a los cambios son tomadas como habilidades centrales en el mundo empresarial. Por tanto, es necesario considerar las competencias emocionales, tales como la iniciativa, la automotivación, la adaptabilidad, ...como fundamentales en relación al rendimiento laboral” (De León, 2012, p. 26).

2.2.3.2. Concepto de Habilidades Blandas

El concepto de habilidades blandas, también conocidas como “Soft Skills” (por su traducción al inglés), se debe tener presente para el desarrollo de este trabajo pues, es un concepto del que surge la inteligencia emocional. Este es un concepto relativamente nuevo, surge a principios del siglo XXI, y las empresas actualmente están prestando mayor atención a que sus colaboradores cuenten con las habilidades blandas, como lo menciona Riaño, (2019), estas son “determinantes para la empleabilidad”; ya que contribuyen a su valor agregado, y mejoran la eficiencia y eficacia para cumplir metas. Estas habilidades también son conocidas en el ámbito empresarial como habilidades centrales, debido a lo anteriormente mencionado; y según a lo que indica Barquero, (2019), en la publicación <<Habilidades blandas ganarán el pulso a las máquinas>> en el diario

La República, “Ante la automatización y la desaparición de empleos, contar con habilidades blandas será un factor determinante para competir contra las máquinas”.

Entonces, las habilidades blandas “son los recursos, independientes de la capacidad intelectual, basados en la autorregulación” (Carreres, 2019). En otras palabras, “se trata de un paquete de rasgos intrapersonales y que son mucho más difíciles de medir y enseñar; por lo menos en los entornos tradicionales de clase” (Riaño, 2019). Por este motivo es que, este último escritor, menciona que: “corresponden no solo a herramientas comportamentales, sino también cognitivas y por lo tanto son vitales para sobrevivir en un entorno tan exigente”.

Un concepto mucho más explícito de habilidades blandas es “aquellos atributos sociales, comunicacionales y de personalidad que ayudan a las personas a interactuar eficazmente con otras, capacidad para trabajar en equipo, compromiso, adaptación al cambio, entre otras.” (CHV Noticias, 2019). Mientras que, la Revista Poder y Finanzas lo define como “el resultado de una combinación de habilidades sociales, de comunicación, de forma de ser, de acercamiento a los demás, entre otras, que hacen a una persona dada a relacionarse y comunicarse de manera efectiva con otros” (Revista Poder y Finanzas, 2019).

Estas son habilidades que se pueden enseñar mediante diferentes tipos de actividades, “Por ejemplo, pensemos en ¿cómo enseñar motivación o flexibilidad mental en un aula de clase?, en efecto se pueden crear actividades para ello, pero va a ser más complicado evaluar el nivel de desempeño en una de estas características” (Riaño, 2019). Además, como lo indica Xavier Michel, director de Spring Professional para una entrevista otorgada a CHV Noticias, (2019),

“Hoy, las habilidades blandas son tan importantes como las técnicas, ya que las primeras no se enseñan y responden más a un autoaprendizaje. En ese sentido, las soft

skills no son fáciles de encontrar y a su vez son muy demandadas, ya que complementan el 50% de un perfil profesional que ya cuenta con conocimientos y estudios en un área específica”.

Complementando esto, la profesora Milena Sotela Ramírez menciona en una entrevista brindada al diario La República, (2019), que: “Es la única ventaja competitiva que tendrán los seres humanos ante la automatización. Al desarrollarlas, podrán asumir nuevos puestos, lo cual refuerza la latente necesidad de fortalecer nuestras habilidades blandas, como el valor que no podrá ser suplantado”.

Además, Jonny Robles director de Tecnología de Impesa, menciona en una entrevista brindada al diario La República, (2019), que:

“...hay complejidades cuyas soluciones requieren la aplicación o puesta en práctica de esas habilidades blandas, de comprensión y aplicación a partir del sentido común, el discernimiento, el orden y el trabajo en equipo. No solo hará que se maximicen los esfuerzos, sino que se minimizarán los riesgos y hasta las pérdidas de tiempo y dinero de cualquier compañía”.

Por lo tanto, se puede inferir de estas entrevistas que hoy en día las habilidades blandas son sumamente importantes en el mundo laboral y que los colaboradores deben de potencializarlas o mejorarlas para garantizar un desempeño laboral alto.

A continuación, según un informe elaborado por LinkedIn, se nombran las que se consideran como las principales habilidades blandas con las que un colaborador debe contar:

1. Buena comunicación	2. Buena organización
3. Trabajo en equipo	4. Puntualidad
5. Pensamiento crítico	6. Sociable
7. Ser creativo	8. Habilidades interpersonales de comunicación
9. Facilidad de adaptación	10. Personalidad amigable

CUADRO 5. PRINCIPALES HABILIDADES BLANDAS QUE DEBE TENER UN COLABORADOR.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información citada en Revista Poder y Finanzas, (2019).

2.2.4. Inteligencia Emocional

Para poder entender todo lo relacionado con la inteligencia emocional primero, se deben explicar ciertos conceptos como las emociones, la personalidad, y los tipos de inteligencias que existen, para poder comprender la relación y la influencia de la inteligencia emocional en las personas.

2.2.4.1. Emociones

Las emociones siempre han estado presentes en el ser humano, y han sido parte importante de su evolución como personas. “Etimológicamente, emoción significa impulso que induce hacia la acción” (Arévalo Onieva, 2017, p. 14). No obstante, debido a que las emociones son algo intangible y abstracto, para muchos ha sido complicado poder llegar a una definición concreta, ya que además puede ser evaluada desde muchas perspectivas. Debido a esto, se realizó una investigación bibliográfica sobre el concepto de emoción, dentro del cual se puede mencionar que existen muchas perspectivas planteadas a lo largo del tiempo, por ejemplo:

“La visión biológica o básica considera que las emociones son un patrón observable específico y limitado de respuestas desencadenadas por la interpretación de una situación u objeto como amenazante para el bienestar y la supervivencia (Deigh, 2010; Ekman, 1999).

...la noción funcionalista de las emociones. Las describe como resultado de la percepción del individuo, es decir, de su experiencia subjetiva, de los cambios fisiológicos que se generan y su impacto personal (Deigh, 2010; Martínez Pérez, Retana, & Sánchez Aragón, 2009).

La perspectiva construccionista considera que la emoción es resultado de la ejecución de una serie de procesos coordinados como la activación, la apreciación, la conciencia y la experiencia emocional que guían la conducta” (Fridja, 2008; Mandler, 1990; Russell, 2015, citado por Gómez Pérez & Calleja Bello, 2016, p. 97).

Además, existen otras perspectivas que actualmente se consideran las más relevantes, pues se considera que los conceptos que brindan son un poco más acertados a la realidad, estas son:

“La perspectiva apreciativa (Gross & Feldman-Barret, 2011), la de mayor influencia en la actualidad, considera a la emoción como una respuesta producida por la interpretación o análisis cognitivo de un evento significativo para el individuo, que lo prepara para desarrollar y ejecutar acciones adaptativas y funcionales (Reidl & Jurado, 2007; Scherer, 2005).

... la relacional, que las conceptualiza como un fenómeno social que da señales para interpretar el entorno y comprender a las personas que se hallan en él, en función de la

cultura, las normas morales y el contexto, de manera que permite modificar las relaciones sociales o mantener su estado” (Mesquita, 2010; Solomon, 1999, citado por Gómez Pérez & Calleja Bello, 2016, p. 97).

También se encontró que, muchos autores coinciden en decir que:

“emoción es un fenómeno humano con componentes tanto fisiológicos como psicológicos y conductuales, que tiene bases evolutivas (se desarrollan y se vuelven más complejas conforme la persona crece, independientemente de la cultura), adaptativas (le ayudan a sobrevivir y a funcionar adecuadamente) y funcionales (dependen del entorno y le permiten modificarlo), y que requieren de una interpretación de objetos, personas o situaciones, que la preparan para realizar determinadas acciones y comunicar su estado a quienes la rodean.

... es una respuesta del individuo ante los estímulos del entorno que coordina diferentes sistemas y tiene como objetivo proporcionar información para influir en él según sus necesidades” (Gómez Pérez & Calleja Bello, 2016, p. 98).

Teniendo otros conceptos en cuenta, el Diccionario de la Real Academia Española (2019), define emoción como: “Alteración del ánimo intensa y pasajera, agradable o penosa, que va acompañada de cierta conmoción somática.”, mientras que como lo afirma Manrique Solana, (2015), desde el punto de vista coloquial, “La emoción es lo que uno siente, es el corazón; la inteligencia, la capacidad de comprender y moverse en el mundo” (p.803). Teniendo estos dos últimos conceptos en cuenta, se puede observar que lo que tienen en común es que una emoción es aquello que hace que se altere el ánimo, o que produce un sentimiento.

Además, muchos autores han llegado a la conclusión de que existen dos niveles en los que se pueden clasificar a las emociones tomando en cuenta las características, la etapa del desarrollo en que aparecen y la función que desempeñan; estos niveles son:

<p>Emociones Primarias</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Surgen desde los primeros momentos de la vida. • Son discretas. • Corresponden a una función adaptativa. • Con desencadenantes específicos. • Por ejemplo, sorpresa, ira, miedo, alegría, tristeza, entre otras.
<p>Emociones Secundarias</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocidas también como <u>Sociales</u>, <u>Morales</u> o <u>Autoconscientes</u>. • Aparecen junto con la identidad personal (luego de los dos años). • Por ejemplo, envidia, orgullo, vergüenza o culpa.

CUADRO 6. NIVELES EN LOS QUE SE CLASIFICAN LAS EMOCIONES Y SUS CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES.

Fuente: Elaboración propia, a partir de la información citada por Gómez Pérez & Calleja Bello, (2016, pp. 97-98).

Por otra parte, como lo indica García Sedeño, (2016),

“al considerar las emociones como parte del engranaje de la mente y no como una contingencia o accidente de ésta, permite valorarlas como un factor importante en las teorías éticas y por ende en el estudio de la política, las culturas, en definitiva, en todo lo referente al ser humano” (p. 12).

Lo que deja claro la importancia de conocer el concepto de las emociones y de cómo afectan al ser humano en su vida cotidiana, ya que, además, la respuesta emocional de los individuos se define como: “conjunto de sistemas que incluyen, principalmente, la experiencia personal..., la expresión (facial, corporal, verbal), las respuestas fisiológicas periféricas y el comportamiento” (Gross & Feldman-Barret, 2011; Pekrun & Bühner, 2014; Reeve, 2005, citado por Gómez Pérez & Calleja Bello, 2016, p. 98).

Y hay que resaltar el impacto que tienen las emociones de una persona en otra, pues como lo menciona Arévalo Onieva, (2017) “las expresiones faciales junto con otras manifestaciones de la comunicación no verbal, juegan un papel importante en el desarrollo y regulación de los vínculos sociales, al poner de manifiesto los estados emocionales experimentados por otras personas” (p.15). Esto debido a que como lo dicen Gómez Pérez & Calleja Bello, (2016), “la emoción ...determina el comportamiento en gran medida” (p. 98), y “La emoción que experimenta un individuo (ya sea positiva o negativa) lo moviliza hacia la acción y lo impulsa a ejecutar los pasos necesarios para alcanzar sus objetivos” (p. 99).

2.2.4.1.1. Diferencia entre emoción, sentimiento y estado de ánimo.

Hay que tener en cuenta que emoción no es lo mismo que sentimiento, pues sentimiento es “estado afectivo del ánimo” (DRAE, 2019), y como lo define Manrique Solana, (2015), en la

publicación *la Cuestión de la Inteligencia emocional*, las emociones “se presentan como un fenómeno individual, transparente, intenso e inmediato. No tienen una base aprendida, histórica, cultural, de clase o económica que sea relevante. Son igualmente definidas para todos los seres humanos” (p. 804); por lo que se puede entender que la emoción es algo pasajero, es decir, que ocurre en el momento, reaccionando a diferentes estímulos; mientras que sentimiento va más allá de la emoción, es decir, es más duradero y es causado por el estado de ánimo de la persona, en este influye el razonamiento de cada persona. Mientras que, la definición de estado de ánimo es:

“es el humor o tono sentimental, agradable o desagradable, que acompaña a una idea o situación y se mantiene por algún tiempo. Es un estado, una forma de estar o permanecer, que expresa matices afectivos y cuya duración es prolongada, de horas o días” (Asociación Mentes Abiertas, 2019, Trastornos del Estado de Ánimo).

Así que, el estado de ánimo va aún más allá que los sentimientos y la emoción; en la siguiente imagen se ejemplifican mejor estos conceptos.

	EMOCIÓN	SENTIMIENTO	ESTADO DE ÁNIMO
Cambios fisiológicos	Notable e incontrolable	Puede o no haber registro evidente	Expresión facial y corporal permanente
Duración	Repentina y momentánea	Duradero y profundo	Perdurable en el tiempo
Estímulo	Evento significativo	Atribución que da sentido a la experiencia	Difuso

IMAGEN 14. COMPARACIÓN DE EMOCIÓN, SENTIMIENTO Y ESTADO DE ÁNIMO.

Fuente: PSO Psicología (2014), recuperado de <https://psopsicologia.blogspot.com/2014/09/emocion-sentimiento-estado-emocional.html>

2.2.4.1.2. Conciencia, Regulación y tensión emocional.

Todas las personas deben tener **conciencia emocional**, es decir, la “habilidad para identificar las emociones en el mismo instante en el que ocurren, constituyendo la habilidad más básica y los cimientos sobre los que se desarrollará la inteligencia emocional” (Ardila, 2007; Ruiz et al., 2013, citado por Arévalo Onieva, 2017, *Conciencia emocional y relaciones sentimentales adolescentes: un programa de intervención*, p. 19). Esto, ya que en el momento en que las personas identifican las emociones de sus compañeros en el entorno laboral van a poder actuar para corregir lo que está sucediendo, en caso de que las emociones no sean buenas, y esto da paso a lo que es la empatía. Por ello, Arévalo Onieva, (2017) indica citando a Salmurri (2004) que: “la capacidad para identificar y comprender tanto los propios sentimientos como los de los demás, contribuye al desarrollo de interacciones positivas” (p. 20).

Otro de los conceptos relacionados con las emociones es el de **regulación emocional** pues este es un aspecto relevante para interactuar con el entorno, y también influye en la modulación de las respuestas emocionales; para la regulación emocional hay que tener en cuenta el temperamento de cada persona, ya que ayuda a la reactividad de la emoción, es decir, ayuda a regularla.

Seguidamente, la definición de la regulación emocional es: “la habilidad para modular la experiencia emocional con el propósito de alcanzar estados emocionales deseados y resultados esperados por el individuo” (López, Salovey, Coté y Beers, 2005, citado por Gómez Pérez &

Calleja Bello, 2016, p. 99). Y el propósito que tiene para los individuos el poder regular sus emociones es:

“economizar recursos y alcanzar metas personales y sociales. Los procesos que se desencadenan para modificar la emoción pueden ser automáticos o propositivos y estarán orientados a cambiar tanto la propia emoción como la situación, según las necesidades individuales y las demandas del entorno” (Gómez Pérez & Calleja Bello, 2016, p. 100).

Además, como se puede ver en la siguiente imagen, la regulación emocional impacta a las personas en su comportamiento, y hay diferentes niveles para que una persona se pueda regular emocionalmente.

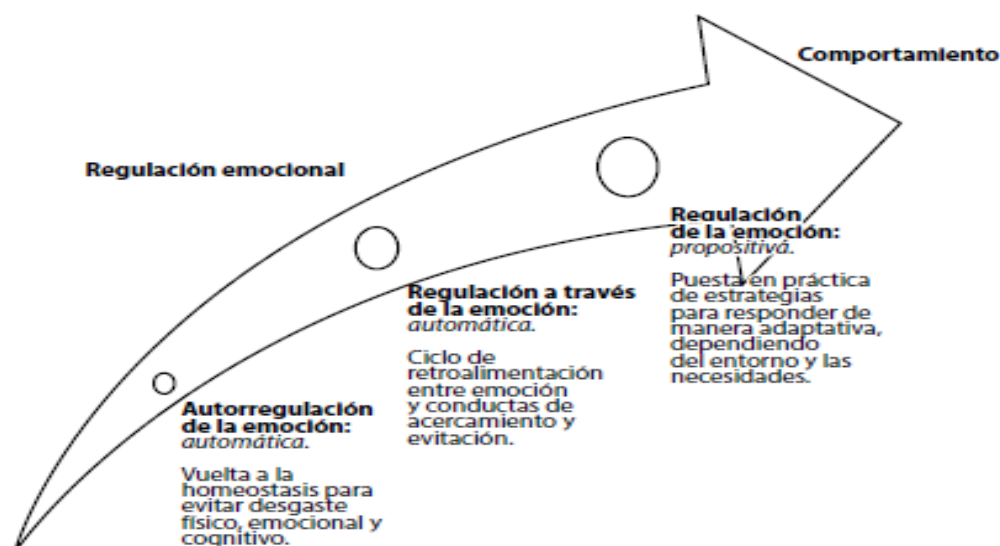


IMAGEN 15. LA REGULACIÓN EMOCIONAL Y EL COMPORTAMIENTO.

Fuente: Gómez Pérez & Calleja Bello, 2016, p. 100.

Ahora, el concepto de **tensión emocional** comúnmente es conocido como el estrés emocional, el cual se define en la Enciclopedia Médica Medline Plus (2019) como: “un sentimiento de

tensión física o emocional. Puede provenir de cualquier situación, o pensamiento que lo haga sentir a uno frustrado, furioso o nervioso.

El estrés es la reacción de su cuerpo a un desafío o demanda”.

Por lo que, según lo indicado en esta Enciclopedia, si el estrés perdura aún después de que el “factor estresante”, o el evento que estresa a la persona ha pasado, puede traer problemas a la salud de esta, con múltiples síntomas a causa de la liberación de hormonas, causado por el estrés.

En el ámbito laboral, el estrés se define como:

“la respuesta psicológica y física que ocurre cuando los requerimientos del trabajo no se ajustan a las capacidades, recursos o necesidades del trabajador. Puede generarse por el trabajo en sí o el contexto social o de organización del entorno... En este contexto se relacionan dos aspectos como son las respuestas físicas, psicológicas, comportamentales y emocionales y los recursos insuficientes para afrontar las situaciones amenazantes, causando alteraciones en la salud y el bienestar del trabajador” (López et al., 2012, citado por Magán, 2015, Tesis Estrés Laboral, Fuentes de Estrés e Inteligencia Emocional en los trabajadores del Centro de Urgencias y Emergencias 112 de Extremadura, p. 21).

Por lo anterior, es importante conocer y saber aplicar la inteligencia emocional, para saber cuándo la persona debe controlarse, y no poner en riesgo su salud; y principalmente, en el ámbito laboral es necesario auto controlarse.

2.2.4.2. Personalidad

A continuación, se brinda el concepto de personalidad:

“representa aquellas propiedades de los individuos que expresan los patrones constantes en sus pensamientos, sentimientos y comportamientos. La personalidad describe la similitud que existe en las personas y sus diferencias, al igual que en sus estados de ánimo, desempeño, productividad, sus fracasos y conflictos dentro de las empresas” (Córdoba et al., 2016, p. 17).

Por lo tanto, la personalidad influye considerablemente en las relaciones interpersonales que se producen en una organización, ya que los individuos se identifican unos con otros y forman grupos informales dentro de la institución.

La personalidad se diferencia del carácter de cada persona porque la personalidad es algo único de cada persona, es la forma de ser de cada uno mientras que el carácter es “un conjunto de valores y creencias que definen el comportamiento del sujeto hacia los demás y hacia él mismo” (Becigalupi, 2017, «Personalidad y carácter»). Es decir, que el carácter se va formando de acuerdo con las vivencias de cada persona y puede cambiar con el paso del tiempo, mientras que la personalidad no depende de las experiencias y no cambia.

Existen diferentes tipos de personalidades, y de acuerdo con un experimento social realizado por la Universidad de Madrid Carlos III junto con otras universidades de Barcelona, y publicado por el periódico El Financiero en el artículo escrito por Saint, (2016), casi al 100% de la población se le puede ubicar en alguno de los cuatro tipos de personalidad, los cuales son definidos por la publicación como Optimistas, Pesimistas, Confiados y Envidiosos, siendo este último el más común; pero hubo un 10% de la población total a la que no se le pudo ubicar en uno de estos grupos según su comportamiento.

Con este experimento descrito, queda claro la importancia de la personalidad pues al tener diferentes tipos de personalidades en un equipo de trabajo, “lo que mueve el interés colectivo o individual en los procesos de negociación, y como tal, es útil para la gestión de negocios, organizaciones o para la reformulación política” (Saint, 2016). Además, la personalidad tiene gran relación con las emociones, pues dependiendo del tipo de personalidad que tenga el individuo así va a manejar sus emociones, y de ahí la importancia de que los colaboradores conozcan sobre la inteligencia emocional pues los que tienen personalidades fuertes como la de los envidiosos, aprenderán a trabajar mejor en equipo y a controlar más sus emociones ante una situación estresante.

2.2.4.3. Tipos de Inteligencias

A lo largo del tiempo, diferentes investigadores se han dedicado al estudio de la inteligencia y de los diferentes tipos de inteligencias que se pueden dar en la sociedad; primeramente, se debe conocer la definición de inteligencia, la cual según el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE, 2019) la define como: “capacidad de entender o comprender” y “capacidad de resolver problemas”, por lo tanto, se debe considerar que no todas las personas tienen el mismo tipo de inteligencia.

“existen diferentes teorías que sostienen que hay múltiples tipos de inteligencia.

Una de las más conocidas es la del psicólogo e investigador estadounidense Howard Gardner que considera que hay inteligencia lingüística, musical, lógica-matemática, espacial, corporal-kinestética, interpersonal y naturalista.

Según otras teorías, también están la inteligencia emocional, intrapersonal, creativa y la colaborativa, entre otras” (Llorente, (2018), BBC Mundo).

Como se indica en la cita anterior, la Teoría de las Inteligencias Múltiples de Howard Gardner es muy significativa, pues gracias a esta (a partir del 2003) el concepto de inteligencia emocional se fue conociendo cada vez más en el ámbito organizacional (Carmona Fuentes et al., 2015). No obstante, hay que tener en cuenta, el concepto en sí de la inteligencia emocional es propuesto por Daniel Goleman, y que más adelante se profundizará en este.

A continuación, se explican algunos de los tipos de inteligencia y ciertos factores relevantes que se relacionan con la inteligencia emocional.

2.2.4.3.1. Inteligencia Racional

Desde el siglo pasado, la inteligencia racional se ha medido por medio de pruebas de inteligencia creados por psicólogos, sin embargo, actualmente, se sabe que los resultados obtenidos en estas pruebas han sido sobrevalorados, entonces se debe saber que lo que hacen es representar que tan desarrollada tienen las personas esta habilidad; es decir, no significa que una persona es más inteligente que otra. Pues como lo aclara la psicóloga Susana Urbina, en una entrevista otorgada a Llorente, (2018), para el periódico digital de BBC Mundo: “En realidad son pruebas que asesoran y estiman los diferentes tipos de habilidades que tienen las personas, describe y aclara que no son determinantes”.

El concepto de inteligencia racional es:

“capacidad psicológica de cada individuo medida por los tests de inteligencia y que se asocia a un coeficiente intelectual (CI). Se trataría, por lo tanto, de una idea de la

inteligencia de corte académico en su dimensión más clásica, valorando especialmente las habilidades matemáticas y del lenguaje” (Universidad Internacional de Valencia, 2018).

Entonces, la inteligencia racional es meramente lógica o analítica, y de cada persona, no se toman en cuenta a los sentimientos o percepciones de las demás personas, contrario a lo que si hace la inteligencia emocional.

No obstante, la relación que tiene la inteligencia racional con la inteligencia emocional queda evidenciada por Goleman quién menciona que “nuestra racionalidad está condicionada por nuestra emocionalidad, que si bien hay circuitos cerebrales que funcionan de manera independiente, en determinadas circunstancias nuestra dimensión emocional “secuestra” a nuestra dimensión racional” (citado por Ríos, (2018), *¿Retomaremos el rumbo en el 2019? Inteligencia emocional colectiva, discrepancia productiva y razón de ser.*

Por su parte, el Coeficiente Intelectual (CI) “es una forma de medir la inteligencia analítica, definiéndolo como el número que representa el grado de conocimiento, comprensión y entendimiento de las cosas” (Ayala Servín et al., 2016, p. 85). Sin embargo, como se expresó anteriormente, “los investigadores notaron que el coeficiente intelectual no era suficiente parámetro para medir la inteligencia de un individuo, pues no explicaba plenamente la capacidad cognitiva” (p. 85), pues solo se medía la capacidad lógica de cada persona, y dejaba de lado tanto la inteligencia interpersonal como la intrapersonal; las cuales tienen una estrecha relación con la inteligencia emocional y serán explicadas más adelante.

2.2.4.3.2. Inteligencia Colectiva

Antes de explicar lo que son las inteligencias interpersonales e intrapersonales, es importante conocer el concepto de inteligencia colectiva, pues esta se relaciona principalmente con el trabajo en equipo. Así que, “Malone sugiere que, así como las personas tenemos inteligencia, los grupos de personas también tienen inteligencia, y define inteligencia colectiva como “el resultado de grupos de individuos que actúan en conjunto de maneras que parecen inteligentes” (Malone, *Superminds*, citado por Ríos, 2018). *¿Retomaremos el rumbo en el 2019? Inteligencia emocional colectiva, discrepancia productiva y razón de ser.*

Por su parte, “George Pór la define como la capacidad de las comunidades humanas de evolucionar hacia un orden de una complejidad y armonía mayor, tanto por medio de mecanismos de innovación como de diferenciación e integración, competencia y colaboración” (citado por Olaizola, 2018, *Inteligencia Colectiva y Liderazgo Distribuido*).

Con las definiciones anteriores, queda claro que básicamente la inteligencia colectiva es la capacidad para trabajar en conjunto con otras personas de una manera armoniosa, lo cual se podría llamar que exista una armonía social en el grupo de trabajo, para poder alcanzar el éxito como un conjunto. Y por lo que, el MIT (Massachusetts Institute of Technology) ha realizado investigaciones para descubrir los factores principales de la inteligencia colectiva, dentro de los cuales están:

- “Creación de un clima de trabajo favorable;
- diversidad en la composición del grupo;
- equidad en el tiempo de uso de la palabra;

- inteligencia emocional (para potenciar la inteligencia intelectual y la motivación)”
(Olaizola, 2018).

Mientras que, Ríos (2018), en la publicación realizada en el periódico digital SEMANAeconómica.com, menciona que los factores principales de la inteligencia colectiva en un grupo determinado son:

“la inteligencia social del grupo, la capacidad de sus integrantes para sostener conversaciones con un nivel equitativo de participación y, un hallazgo tremendamente interesante, la proporción de mujeres en el grupo. Mientras mayor dicha proporción, mayor el nivel de inteligencia colectiva”.

Lo cual viene a ser confirmado por el estudio realizado por Williams, Malone y Chabris, en donde reclutaron a 700 personas, y los colocaron en grupos pequeños, de manera que se pudieran identificar bien los resultados obtenidos en diferentes pruebas de trabajo grupal (Woolley, 2016). Y los resultados obtenidos fueron básicamente los factores indicados por Ríos (2018) en su artículo.

Ahora, como se puede notar, la inteligencia colectiva tiene una estrecha relación con la inteligencia interpersonal, la cual será explicada a continuación.

2.2.4.3.3. Inteligencia Interpersonal

El término de inteligencia interpersonal es bastante amplio, ya que con el paso de los años ha adquirido diferentes denominaciones, es decir, que muchos autores la han llamado de diferente manera, sin alterar su definición principal, así que es lo mismo mencionarla como Inteligencia

Social; incluso Goleman la identifica como Inteligencia emocional, pero esta última definición será explicada a fondo más adelante.

En una publicación realizada por Carmona Fuentes et al., (2015), para la revista *Sapienza Organizacional*, bajo el título de *Influencia de la inteligencia emocional en el desempeño laboral*, se indica que Gardner en 1983 menciona que la inteligencia interpersonal “permite constituir una imagen precisa de cada uno de nosotros; es la capacidad de percibir y establecer distinciones en los estados de ánimo, las intenciones, las motivaciones, y los sentimientos de otras personas” (p.59). Además, se indica que:

“Es de gran importancia considerar que la inteligencia interpersonal mencionada por Gardner es llamada hoy en día inteligencia emocional y esta se considera como la base para el desarrollo e implementación de un eficiente comportamiento, que aplicado a las empresas, influirá de manera positiva en los resultados de la organización” (p. 59).

Anteriormente, se mencionó que la inteligencia interpersonal también se conoce como inteligencia social, ya que:

“nos ayuda resolver problemas materiales a partir de un intercambio entre seres humanos...la necesidad de participar en el razonamiento social especialmente, la coordinación, la cooperación y la competencia ha impulsado el desarrollo del cerebro y, en consecuencia, de la inteligencia.

Las grandes funciones del cerebro social, desde la relación sincrónica hasta las diferentes modalidades de la empatía, la cognición social, las habilidades de relación y

la preocupación por los demás apuntan hacia dimensiones diferentes de la inteligencia social” (Psicología Práctica Online, 2014).

Por lo tanto, como se puede observar para que exista la inteligencia emocional se debe utilizar la inteligencia social y viceversa, ya que una depende de la otra; pues se necesita que ocurran relaciones interpersonales, las cuales son el trato que existe entre las personas (*Guía para mejorar y potenciar las relaciones interpersonales dentro de su empresa*, 2017).

Una vez explicado todo esto, se puede profundizar en la inteligencia emocional, aunque si bien es cierto, ya se ha ido mencionando un poco sobre su concepto.

2.2.4.3.4. Concepto de Inteligencia emocional

El concepto de inteligencia emocional, en algunos casos mencionada como IE, surge como tal en la década de los 90's, gracias a que los primeros en darlo a conocer fueron Peter Salovey y John Mayer, ambos psicólogos americanos, y consideran que la inteligencia emocional es “tipo de inteligencia social que incluye la habilidad de supervisar y entender las emociones propias y la de los demás, discriminar entre ellas y usar la información para guiar el pensamiento y las acciones de uno” (citado por Carmona Fuentes et al., 2015, p. 60).

Aunque estos no son los únicos en estudiar y mencionar la inteligencia emocional, pues existen varias teorías y definiciones como la propuesta por Bar-on en 1997 indicó que la inteligencia emocional es “el conjunto de habilidades personales, emocionales y sociales que determinan la capacidad de alcanzar el éxito al afrontar las demandas y las precisiones del entorno” (citado por Carmona Fuentes et al., 2015, p. 63).

Mientras que Weisinger en 1998, quién “propone la creación de una organización emocionalmente inteligente mediante el manejo de la inteligencia emocional, el conocimiento interpersonal y la capacidad de ayudar a los demás” (Carmona Fuentes et al., 2015, p. 62).

Y “para Simmons y Simmons (1997), la inteligencia emocional es el conjunto de necesidades emocionales, de impulsos y de valores verdaderos de una persona, y dirige toda su conducta visible” (citado por Carmona Fuentes et al., 2015, p. 62). Recientemente, por medio de un consenso los autores Bande, Fernández-Ferrín, Varela y Jaramillo (2015), presentaron la definición de inteligencia emocional “como una capacidad humana, que puede ser desarrollada y que ontológicamente involucra aquel sentido del conocimiento de las emociones propias y de las ajenas y como las propias pudieran ser reflejadas en torno de los demás en un medio ambiente social específico” (citado por Massuh, Recalde, & Cobo, 2017, p. 585).

Sin embargo, el precursor de la inteligencia emocional se llama Daniel Goleman, quien es un psicólogo estadounidense, y es considerado el Padre de la Inteligencia Emocional, porque en 1995 escribió un libro sobre la Inteligencia Emocional, y este fue un “Best Seller” en varios países posicionándose en el ranking *The New York Times*, porque fue uno de los libros más vendidos durante año y medio.

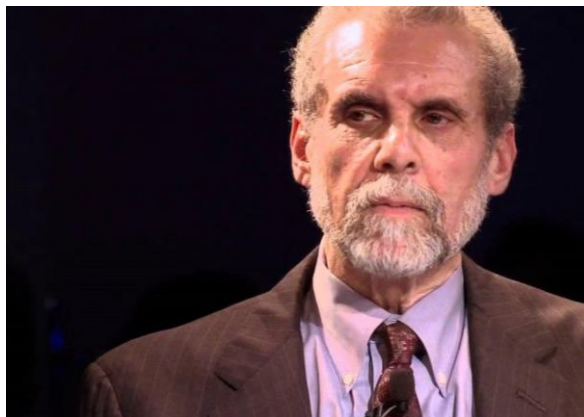


IMAGEN 16. PSICÓLOGO DANIEL GOLEMAN.

Fuente: [Psicología y Mente.com](https://psicologiaymente.com) (2019), Daniel Goleman. Biografía del autor de la *Inteligencia emocional*.

Goleman se ha dedicado a dar a conocer la inteligencia emocional y cómo aplicarla correctamente, fue cofundador de la Collaborative for Academic, Social and Emotional Learning (CASEL) en la Yale University Child Studies Center (ahora en la Universidad de Illinois en Chicago), y esta Academia se dedica a proporcionar la información necesaria para que las escuelas impartan cursos de educación emocional. Actualmente,

“es Co-presidente del Consorcio de Investigación en Inteligencia Emocional en las Organizaciones, que se encuentra en el Graduate School of Applied and Professional Psychology en la Rutgers University. Esta institución recomienda las mejores prácticas para el desarrollo de las habilidades de inteligencia emocional, y promueve la investigación rigurosa para una mayor efectividad de la inteligencia emocional en el lugar de trabajo y las organizaciones” (García -Allen, 2016, <<Biografía Daniel Goleman>>).

Para Goleman la inteligencia emocional se define como:

“una forma de interactuar con el mundo en la cual se tienen en cuenta los sentimientos. Esta engloba habilidades como el control de los impulsos, la autoconciencia, el entusiasmo, la perseverancia, empatía, la agilidad mental y la motivación. Tales habilidades determinan a su vez rasgos de carácter como la autodisciplina, la compasión o el altruismo, que resultan indispensables para una buena y creativa adaptación social” (*5 prácticas para mejorar la inteligencia emocional en el trabajo*, 2016).

Según lo citado por Arévalo Onieva, (2017), en la publicación *Conciencia emocional y relaciones sentimentales adolescentes*, “el modelo de inteligencia emocional de Goleman (1995) es un modelo mixto fundamentado en competencias sociales y emocionales, en el que la inteligencia emocional comprende tanto los aspectos cognitivos como no cognitivos de la inteligencia” (p. 17).

2.2.4.3.4.1 La Inteligencia Emocional y el Coeficiente Intelectual.

Para Daniel Goleman, existe una brecha entre el coeficiente intelectual (CI o IQ por sus siglas en inglés) y la inteligencia emocional, pues indica que:

“el coeficiente intelectual es insuficiente para predecir el éxito mientras que la inteligencia emocional, el conocimiento de uno mismo, la perseverancia ante el miedo, el fracaso, el aburrimiento y la frustración, así como la empatía, las artes sociales, y la capacidad de librarse de las pasiones son mayores determinantes para el logro del éxito personal y laboral” (citado por Carmona Fuentes et al., 2015, p. 62).

Y esto coincide con los datos obtenidos por diferentes investigaciones realizadas a lo largo del tiempo, pues en la Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento, en la edición

que porta el título de *Inteligencia emocional, desempeño en ventas y compromiso organizacional* (2017), se indica que “Un alto nivel de inteligencia emocional, no un alto índice de coeficiente intelectual (IQ), aumenta el rendimiento, comprensión estratégica y satisfacción en el trabajo, es de un papel positivo en la colocación y disminuye problemas del empleado” (Massuh et al., 2017, p. 581).

Entonces con base a estas definiciones se puede concluir que, en el ámbito laboral no es necesario contar con un CI alto para poder alcanzar el éxito, sino que es mucho más importante saber aplicar la Inteligencia Emocional. Y esto, queda respaldado por los resultados obtenidos en un estudio realizado por Goleman, Bennett y Barlow (2012), los cuales concluyen que:

“no son los más destacados trabajadores quienes ostentan de un IQ más alto que otros, sino quienes poseyendo un IQ elevado también logran desarrollar las competencias emocionales en medio de una cultura organizacional definida y citaron como ejemplo el campo de las ventas, donde las tensiones características de este tipo de trabajo suelen alterarse con frecuencia y se debe aprender a estudiar las reacciones de los demás y a modular a punto de balance las propias” (citado por Massuh et al., 2017, p.582).

No obstante, “el IQ no está desvinculado de la inteligencia emocional (IE), sino que ambos son aspectos complementarios, ambos son parte intrínseca de las personas, el contraste lo establecen la cantidad y la calidad en los que se los llegue a ampliar” (Del Henar, 2013, citado por Massuh et al., 2017, p. 582).

2.2.4.3.4.2 Importancia de la IE para las organizaciones.

Por otro lado, la importancia de la inteligencia emocional para las organizaciones radica en que es necesario que las personas conozcan de sí mismas (inteligencia intrapersonal) y que sepan cómo identificar las emociones de las demás personas (inteligencia interpersonal), y la combinación de estas habilidades forman la inteligencia emocional, creando así que los colaboradores que la sepan utilizar tendrán un mejor ambiente de trabajo, mejorará la satisfacción tanto personal como laboral, y aumentarán su eficiencia; pues el ser humano debe vivir en una sociedad en donde las personas deben entenderse para poder trabajar bien. Y por estos motivos es que:

“Amirghodsi y Naeini (2016) expresaron que si el objetivo de una empresa es perseguir que se logre la eficiencia del talento humano, desarrollar un buen nivel de productividad en su trabajo y fortalecer el compromiso organizacional, se debe utilizar los resultados y principios psicológicos. En este sentido, la inteligencia emocional podría proporcionar una conducta organizacional enfocada, un ambiente de trabajo agradable y como resultado la satisfacción en el trabajo de los empleados además de una gestión eficaz y el avance de la organización” (citado por Massuh et al., 2017, p.581).

Además, Devonish (2016) indica que:

“empleados con Inteligencia Emocional alta son capaces de modular sus emociones para mejorar su rendimiento en el trabajo, afirmó que: "dentro de un organización, la regulación emocional está teóricamente relacionada con el compromiso organizacional y con el desempeño en el trabajo mediante la inducción de estados

afectivos que son beneficiosos para el desempeño laboral” (p.435, citado por Massuh et al., 2017, p. 592).

Por otro lado, se indica en la página web de EAE Business School (2017), en la publicación «¿Cómo potenciar la inteligencia emocional en el trabajo?», que la IE “es fundamental para que los cargos directivos puedan tomar decisiones acertadas en determinadas circunstancias y tengan una capacidad de respuesta ágil, inmediata y acorde a las exigencias del momento.”. Así mismo, se considera en esta publicación que “es una herramienta esencial para el diseño y puesta en marcha de estrategias orientadas a fomentar el talento de sus colaboradores, sobre todo, el desarrollo profesional e individual”.

También es relevante destacar que Ortega Sánchez, (2016) menciona que:

“Otras habilidades que caracterizan a la inteligencia emocional dentro de la empresa son: la persistencia y la tenacidad en sostener los proyectos, resistencia a las frustraciones, control de los impulsos, regulación del humor, desarrollo de la empatía y manejo del estrés” (Ledoux, 1999, p. 49).

Como se puede notar, la inteligencia emocional es un factor sumamente importante pues abarca muchos aspectos de la vida cotidiana a nivel laboral de los colaboradores de una organización, y esto trae múltiples beneficios tanto para las personas como para la institución en sí.

2.2.4.3.4.3 Elementos que componen la Inteligencia Emocional.

Según lo citado por Arévalo Onieva, (2017) en la publicación *Conciencia emocional y relaciones sentimentales adolescentes*, para los primeros en conceptualizar la inteligencia

emocional (Peter Salovey y John Mayer) esta se componía de cuatro habilidades básicas, las cuales están nombradas en la pirámide a continuación, y se representan así porque en este planteamiento, se va de las habilidades más básicas a las más complejas.



IMAGEN 17. HABILIDADES BÁSICAS DE LA IE, SEGÚN SALOVEY Y MAYER.

Según lo citado en la página 22, por Henar -Cambrero, (2018), para Goleman la inteligencia emocional se compone de cinco elementos que son:

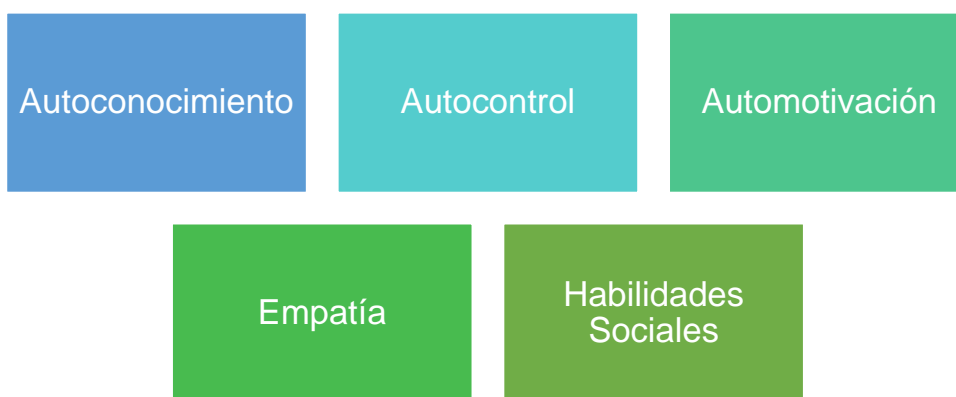


IMAGEN 18. ELEMENTOS DE LA IE, SEGÚN GOLEMAN.

Estas competencias Goleman las divide en las personales (en el trato con uno mismo) y las sociales (trato con los demás). En las competencias personales se tienen:

- **Autoconocimiento:** Tener consciencia y conocer las propias emociones, está en algunas publicaciones también se puede encontrar bajo el nombre de autoconsciencia, ya que hay que ser consciente de lo que está pasando a nivel interior.
- **Autocontrol:** “Habilidad para manejar las emociones y propios sentimientos a fin de que se expresen de forma apropiada.”, es decir, las personas no se deben dejar manejar por las emociones, deben ser capaces de canalizarlas y poder ser objetivas.
- **Automotivación:** “Motivarse a sí mismo, encaminar las emociones hacia el logro de objetivos prestando atención y realizando actividades creativas”; esta también se puede encontrar en algunas publicaciones bajo el nombre de autoconfianza, pues las personas deben confiar en que sí pueden manejar la situación que ocurre, ser racionales y saber cómo se sienten con lo que están pasando.
- **Empatía:** es reconocer las emociones de lo demás y que la persona que lo identifica sabe cómo se siente con eso, se puede definir también como la capacidad de entender la necesidad del otro y actuar para resolverla.
- **Habilidades Sociales:** “El establecer buenas relaciones con los demás es debido a la habilidad de manejar las emociones con los demás” (Henar -Cambronero, 2018, p. 22).

Además, un punto que es necesario recalcar es que, dentro del autoconocimiento, se incluye un factor muy importante el cual es la **conciencia emocional**, pues debe haber un balance en el conocimiento de las propias emociones, para que no ocurra un “exceso atencional” a estas, ya que esto a largo plazo puede afectar la salud mental, más aún si estas emociones son negativas (Arévalo Onieva, 2017, p. 19).

2.2.4.3.4.4 Procesos de Reclutamiento basados en Inteligencia Emocional.

Debido a la importancia de la Inteligencia emocional para el clima organizacional, muchas empresas han comenzado a cambiar sus procesos de reclutamiento y selección de personal, es decir, ahora se preocupan por evaluar que los colaboradores potenciales para la empresa cuenten con habilidades blandas, y entre ellas la inteligencia emocional; incluyendo para este fin ciertas herramientas para seleccionar a los candidatos.

Como lo indica Mónica González (coach e ingeniera), en el podcast titulado Inteligencia Emocional publicado en Spotify por Entiendetumente.info,

“...cuándo estás trabajando en un entorno... al final interactúas con personas y trabajas con personas, entonces es importantísimo que veamos las capacidades que tienen los trabajadores de reconocer sus emociones, de reconocer las emociones de sus compañeros, las de sus jefes como se gestionan; para que se vinculen los comportamientos de la mejor forma posible y cómo se establecen esas relaciones grupales; por lo tanto ...en los procesos de selección más modernos casi prima más los aspectos emocionales que los aspectos puramente curriculares” (Cebrián, Muiño, & González, 2018).

Existen herramientas de selección tradicionales como las entrevistas, pruebas de personalidad, de conocimiento del puesto, entre otras; y las no tradicionales, (pero que se van haciendo más populares) como los centros de evaluación, los cuales “se realizan un conjunto de tareas o ejercicios simulados a los candidatos, normalmente directivos. ...Con esta actividad tratan de averiguar los aspectos psicológicos y físicos de las situaciones de trabajo” (Henar -Cambronero, 2018, p. 15).

Por su parte, Ortega Sánchez, (2016), menciona que:

“todos los métodos analizados ofrecen interesantes aportes, y pueden ser complementarios. Por ejemplo, las medidas de auto-informe ofrecen información relevante sobre los procesos emocionales conscientes, pero el test MSCEIT nos permite explorar otros procesos afectivos no intencionales o automáticos que ayudan al individuo a procesar y regular sus emociones. Por otra parte, el modelo de Bar-On nos permite indagar sobre el impacto del medio ambiente en las relaciones interpersonales pero también ofrece información sobre el manejo del estrés y la capacidad de adaptación de los individuos” (p. 96).

En las pruebas de inteligencia emocional, mencionadas anteriormente, se nombra al test MSCEIT, el cual es más conocido como “test de inteligencia emocional”; y sirve para evaluar las capacidades emocionales y de relaciones interpersonales del candidato, según lo indicado por la página web de la empresa CentralTest, en su sección «Test de Inteligencia Emocional-R», se analizan 12 factores de la inteligencia emocional y que al final se obtiene una puntuación calibrada con una escala de control.

Además, indican que en el proceso de selección de personal:

“es recomendable para evaluar candidatos que puedan evolucionar en un entorno en el que el aspecto relacional desempeñe un papel relevante. Los resultados del test guían al empleador sobre las aptitudes socio-emocionales del candidato, resaltando por ejemplo la capacidad de gestionar sus emociones, de auto-motivarse para alcanzar sus objetivos o de relacionarse adecuadamente con su equipo” (CentralTest, (2019), «Test de Inteligencia Emocional-R»).

Es importante realizar estas pruebas ya que a pesar de que muchos lo consideren un proceso largo y agotador, se puede llegar a encontrar el candidato idóneo para la organización y de acuerdo con los estándares acordes al clima organizacional de la empresa. Como se mencionó anteriormente, los resultados obtenidos son una guía sobre las aptitudes socioemocionales del candidato, lo cual no quiere decir que, en todos los casos, si se llega a seleccionar cierto candidato por los resultados obtenidos en la prueba, se vaya a cumplir al 100%, sin embargo, se llega a cumplir en su mayoría si la persona fue honesta durante la aplicación de la prueba de inteligencia emocional.

Las pruebas de inteligencia emocional se deben volver a aplicar a los colaboradores después de cierto tiempo de laborar para la empresa, pues es importante ayudarlos a reforzar algunos aspectos de su inteligencia emocional, para poder mantener un clima organizacional sano.

Según los expertos en evaluación de potencial humano de la empresa Central Test, en su sección «Test de Inteligencia Emocional-R», indican que las pruebas de inteligencia emocional evalúan 4 aspectos generales y 12 factores los cuales son:

Aspectos Generales

- Inteligencia Intrapersonal
- Realización Personal
- Autoafirmación
- Liderazgo

Factores

- Conciencia de sí mismo
- Adaptabilidad
- Autoregulación
- Facilidad para relacionarse
- Automotivación
- Mediación e influencia
- Autoestima
- Capacidad de reponerse
- Empatía
- Asertividad
- Expresión emocional
- Optimismo

IMAGEN 19. ASPECTOS Y FACTORES EVALUADOS EN LAS PRUEBAS DE IE.

Como se puede observar según la información proporcionada por la página web de Central Test, estas pruebas son bastante minuciosas en cuanto a la información que necesitan para otorgar un resultado confiable, además de que involucran todos los aspectos relevantes de la inteligencia emocional según las competencias indicadas por Goleman. Y si la prueba la realiza esta empresa (Central Test) le brindan un documento en donde viene desglosada la información relevante de los resultados. (Ver Anexo 1).

2.2.4.3.4.5 Estrategias para mejorar la inteligencia emocional.

Existen muchas formas de poder mejorar la inteligencia emocional en las personas, pero para lograrlo, la persona debe comprometerse realmente a intentar cambiar y a reflexionar sobre ciertos aspectos con los que cuenta, que debe cambiar en su manera de reaccionar ante ciertas emociones; en un artículo titulado «5 prácticas para mejorar la inteligencia emocional en el trabajo» y publicado en el blog del Centro de Investigación y Capacitación de la Universidad de Costa Rica, en el 2016, se menciona que para Ayman Sawaf, quien es un empresario y autor de varios libros relacionados con la inteligencia emocional, y que además es creador del término alfabetización emocional, existen cuatro pilares para poder aplicar la inteligencia emocional a las organizaciones, que son:

“Conocimiento emocional: al enfrentarse con una situación determinada pueden surgir varias emociones, es importante identificar tanto las mismas como sus causas y la intensidad de cada cual. Este conocimiento es la base de la toma de decisiones frente a una situación determinada.

Aptitud emocional: es la cualidad que poseen los individuos de recrear y fomentar en si mismos las habilidades conectadas con características emocionales favorables. Esto favorece el crecimiento emocional y el aprendizaje, tanto de lo personal, como de los otros.

Profundidad emocional: esta es producto de un esfuerzo consciente y deliberado por conocer y corregir las respuestas emocionales negativas. La negación de una característica emocional negativa, porque la misma sea poco conveniente en el ámbito

laboral, genera un sesgo en el desarrollo de la profundidad emocional, y por lo tanto induce a la repetición de esas emociones.

Alquimia emocional: consiste en el uso de las emociones generadas por una situación específica, tanto negativas como positivas, como catalizadores de cambio y crecimiento. Por ejemplo, si el fallo en una tarea genera emociones como vergüenza, decepción o enojo, estas emociones que en si se perciben como negativas pueden servir como elementos que gatillen un proceso de mejoramiento cuya finalidad es no volver a revivirlas.”

Además, según lo indicado por la página web de EAE Bussiness School, es importante para entrenar la inteligencia emocional en el trabajo:

- **Nunca olvidarse del entorno,** es decir, ser capaz de identificar los cambios en el ambiente laboral, y ser acorde con las emociones que se transmiten.
- **Saber leer el lenguaje no verbal o corporal de los demás,** es decir, estar atento a los cambios de comportamiento que tienen las personas en diferentes situaciones, pues esto define su estado emocional.
- **Desarrollar una escucha activa,** “capacidad para seguir atentamente el discurso de otros y extraer las ideas principales y los motivos que lo justifican. Escuchando a terceros también se entienden las emociones de los demás”.

- **Motivación y automotivación**, “la motivación puede ser fuente directa de emociones”. Es importante conocer el clima en el que las personas se encuentran y “las emociones y sentimientos que predominan en él”.
- **Cercanía y empatía**, responde a la “necesidad de entender por qué sus colaboradores actúan como actúan y piensan como piensan. Cuánta más cercana es su relación con ellos, más eficaz y productiva” («¿Cómo potenciar la inteligencia emocional en el trabajo?», 2017).

Estos dos últimos puntos son de vital importancia para la ejecución de la IE, pues la automotivación es un aspecto que las personas deben tener en su vida, ya que les ayuda con su confianza y fomenta la seguridad a la hora de actuar; la motivación también se transmite a los demás, ya que si una persona que está motivada llega a hablarle a otra persona sobre su proyecto y sobre la motivación que tiene para realizarlo, esta persona que recibe el mensaje se va a sentir identificada y si está involucrada en este proyecto se va a sentir apoyada.

Lo anterior, conlleva a la cercanía para lo cual los directivos deben estar pendientes de su equipo de trabajo, y deben poder dominar el aspecto de la empatía pues esto les va a permitir entender lo que está ocurriendo en su entorno, y poder actuar adecuadamente.

2.2.4.3.4.6 Importancia de la IE en la gestión de ventas y en el servicio al cliente de la organización.

Hay que considerar que la Inteligencia Emocional es sumamente importante para una organización, tanto en el ámbito interno como externo, existen estudios en donde se evidencia este aspecto.

Pero primero se tiene que conocer que es un cliente para una organización, por lo que, Ruiz & León, (2014) lo definen como “el individuo u organización que adquiere de manera libre y voluntaria productos o servicios que desea para sí o para otra persona y, en definitiva, es la razón principal por la cual se crean, producen y comercializan bienes o servicios” (p.135). Y la importancia que este tiene para la organización es que el “juez de la calidad sobre un bien o servicio no es la empresa, sino el cliente y por ello debe de brindársele un servicio o producto de acorde con sus expectativas” (Ruiz & León, 2014, p. 137).

Ahora, se debe tener en cuenta que los clientes siempre van a tener una cierta cantidad de exigencias o expectativas sobre el servicio que van a recibir, por ello Ruiz & León, (2014), citan que:

- “Rust, Zahorick y Keiningham (citado en Koenes, 1996), exponen tres niveles a saber:
- a) Las expectativas ideales, que son los que el cliente espera que suceda y de esa forma se ha satisfecho sus necesidades y expectativas que se generan al adquirir un bien o un servicio.
 - b) Expectativas de lo que debería ser, es cuando el cliente considera lo que debería recibir según su pago ante un bien o servicio.
 - c) Expectativas esperadas, es lo que los clientes esperan, debido a que por medio de otras personas son informadas por los productos o servicios de una organización y van a calificarlas según el servicio que el usuario recibió” (p.135).

Por lo tanto, se conoce que la manera en que sea atendido un cliente siempre tiene que ser la mejor posible pues esto repercute también en los comentarios que estos hagan sobre el servicio

con otros clientes actuales o potenciales. Y en una organización se debe velar también porque el colaborador se sienta lo más cómodo posible para que así se desempeñe bien en su trabajo, pues es diversos estudios se ha encontrado que factores como el clima laboral, la satisfacción y otros influyen notablemente en su desempeño laboral y el servicio que le brindan al cliente (Ruiz & León, 2014).

Según lo indicado por Ruiz & León, (2014) los colaboradores que se encargan de atender a los clientes deben tener ciertas capacidades, aptitudes, y rasgos de personalidad determinados para ser idóneos para servicio al cliente. Además, los autores mencionados citan a Dib (2004), quién indica que existen 6 atributos que el colaborador que presta el servicio al cliente debe tener, estos son:

- a) **“Verdadera vocación de servicio**, ante el cual el empleado debe de gustarle su trabajo y sentirse muy a gusto, esto porque le brindarán a los clientes la confianza debida para que pueda expresar sus necesidades y poder ser ayudados.
- b) **Capacidad para escuchar al cliente**, por el cual el encargado debe de prestar atención debida a lo que el cliente exponga de manera verbal o gestual, para que se pueda interpretar el mensaje de lo que quiere que se le brinde.
- c) **Empatía**, esto es ponerse en el lugar del otro ya que de esa manera se puede comprender la necesidad que se requiere satisfacer.
- d) **Simpatía natural**, esto significa que no debe de faltar en el personal de atención el carisma, debido a que esto influye grandemente y el cliente pueda percibirlo a través de una buena atención y se sienta a gusto en el establecimiento.

- e) **Paciencia, ecuanimidad y autocontrol**, para ello el personal debe de saber actuar ante el cliente y controlarse para que el tal no perciba incomodidad al momento de ser atendido y
- f) **Capacidad de adaptación**, el personal debe de actuar de acuerdo a la situación que presente cada cliente, debido a que ellos no tienen las mismas características comportamentales” (pp. 137-138).

También, se puede incluir el atributo de la **asertividad** a la lista, ya que es “una conducta socialmente hábil, es decir que posee las capacidades para lograr una relación interpersonal agradable y armoniosa” (Ortega Sánchez, 2016, p. 40). Y es importante agregarlo a la lista porque permite a las personas comunicarse de manera efectiva, de manera que el mensaje sea transmitido a la otra persona sin agredir ni ser agredido, es decir, de forma ecuánime.

Como se puede observar hay varios puntos en donde indica que es necesario contar con ciertos aspectos de la inteligencia emocional, tal como la empatía y el autocontrol; existen diversos autores que mencionan esta relación entre el servicio al cliente y la IE, por lo tanto,

“la inteligencia emocional, que es la responsable de un excelente desempeño laboral, teniendo en cuenta que es la inteligencia emocional la que “determina el potencial para aprender las habilidades prácticas basadas en sus cinco elementos y evidenciando qué proporción de este potencial se ha convertido en las facultades que se aplican en el trabajo” (Goleman, 2005, p. 56) (Goleman, 2005, citado por Ortega Sánchez, 2016, p.39).

Además, Massuh et al., (2017) citando a Chacón (2013) afirma que:

“la inminente necesidad de instruir a las fuerzas de ventas en cuanto a la Teoría de la Inteligencia Emocional aplicada al contexto organizacional y entregarles las herramientas que les permitan explotar al máximo sus capacidades hasta ahora desconocidas, concluyó afirmando que esto generaría un seguro compromiso organizacional” (p. 583).

Así que, para un colaborador es sumamente importante conocer sobre la IE y la forma en la que puede sacarle provecho en su trabajo aplicándola correctamente, pues esto le traerá grandes beneficios tanto personales como profesionales, aumentando con ello su desempeño y satisfacción laboral. Debido a que “Aquellas personas que poseen un alto grado de inteligencia emocional saben lo que sienten, lo que sus emociones significan y cómo estas emociones pueden afectar a otras personas” (Ortega Sánchez, 2016, p. 42).

Por este motivo, Massuh et al., (2017), afirma que: “El desarrollar de la inteligencia emocional en estos equipos de vendedores pudiera fortalecer estas interacciones con otras personas, elevando el rendimiento laboral y afianzando el compromiso organizacional” (p. 589).

Por otro lado, el comportamiento de los vendedores y el trato hacia el cliente indica el grado de inteligencia emocional que pueden tener, sin embargo, hay ciertas personas que no conocen como manejar algunas situaciones en la organización, y esto también se evidencia en el servicio al cliente.

“En una investigación sobre estrategias de trabajo emocional entre profesionales en el campo de las ventas Liu, Prati, Perrewé, y Ferris (2008) comprobaron la hipótesis que los profesionales en ventas con una capacidad emocional definida y bien cimentada, esto es, vendedores que habían desarrollado la inteligencia emocional, mostraron una

tendencia más que otros a llevar a cabo actos profundos. Por su parte Devonish, D. (2016) estableció en su estudio que la Inteligencia Emocional hace una importante contribución en los comportamientos del desempeño de los empleados” (Massuh et al., 2017, p. 592).

Otros estudios realizados dieron resultados similares, en donde se concluyó que tanto la IE como la motivación influyen en el desempeño laboral y el compromiso organizacional de los colaboradores; en el caso de los colaboradores de una empresa no cuenten con la IE necesaria, se van a presentar ventas, pero los resultados no van a ser los mismos, pues esto afecta considerablemente a los clientes.

“En un campo laboral específico como el de las ventas Deeter-Schmelz (2007) al concluir su estudio respecto de este tema, demostró luego de aplicar varias pruebas como vendedores juniors tanto como seniors que carecen de todos o algunos aspectos de la Inteligencia Emocional pueden ser entrenados para estar emocionalmente mejor alineados con los pensamientos, ideales y necesidades de sus clientes, con los suyos propios y al mismo tiempo para desarrollar el necesario sentido relacional con la organización a la que pertenecen” (Massuh et al., 2017, p. 593).

Entonces, queda claro que una persona carente de IE puede llegar a aprenderla y utilizarla correctamente tanto en su vida profesional como personal. Y para concluir, regresando al área de las ventas, se mencionan los siguientes resultados del estudio citado por Massuh et al., (2017):

“Loaiza (2016) citando a Kidwell, McFarland, y Ávila (2007) explicó el estudio que llevaron a cabo con la finalidad de establecer la capacidad del vendedor para distinguir las emociones que surgen durante el contacto comercial en un proceso de compra-

venta, los resultados revelaron que mientras más alta era la capacidad de percibir las emociones del posible cliente, los efectos eran más beneficiosos en las ventas”

(p.593).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de Investigación

3.1.1. Finalidad (Teórica o Aplicada)

Antes de determinar el tipo de finalidad del presente trabajo, se debe entender primero la diferencia entre finalidad teórica y aplicada, por un lado, se conoce que finalidad teórica “tiene como finalidad la obtención y recopilación de información para ir construyendo una base de conocimiento que se va agregando a la información previa existente” (Ingenium, Facultad de Ingeniería, 2019); entonces, quiere decir que solamente se hace una investigación en donde no se corroboran los datos en el campo, es solamente bibliográfica.

Mientras que la investigación con finalidad aplicada tiene como objetivo “resolver un determinado problema o planteamiento específico” (Ingenium, Facultad de Ingeniería, 2019). Es decir, que para realizar una investigación con finalidad aplicada se debe primero tener un conocimiento acerca de lo que en el campo se va a analizar; ya que “En este tipo de investigación el énfasis del estudio está en la resolución práctica de problemas. Se centra específicamente en cómo se pueden llevar a la práctica las teorías generales” (Rodríguez, 2018).

No obstante, no se debe separar una finalidad de la otra pues, “La investigación aplicada guarda una muy estrecha relación con la investigación básica, dado que depende de los descubrimientos de esta última y se enriquece de dichos descubrimientos” (Rodríguez, 2018).

Ahora, este trabajo tiene una finalidad aplicada pues lo que se pretende es dar respuesta al problema de investigación, partiendo de los objetivos específicos planteados, los cuales buscan identificar, comparar y demostrar el rol de la inteligencia emocional en el servicio al cliente, en la institución SSVMN.

3.1.2. Dimensión temporal (transversal / longitudinal)

Para empezar con este punto, se debe conocer la definición de dimensión temporal, la cual es una forma de clasificar una investigación con un enfoque no experimental, es decir, que son “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p. 175); es decir, que no se alteran las variables del entorno, solo se recopilan los datos observados.

Por su parte el diseño transversal, Hernández Sampieri & Mendoza Torres, (2018) lo definen como la recolección de datos en un solo momento, en un tiempo único, es como “tomar una fotografía” de algo que sucede. Por otro lado, estos autores indican que el diseño longitudinal “recolectan datos en diferentes momentos o periodos para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias. Tales puntos o periodos regularmente se especifican de antemano” (p. 180).

Así que, en la presente investigación se aplica el diseño transversal, ya que el análisis se realiza en un momento determinado, cuyo propósito es identificar el conocimiento que tienen los colaboradores de la Institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, sobre la Inteligencia Emocional y la influencia de esta en el servicio al cliente, y demostrar la importancia de aplicar la IE para brindar servicio al cliente, durante el tercer cuatrimestre del 2019.

3.1.3. Marco (mega-macro-micro)

El marco de la investigación es “es una lista de elementos que componen el universo que queremos estudiar y de la cual se extrae la muestra. Estos elementos a investigar pueden ser

individuos, pero también pueden ser hogares, instituciones y cualquier otra cosa susceptible de ser investigada” (glosarios@servidor-alicante.com, 2015).

a) Mega

El marco mega “pretende estudiar un gran espacio o temática (...) cuando se plantea realizar un análisis administrativo, que incluya a recursos humanos, finanzas y mercadeo, entre otras áreas, de toda la empresa” (González, Chinchilla, Guerra & Jara, 2018, p. 27).

b) Macro

El Macro es el estudio de un fragmento del mega, “por ejemplo, un estudio de mercado en una provincia, una evaluación del desempeño laboral en un departamento de una empresa” (González et al., 2018, p. 27).

c) Micro

El Micro es el estudio de una parte del macro, se define como “investigación a una parte, un elemento, un subtema o un micro-espacio, acerca del cual el investigador hará su investigación. Por ejemplo: una investigación de la evaluación del desempeño extrayendo una muestra de colaboradores del departamento de mercadeo de la empresa” (González, et al., 2018, p. 27).

Por lo tanto, en este estudio se utilizará el marco macro, ya que solamente se evaluará una parte de los colaboradores de la institución SSVMN, al incluir solamente a ciertos departamentos de esta para la elaboración de la presente investigación.

3.1.4. Naturaleza (cuantitativa, cualitativa o mixta)

a) Cuantitativa

Según Hernández Sampieri & Mendoza Torres, (2018), la investigación cuantitativa se utiliza para “estimar las magnitudes u ocurrencia de los fenómenos y probar hipótesis. Por ejemplo, determinar la prevalencia de una enfermedad...y sus causas” (p. 6). Es decir, se utiliza una medición numérica y se apoya a la investigación con el análisis estadístico.

b) Cualitativa

La investigación cualitativa “estudia fenómenos de manera sistémica. Sin embargo, ...el investigador comienza el proceso examinando los hechos en sí y revisando los estudios previos, ambas acciones de manera simultánea, a fin de generar una teoría que sea consistente con lo que está observando que ocurre” (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p. 7).

c) Mixta

La investigación mixta es una combinación de las dos anteriores, Hernández Sampieri & Mendoza Torres, (2018), lo define como:

“un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada ...y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008, p. 10).

El presente trabajo de investigación tiene naturaleza cualitativa, pues se recopilarán datos relacionados con el rol de la IE en el servicio al cliente en la SSVMN.

3.1.5. Carácter (exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo)

a) Exploratorio

El carácter exploratorio se utiliza cuando lo que se quiere es:

“examinar un fenómeno o problema de investigación nuevo o poco estudiado, sobre el cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan solo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas” (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p.106).

b) Descriptivo

Según Hernández Sampieri & Mendoza Torres, (2018) se utiliza cuando se “pretenden especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 108).

c) Correlacional

Los estudios con carácter correlacional son “Investigaciones que pretenden asociar conceptos, fenómenos, hechos o variables. Miden las variables y su relación en términos estadísticos” (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p. 109).

d) Explicativo

Los estudios explicativos, como su nombre lo indica se utilizan cuando se quiere explicar alguna situación específica, es decir, “su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables” (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p. 112).

Esta investigación se clasifica en dos tipos de carácter que son el descriptivo y el correlacional; el primero se incluye porque lo que se quiere especificar es la característica y el conocimiento que tienen los colaboradores acerca de la IE en ciertos departamentos que son los que brindan servicio al cliente; y el carácter correlacional se incluye porque se va a asociar el grado de conocimiento de los colaboradores sobre la IE con el concepto de esta, y además se va a demostrar la importancia de la IE en el servicio al cliente en la SSVMN.

3.2. Sujetos y fuentes de información

3.2.1. Unidades de análisis (objetos o sujetos de estudio)

Para realizar la presente investigación, se tomará en cuenta los colaboradores que laboran en los departamentos de Contact Center, Plataforma de Servicios, Seguro Mutua, Cobros y Tesorería de la institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, a quienes se les realizará una encuesta para determinar el grado de conocimiento que tienen sobre la IE, y a dos de los encargados de estos departamentos se les entrevistará para conocer su punto de vista sobre la importancia de la inteligencia emocional en el servicio al cliente.

3.2.2. Fuentes primarias

Son las fuentes que se recopilan de primera mano, es decir, las que son documentadas mediante entrevistas o encuestas a los colaboradores de la SSVMN; así que las fuentes primarias son las respuestas que estos brindaron en los cuestionarios realizados, además es información es la más directa y veraz que se puede obtener.

3.2.3. Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias es la información que se obtiene mediante documentos bibliográficos, y la información de la página web oficial de la institución SSVMN («Ssvmn.com»).

3.3. Selección del muestreo

3.3.1. La población

Se puede decir que la población es considerada como el universo de la investigación, porque se define como “el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (Chaudhuri,2018 y Lepkowski,2008b) (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p. 198). Entonces, la población es el grupo que cumple con las características idóneas para realizar una investigación, y una vez definida la población se puede establecer si se trabaja con la población total o si se selecciona una muestra.

En la presente investigación, la población son todos los funcionarios de la SSVMN, que cumplen con un horario establecido durante el tercer cuatrimestre del 2019; actualmente la institución cuenta con un total de 170 colaboradores.

3.3.2. Muestra

Según Rocha, (2015) la muestra es “el segmento de la población que se considera representativa de un universo y se selecciona para obtener información acerca de las variables objeto de estudio”.

Para la presente investigación se está considerando una muestra de 50 personas, elegida a conveniencia, ya que los departamentos que se toman en cuenta para la presente investigación son los de Contact Center, Plataforma de Servicios, Seguro Mutual, Cobros y Tesorería.

3.3.3. Probabilística

La muestra probabilística se define como “todas las unidades, casos o elementos de la población tienen al inicio la misma posibilidad de ser escogidos para conformar la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño adecuado de la muestra, y por medio de una selección aleatoria de las unidades de muestreo” (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p. 200).

3.3.4. No probabilística

Este tipo de muestra se utiliza cuando “la elección de las unidades no depende de la probabilidad, sino de razones relacionadas con las características y contexto de la investigación. ...depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios” (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p. 200). Por lo tanto, esta investigación es de tipo no probabilístico, pues los colaboradores de la organización que formarán parte de la muestra son elegidos por las funciones que realiza el departamento donde laboran.

3.4. Técnicas e instrumentos para recolectar información

Según lo mencionado por Hernández Sampieri & Mendoza Torres, (2018):

“Para el enfoque cualitativo, al igual que para el cuantitativo, la recolección de datos resulta fundamental, solamente que su propósito no es medir variables para llevar a cabo inferencias y análisis estadístico. Lo que se busca en un estudio cualitativo es obtener datos (que se convertirán en información) de personas, otros seres vivos, comunidades, situaciones o procesos en profundidad; en las propias “formas de expresión” de cada unidad de muestreo. ... Se recolectan con la finalidad de analizarlos y comprenderlos, y así responder a las preguntas de investigación y generar conocimiento.

La recolección de datos ocurre en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de muestreo” (p. 443).

Además, para la recolección de datos cualitativa Hernández Sampieri & Mendoza Torres, (2018), señala que:

“el investigador, es quién, mediante diversos métodos o técnica, recoge los datos. ...es el medio de obtención de información. Por otro lado, en la indagación cualitativa los instrumentos auxiliares no son estandarizados, sino que trabaja con múltiples fuentes de datos, que pueden ser entrevistas, observaciones directas, documentos, material audiovisual, anotaciones, etc.” (p. 443).

3.4.1. Entrevistas

Es importante que las personas que realiza entrevistas estén calificadas y entrenadas para realizarlas, ya que las entrevistas son como un filtro para la investigación que se está realizando. Primero el entrevistador realiza las preguntas del cuestionario (definido previamente) a la persona que se está entrevistando, y se anotan las respuestas. Es necesario que el entrevistador sea neutral y no influya en las respuestas del entrevistado, para no alterar los resultados de la investigación (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p. 269).

Por su parte, “La entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa (Savin-Baden y Major 2013 y King y Horrocks, 2010). Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado)” (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p. 449).

Según lo indicado por Hernández Sampieri & Mendoza Torres, (2018), las características de las entrevistas cualitativas son las siguientes:

1. “...Es flexible.
2. Las preguntas y el orden en que se hacen se adecuan a los participantes.
3. ...es en buena medida anecdótica y tiene un carácter más amistoso.
4. El entrevistador comparte con el entrevistado el ritmo y la dirección de la entrevista.
5. El contexto social es considerado y resulta fundamental para la interpretación de significados.
6. El entrevistador ajusta su comunicación a las normas y lenguaje del entrevistado.

7. Las preguntas son abiertas y neutrales” (p. 449).

Como parte de esta investigación se realizó una entrevista cualitativa a la jefatura de Talento Humano y una a la jefatura de Plataforma, y ambas se llevaron a cabo en momentos diferentes y de forma presencial.

3.4.2. Cuestionario

El cuestionario es utilizado en todo tipo de encuestas, y es definido por Hernández Sampieri & Mendoza Torres, (2018), como “un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir (Bourke, Kirby y Doran, 2016). Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Brace, 2013)” (p. 250).

3.4.3. Observación

En una investigación, para realizar una observación exitosa es necesario utilizar todos los sentidos, no solamente la vista; esto para poder cumplir con los propósitos esenciales de la observación que son:

- a) “Explorar y describir ambientes, comunidades, subculturas y los aspectos de la vida social, analizando sus significados y a los actores que la generan (Patton, 2015).
- b) Comprender procesos, vinculaciones entre personas y sus situaciones, experiencias o circunstancias, los eventos que suceden al paso del tiempo y los patrones que se desarrollan (Miles et al., 2014).
- c) Identificar problemas sociales (Daymon, 2010 y Grinnell, 1997).

- d) Generar hipótesis para futuros estudios” (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p. 445).

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

4.1. Análisis e interpretación de datos

En este capítulo se presentan los resultados que se obtuvieron en la aplicación de los instrumentos utilizados. Tomando en cuenta los objetivos de la investigación, se desarrolló un cuestionario y dos entrevistas semi-estructuradas.

El cuestionario para la encuesta se realizó en forma presencial y en forma digital, para este último se les envió a los colaboradores de ciertos departamentos mediante correo electrónico el enlace correspondiente al cuestionario; mientras que el cuestionario en forma presencial fue realizado en las oficinas centrales de la SSVMN.

Por otro lado, una de las entrevistas fue realizada a la jefatura de Talento Humano y la otra a la jefatura de Plataforma de Servicios, ambas de forma presencial en las oficinas centrales de la SSVMN.

4.2. Codificación y tabulación de la información

Para el presente trabajo de investigación, la codificación y tabulación de los datos se realizó de forma automática, mediante una herramienta de Google para aplicar encuestas en línea.

4.3. Tipos de gráficos

Los gráficos utilizados en esta investigación son de tipo circular y de barras, donde se puede visualizar cada variable investigada. Se seleccionaron estos tipos de gráficos por ser los que mejor representan la contribución de cada variable al total.

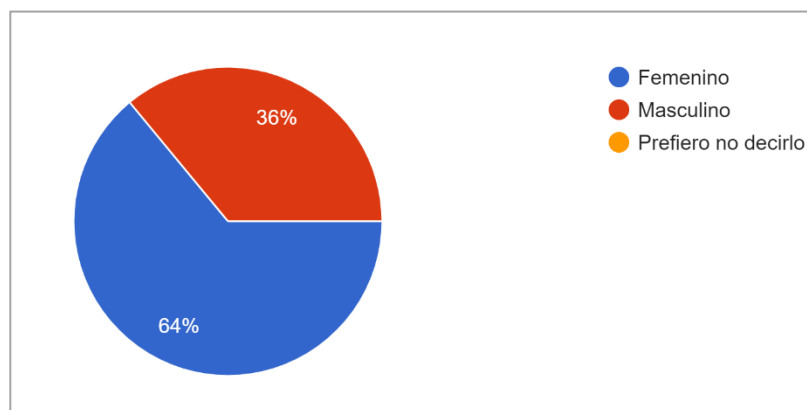
4.4. Análisis de datos

A continuación, se presentarán los resultados de la investigación por medio de gráficos que muestran de una forma clara y visible las respuestas brindadas por los colaboradores de la SSVMN conforme a cada variable del trabajo.

4.4.1. Cuestionario Colaboradores

Ahora, se procede a mostrar los resultados obtenidos en el instrumento uno, el cual es la encuesta realizada a los colaboradores de la SSVMN.

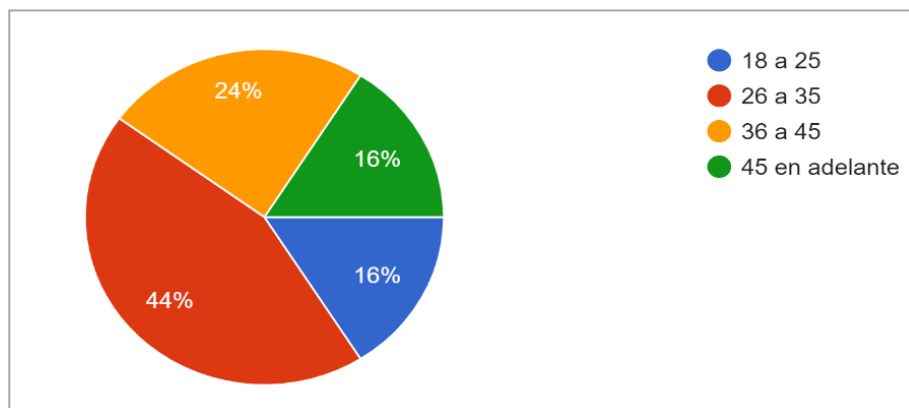
Gráfico 1. Género



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 1 muestra que un 64% de las personas que contestaron la encuesta son del género femenino, mientras que un 36% pertenecen al género masculino, y ninguna persona prefirió no decir su género.

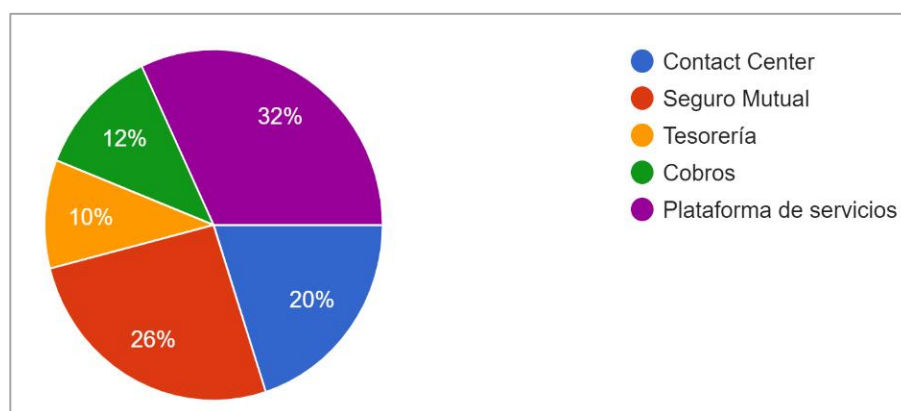
Gráfico 2. Edad



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 2 muestra la edad por rangos de los colaboradores que contestaron la encuesta, donde el 44% tiene una edad entre 26 a 35 años, el 24% tiene una edad entre 36 a 45 años, el 16% tiene una edad de más de 46 años y el 16% tiene una edad entre 18 a 25 años.

Gráfico 3. Departamento al que pertenecen los encuestados

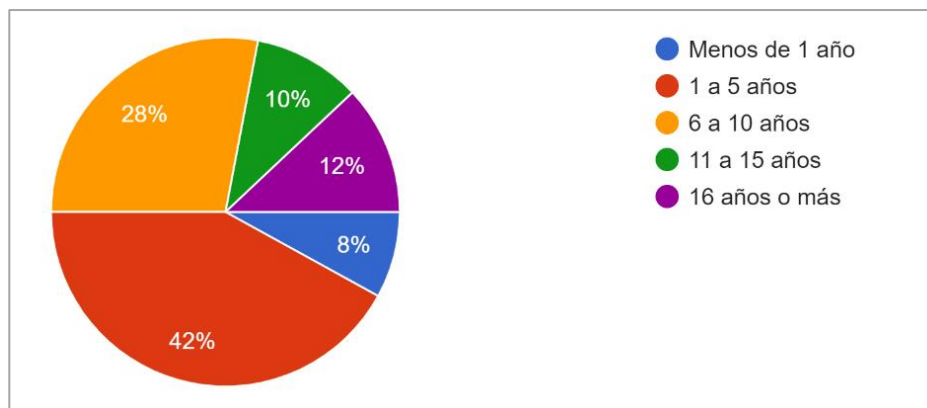


Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

En el gráfico 3, se muestra la proporción de colaboradores por departamento al que pertenecen en la SSVMN, donde un 32% pertenece al departamento de Plataforma, un 26% pertenece al

departamento de Seguro Mutual, un 20% pertenece al departamento de Contact Center, un 12% pertenece al departamento de Cobros y un 10% pertenece al departamento de Tesorería.

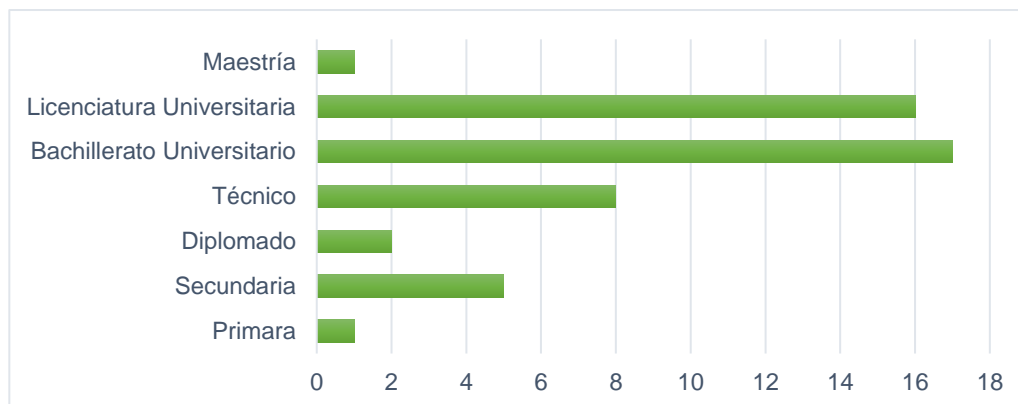
Gráfico 4. Cantidad de años de laborar en la SSVMN



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

En el gráfico 4, se muestra la participación de los colaboradores de acuerdo con la cantidad de años de laborar en la SSVMN, por rangos, en donde un 42% tiene de 1 a 5 años, el 28% tiene entre 6 a 10 años, el 12% tiene 16 años o más, el 10% tiene entre 11 a 15 años y el 8% tiene menos de 1 año.

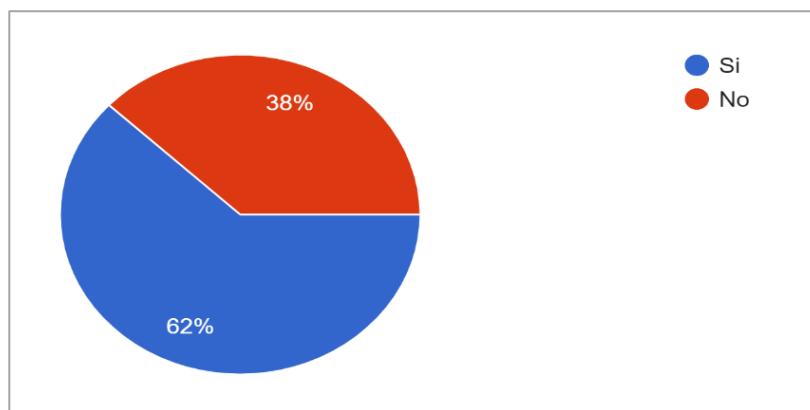
Gráfico 5. Nivel académico



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 5 muestra el nivel académico de los colaboradores que participaron en la encuesta, donde 17 tienen el grado de Bachillerato Universitario, 16 tienen el grado de Licenciatura Universitaria, 8 tienen el nivel de Técnico, 5 tienen el nivel de Secundaria, 2 tienen el de Diplomado y 1 tiene el nivel de Primaria.

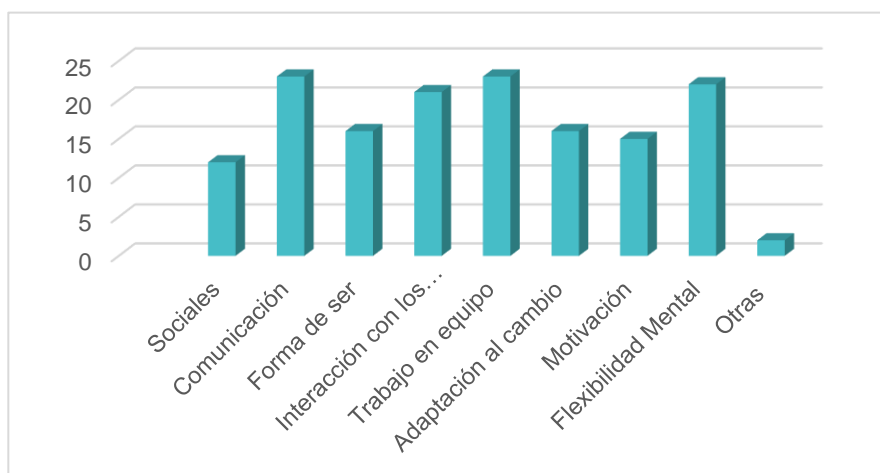
Gráfico 6. Escuchar hablar sobre Habilidades Blandas



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 6, muestra que un 62% de los colaboradores encuestados de la SSVMN ha escuchado hablar sobre las habilidades blandas, mientras que un 38% de los encuestados no ha escuchado este término.

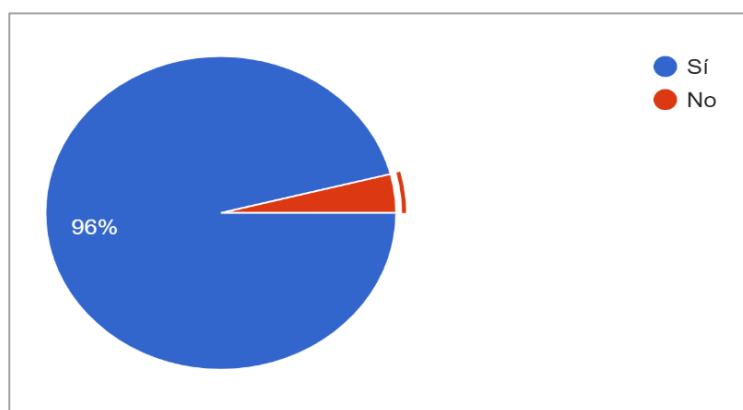
Gráfico 7. Habilidades que se consideran parte de las Habilidades Blandas



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 7, indica que 23 de los encuestados consideran que tanto la habilidad de comunicación como la de trabajo en equipo forman parte de las habilidades blandas, 22 personas indicaron que flexibilidad mental es una habilidad blanda, 21 personas indicaron que la interacción con los demás es una habilidad blanda, 16 personas indican que tanto la forma de ser como la adaptación al cambio forman parte de las habilidades blandas, 15 personas indicaron que la motivación es una habilidad blanda y 12 indicaron que las habilidades sociales son parte de las habilidades blandas, mientras que 2 personas indicaron otras habilidades blandas, dentro de las cuales mencionaron: liderazgo y pensamiento crítico.

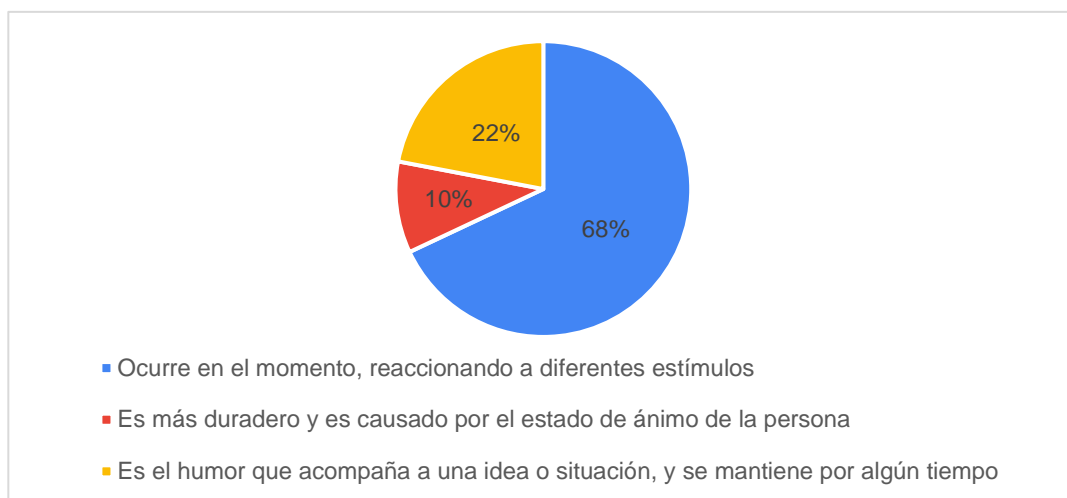
Gráfico 8. Conocimiento de definición de Emoción



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 8, indica que un 96% de los encuestados conocen la definición de emoción, mientras que el 4% restante no lo conoce.

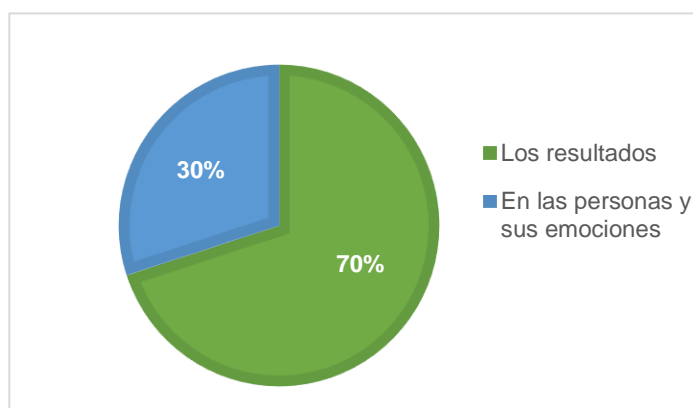
Gráfico 9. Definición de emoción



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 9, indica que un 68% de los encuestados considera que emoción se define como lo que ocurre en el momento, reaccionando a diferentes estímulos, un 22% considera que emoción se define como es el humor que acompaña una idea o situación, y se mantiene por algún tiempo y el 10% restante considera que emoción se define como que es más duradero y es causado por el estado de ánimo de la persona.

Gráfico 10. Enfoque principal de los colaboradores (en un día promedio)



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 10, muestra que un 70% de los colaboradores encuestados de la SSVMN en un día promedio se enfoca en los resultados, mientras que el 30% restante se enfoca en las personas y sus emociones.

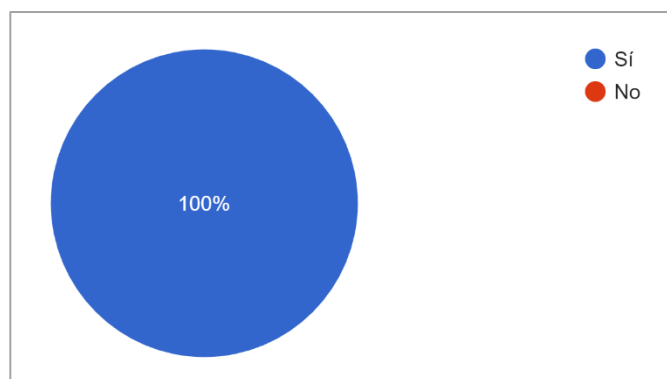
Gráfico 11. El control o regular las emociones trae beneficios a las personas



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 11 indica que, el 92% de las personas encuestadas considera que el controlar o regular las emociones trae beneficios a las personas, mientras que el 8% restante considera que no es beneficioso.

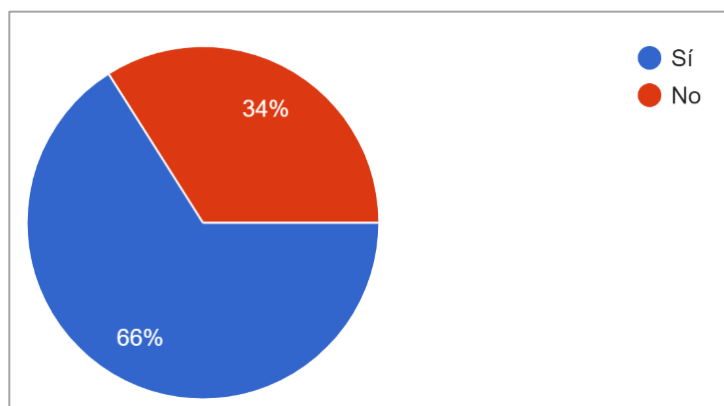
Gráfico 12. Es necesario tener conciencia de las emociones propias



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 12 muestra que el 100% de los colaboradores encuestados de la SSVMN considera que es necesario tener conciencia de las emociones propias.

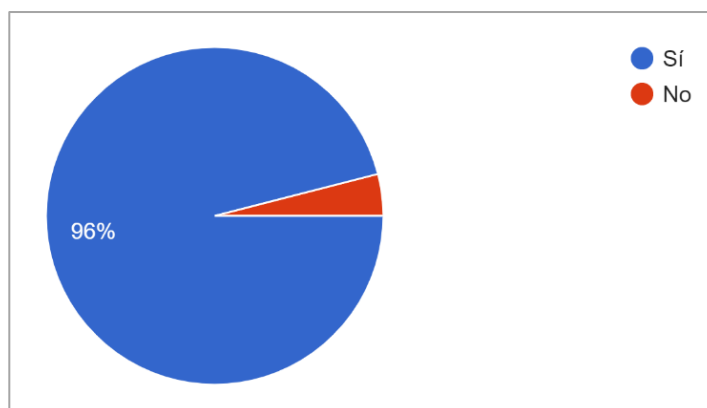
Gráfico 13. Las emociones del colaborador influyen en las decisiones o la actitud de los clientes



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 13, muestra que el 66% de los colaboradores encuestados considera que las emociones que tienen influyen en las decisiones o en la actitud de los clientes mientras son atendidos, mientras que el 34% restante opina que esto no es así.

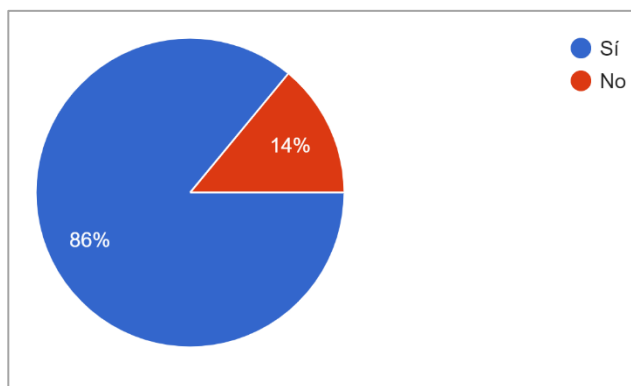
Gráfico 14. Importancia de identificar las emociones del cliente



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 14 muestra que, el 96% de las personas encuestadas opina que es importante identificar las emociones del cliente, mientras que el 4% restante no lo considera así.

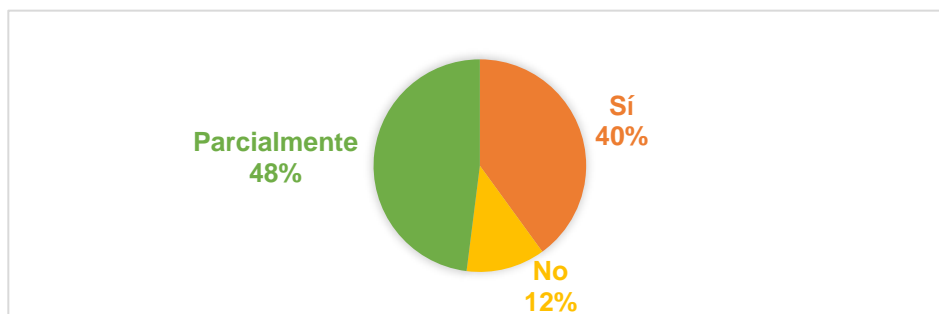
Gráfico 15. Conocimiento del término Inteligencia Emocional



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 15, indica que el 86% de los encuestados conoce el término de inteligencia emocional, mientras que el 14% restante no lo conoce.

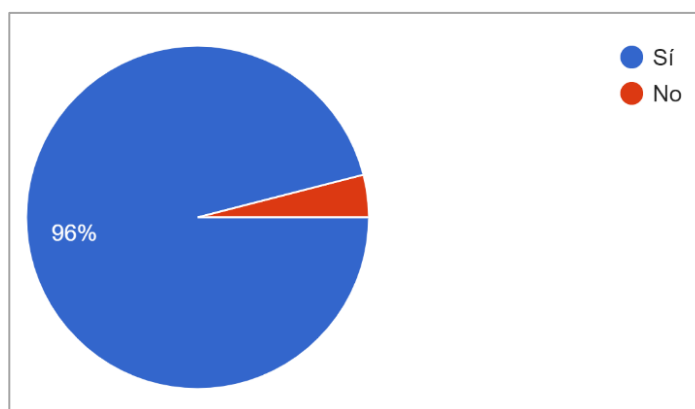
Gráfico 16. Definición de Inteligencia Emocional



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 16, indica la proporción de colaboradores que mencionaron con sus propias palabras la definición de inteligencia emocional, teniendo como resultado que un 48% de los encuestados mencionaron parcialmente la definición correcta de inteligencia emocional, un 40% sí mencionaron la correcta definición y un 12% no respondió porque no conoce la definición.

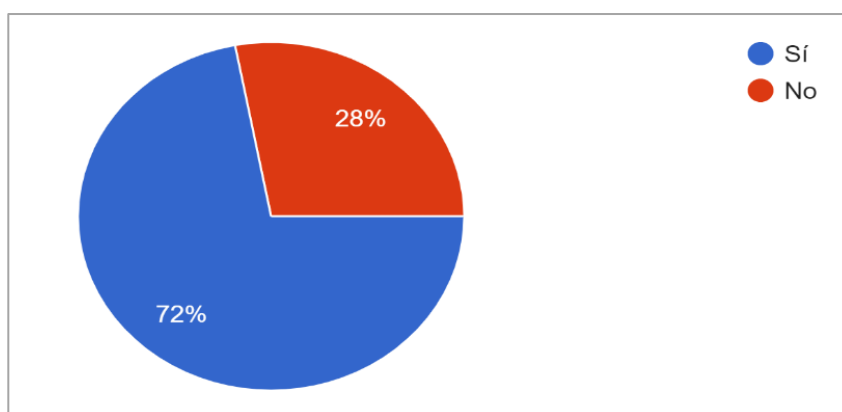
Gráfico 17. Importancia de la inteligencia emocional en el servicio al cliente



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 17 muestra que un 96% de los encuestados considera que la inteligencia emocional es importante para prestar servicio al cliente, mientras que el 4% restante opina que esto no es importante.

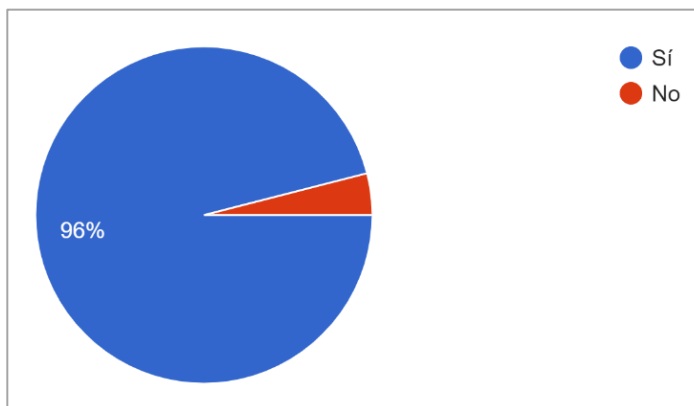
Gráfico 18. Los clientes toman en cuenta la actitud y la inteligencia emocional cuando son atendidos



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 18, indica que un 72% de las personas encuestadas opina que los clientes sí toman en cuenta la actitud y la inteligencia emocional cuando son atendidos, mientras que el restante 28% opina lo contrario.

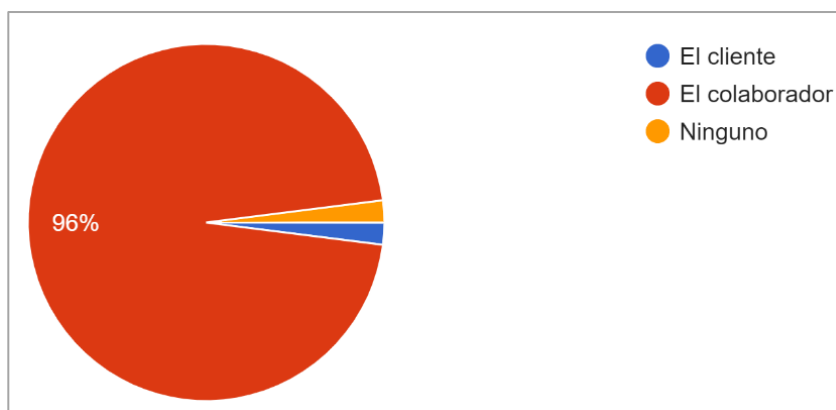
Gráfico 19. Las relaciones interpersonales tienen que ver con la inteligencia emocional



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 19, muestra que el 96% de los colaboradores encuestados considera que las relaciones interpersonales tienen relación con la inteligencia emocional, mientras que el 4% restante no lo considera así.

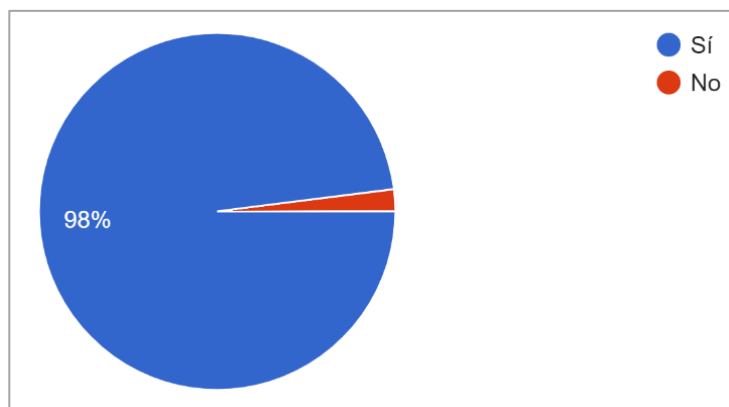
Gráfico 20. Persona que debe tener mayor inteligencia emocional



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 20 muestra que un 96% de los encuestados considera que el colaborador es quién debe tener mayor inteligencia emocional en el servicio al cliente, un 2% indica que es el cliente quién debe tener mayor inteligencia emocional y el otro 2% indica que ninguno.

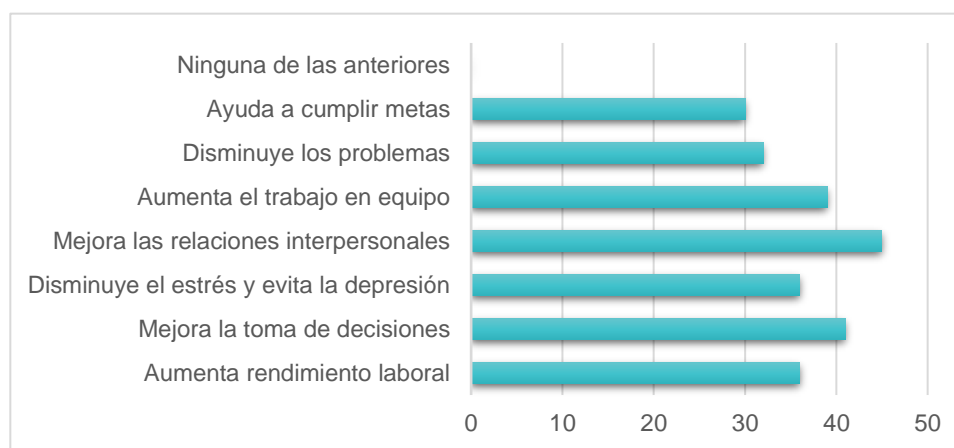
Gráfico 21. Beneficios de aplicar la Inteligencia emocional en la organización



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 2, muestra que un 98% de las personas encuestadas en la SSVMN considera que el aplicar la IE en la organización tiene beneficios, mientras que el 2% restante opina que no es así.

Gráfico 22. Beneficios de la inteligencia emocional en la organización

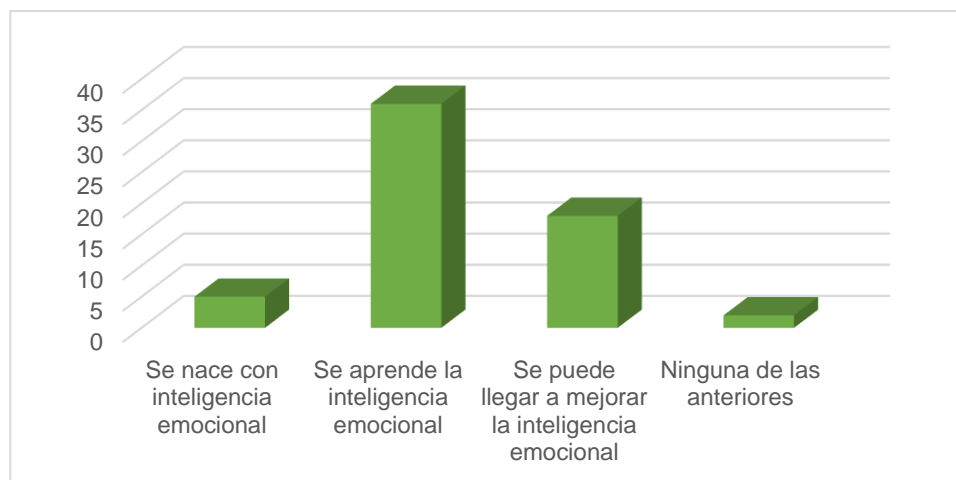


Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

En el gráfico 22, se indica que 45 personas consideran que la inteligencia emocional mejora las relaciones interpersonales en la organización, 41 indican que mejora la toma de decisiones, 39 indican que aumenta el trabajo en equipo, 36 indican que aumenta el rendimiento laboral y que disminuye el estrés y evita la depresión, 32 indican que disminuye los problemas, 30 indican que

ayuda a cumplir metas y ninguna persona indicó que ninguna de las opciones dadas no traía beneficios para la organización.

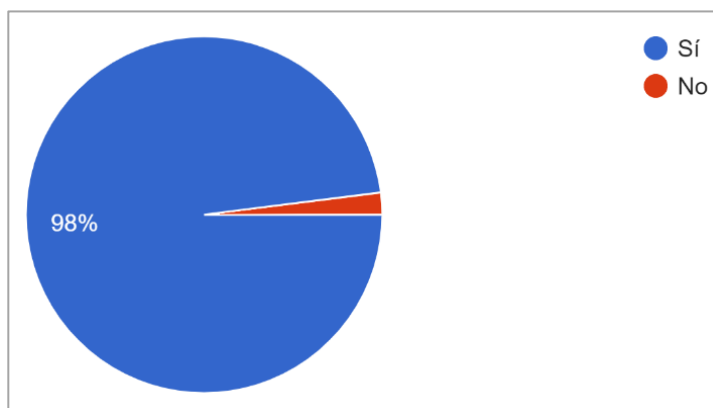
Gráfico 23. Lo que las personas consideran de la inteligencia emocional



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

En el gráfico 23, se muestra que 36 personas consideran que la IE se aprende, 18 consideran que la IE se puede llegar a mejorar, 5 consideran que se nace con la IE y 2 indicaron que ninguna de las opciones les parecía.

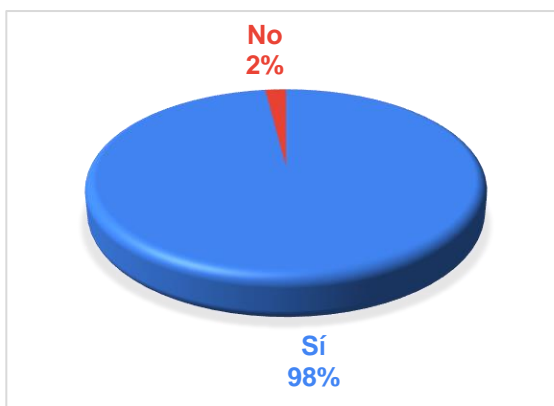
Gráfico 24. Conocimiento del término Empatía



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

En el gráfico 24 se indica que un 98% de los encuestados conocen el término de empatía, mientras que un 2% no lo conoce.

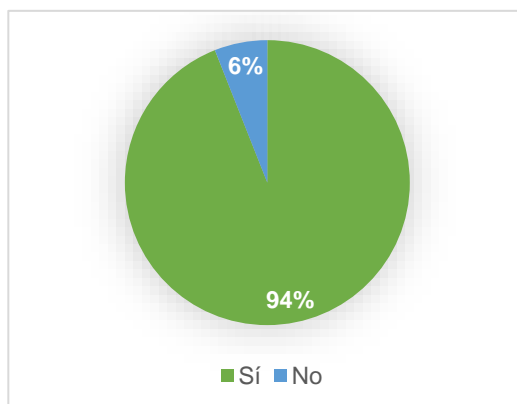
Gráfico 25. La empatía en el servicio al cliente



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

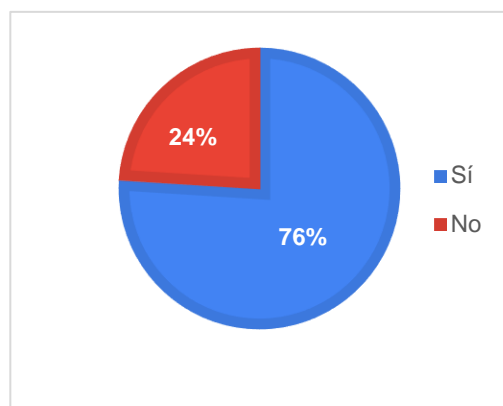
El gráfico 25 indica que un 98% de los encuestados considera que en el servicio al cliente hay que tener empatía, mientras que el 2% restante no considera que sea importante.

Gráfico 26. Conocimiento de Autocontrol emocional



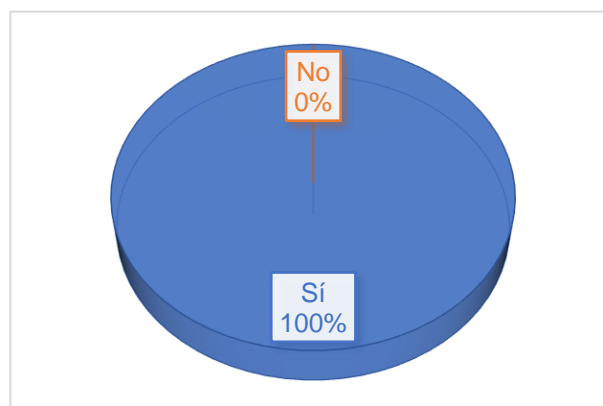
Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

En el gráfico 26, se muestra que un 94% de los encuestados indicaron que sí conocen que es el autocontrol emocional, mientras que un 6% indicó que no lo conoce.

Gráfico 27. Conocimiento del término Autoconocimiento emocional

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

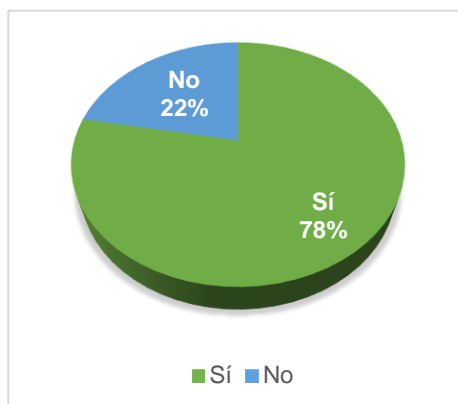
En el gráfico 27, se muestra que un 76% de la población encuestada sí sabe que es el autoconocimiento emocional, mientras que un 24% no conoce este término.

Gráfico 28. La motivación en el trabajo influye en el servicio al cliente

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

El gráfico 28, muestra que el 100% de la población encuestada indicó que el tener una motivación en el trabajo influye en el servicio que se le brinda al cliente.

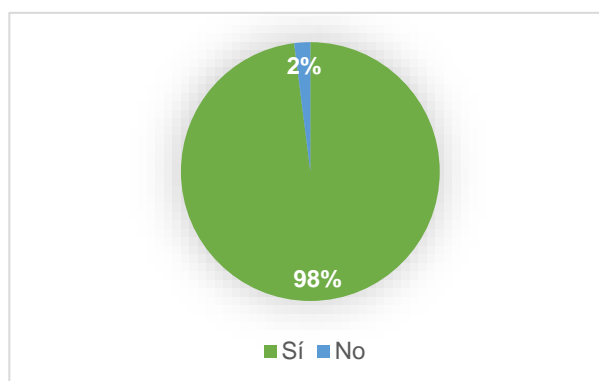
Gráfico 29. La motivación influye para tener una Inteligencia Emocional buena o alta



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

En el gráfico 29, se indica que un 78% de los colaboradores opina que el tener una motivación en el trabajo influye para tener una IE buena o alta, mientras que el 22% restante no opina lo mismo.

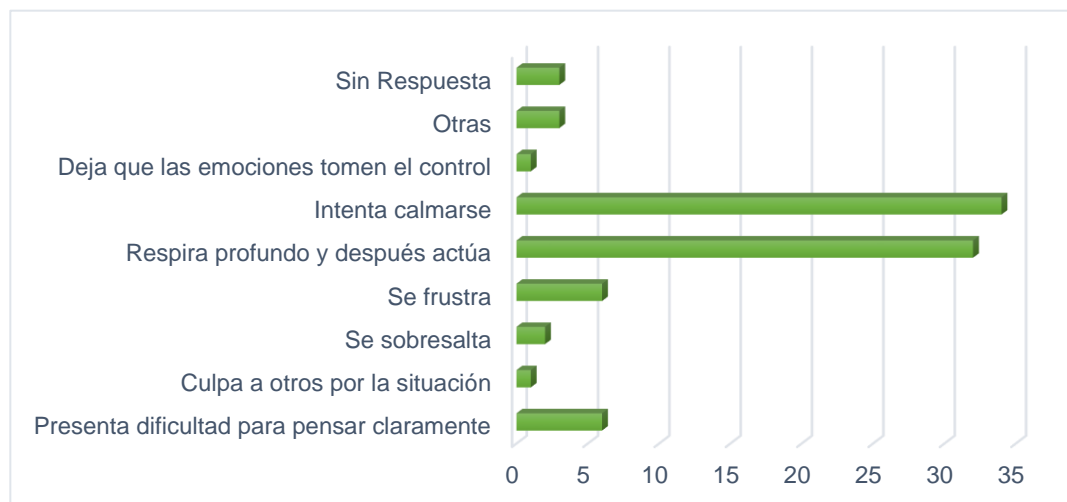
Gráfico 30. Si los compañeros tuvieran autocontrol emocional, el ambiente laboral mejoraría



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

En el gráfico 30, se muestra que el 98% de la población encuestada considera que, si los compañeros de trabajo tuvieran autocontrol emocional, el ambiente laboral mejoraría en ocasiones donde hay presión o estrés, mientras que el 2% restante indicó que no.

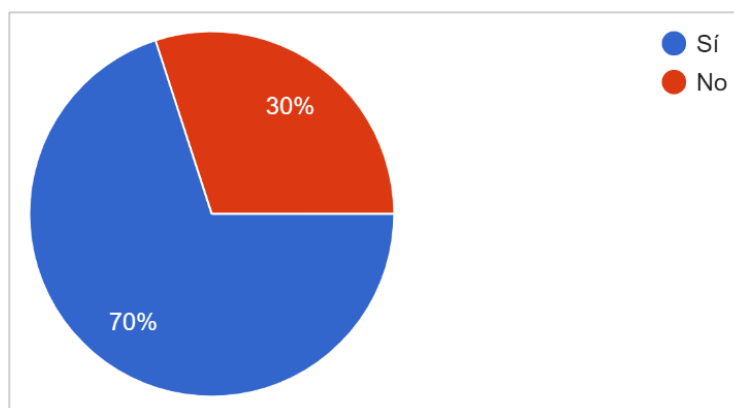
Gráfico 31. Reacción de los colaboradores ante situaciones de estrés en el servicio al cliente



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

En el gráfico 31, se indica que 34 personas intentan calmarse ante situaciones de estrés mientras brindan servicio al cliente, 32 personas respiran profundo y después actúan, 6 personas presentan dificultad para pensar claramente y también se frustran, 2 personas se sobresaltan, 1 persona culpa a otros por la situación, y otra deja que las emociones tomen el control, 3 personas no respondieron, y 3 personas indicaron otras opciones, las cuales son: 1 se aleja para pensar, otra piensa en la empatía con el asociado y a otra no se le dificulta prestar el servicio al cliente en situaciones de estrés.

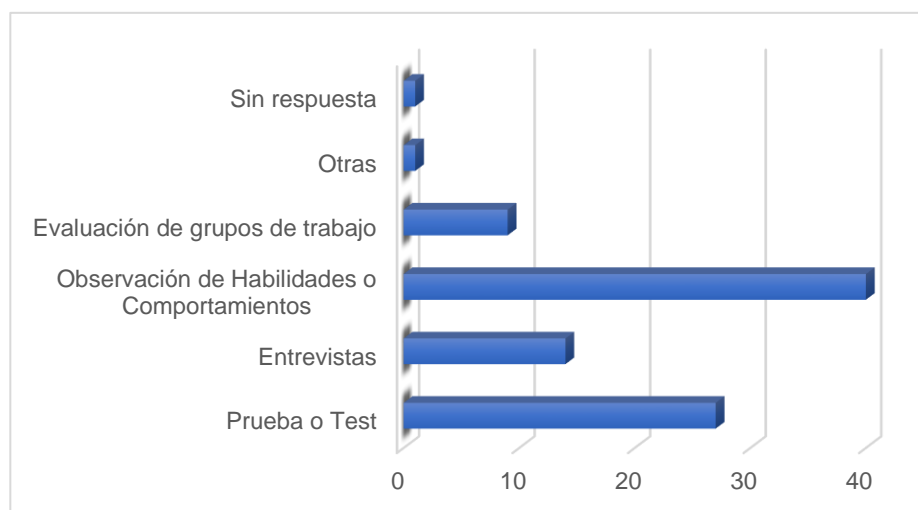
Gráfico 32. La IE se puede medir



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

En el gráfico 32, se muestra que 70% de los colaboradores encuestados consideran que la IE se puede llegar a medir, mientras que el 30% restante opina que no es así.

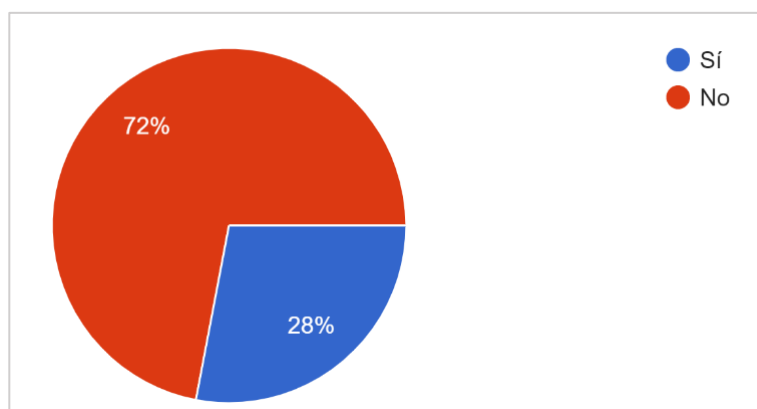
Gráfico 33. Formas de medir la Inteligencia Emocional



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

En el gráfico 33, se muestra que 40 personas consideran que la IE se puede medir mediante observación de habilidades o comportamientos, 27 personas consideran que se debe hacer mediante test o pruebas, 14 consideran que se debe hacer mediante entrevistas, 9 consideran que se puede hacer mediante evaluación de grupos de trabajo, 1 respondió que la IE al ser cualitativo no es medible con exactitud, y 1 persona no respondió.

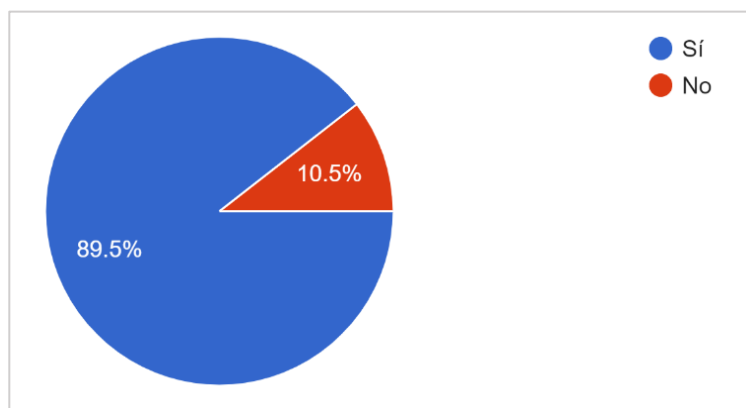
Gráfico 34. Aplicación de test o prueba de IE, en algún trabajo



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

En el gráfico 34, se indica que a 72% de los encuestados no le han aplicado pruebas o test de IE en algún trabajo, y a 28% si le han aplicado alguna vez pruebas o test de IE.

Gráfico 35. Le gustaría que le aplicaran una prueba de IE



Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores de la SSVMN, noviembre 2019.

En el gráfico 35, se muestra que 89.5% de los encuestados a los que no les han aplicado nunca una prueba de IE les gustaría realizarla, mientras que al 10.5% no le parece esta opción.

4.4.2. Entrevista a Jefatura de Talento Humano de la SSVMN

A continuación, se describen los datos obtenidos por medio de la entrevista realizada a la jefatura de Talento Humano de la SSVMN.

1. ¿Conoce que es la Inteligencia Emocional? ¿Podría por favor describirla?

_Sí, la inteligencia emocional es aprender a controlar las emociones para obtener mejores resultados en una organización; ya que con la Inteligencia Emocional se mejoran las relaciones interpersonales y también trae beneficios para la organización pues si no se aplica la IE se puede perder más por el descontrol que se genera a nivel de emociones.

2. ¿Considera importante tomar en cuenta la Inteligencia Emocional en los procesos de reclutamiento?

_Sí, una persona puede llegar a determinar emociones a través de ejercicios orientados a las Habilidades Blandas; principalmente es bueno tomarla en cuenta porque las personas contratadas con una IE alta se garantiza que van a tener más eficiencia en los puestos, por ejemplo, yo puedo tener una persona que cumpla académicamente con el puesto, pero sino tiene habilidades blandas desarrolladas no puede desempeñarse igual o mejor que una persona que si las tenga.

3. ¿Considera que los procesos de reclutamiento basados en la Inteligencia emocional llegan a medir factores importantes para la organización?

_Sí claro, los resultados son más satisfactorios, los candidatos a los que se les aplican estos procesos de reclutamiento tienen mejores competencias, y los reclutadores también deben tener inteligencia para reclutar correctamente a los candidatos, para no interferir en los resultados. Además, es importante mantener el respeto siempre, y

si todas las personas en sus relaciones interpersonales utilizaran la Inteligencia emocional todo sería diferente tanto en el área laboral como personal.

4. ¿Usted consideraría aplicar procesos de reclutamiento basados en Inteligencia Emocional?

_Sí, aquí en la institución falta estructurarlo un poco más, pues se aplican entrevistas o ejercicios enfocados a ciertas competencias, pero hace falta enfocarlo aún más a la Inteligencia Emocional.

5. ¿Ha escuchado hablar de los test o pruebas de Inteligencia Emocional? ¿Qué opina de esto?

_He escuchado poco sobre los test de inteligencia emocional, pero me parecen bien, porque las pruebas son una buena herramienta que se pueden manipular bien, pero ciertas preguntas pueden verse alteradas por situaciones recientes que le hayan ocurrido a la persona, sin embargo, creo que las organizaciones deberían aplicarlas porque son un aporte importante.

4.4.3. Entrevista a Jefatura de Plataforma de servicios de la SSVMN

A continuación, se describen los datos obtenidos por medio de la entrevista realizada a la jefatura de Plataforma de servicios de la SSVMN.

1. ¿Conoce que es la Inteligencia emocional?

Sí, me parece que es muy importante en las relaciones interpersonales de estos tiempos.

2. ¿Qué opina de la Inteligencia Emocional?

_Que es muy importante porque nos ayuda a la forma en como interactuamos, nos ayuda a poder manejar las situaciones, y si se logra aplicar la Inteligencia emocional en el trabajo puedo tener un resultado más favorable, inclusive la IE es importante para cualquier área de la vida.

3. ¿Considera que la Inteligencia Emocional trae beneficios para la organización?

_Sí, podría evitar problemas o situaciones que pasan por no pensar un poco más en lo que se va a decir, o en cómo va a afectar a la otra persona.

4. ¿Considera que la inteligencia emocional es importante para el servicio al cliente?

_Sí, primero uno no sabe con el tipo de asociado con el que se trata o la situación por la que está pasando, incluso cuando se le está atendiendo su ánimo puede cambiar, porque lo puede perjudicar el cómo está siendo atendido.

5. ¿Considera que la inteligencia emocional influye en el ambiente laboral o en el desempeño de los colaboradores?

_Sí, porque si con los mismos compañeros no aplico la Inteligencia Emocional se puede llegar a crear un mal clima laboral.

6. ¿Considera que es importante reforzar la inteligencia emocional en los colaboradores?

_Sí, solo que es difícil porque cuando uno está normal es menos complicado, pero si la persona está triste o enojada la forma de reaccionar no va a ser igual y si la forma de

actuar está mal entonces eso es lo difícil como hacer para que la persona entre en razón, de que esa no es la forma correcta de actuar.

7. ¿Consideraría aplicar una capacitación o taller para reforzar la IE en los colaboradores que tiene a cargo?

_Sí, creo que es muy importante para poder mejorar como personas y como profesionales.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones y recomendaciones

En este capítulo, se indican las conclusiones y recomendaciones de los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta y de las entrevistas utilizados para este trabajo. Para facilitar la información y su relación con la investigación, se clasificó de acuerdo con el objetivo específico.

Datos generales

- Más del 60% de los colaboradores que participaron en la encuesta son mujeres mientras que el resto son hombres.
- 4.4 de cada diez encuestados tienen edad entre 26 a 35 años, 2.4 de cada diez encuestados tienen entre 36 a 45 años, 1.6 de cada diez encuestados tienen entre 18 a 25 y el restante tienen de 45 años en adelante.
- Los departamentos que tuvieron mayor porcentaje de participación fueron el de Plataforma de servicios y el de Seguro Mutuo, seguido por Contact Center, Cobros y Tesorería.
- 4.2 de cada diez encuestados tienen de 1 a 5 años de laborar en la SSVMN, 2.8 de cada diez encuestados tienen de 6 a 10 años, 1.2 de cada diez encuestados tienen 16 años o más, 1 de cada diez encuestados tiene de 11 a 15 años y el porcentaje restante tiene menos de un año de trabajar en la SSVMN.
- La mayoría de los colaboradores que participaron en la encuesta tienen grado de Bachillerato o Licenciatura Universitaria, luego en tercer lugar están los que tienen

grado de Técnico, y el resto de los porcentajes menores tiene estudios a nivel de Diplomado, Secundaria, Primaria y Maestría.

Objetivo Específico N°1	
Identificar el conocimiento que tienen los colaboradores de la Institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, sobre la Inteligencia Emocional y la influencia de ésta en el servicio al cliente.	
Conclusiones	Recomendaciones
Los colaboradores que prestan servicio al cliente no han participado en capacitaciones, charlas informativas o talleres donde les expongan la importancia de la inteligencia emocional ni de la influencia que ésta tiene en el servicio al cliente.	<p>Se recomienda realizar al menos un boletín informativo digital en la revista Bienestar, la cual es de la institución y que la publican en su página cada doce meses; sobre el tema de la inteligencia emocional y su importancia en el servicio al cliente.</p> <p>Además, se recomienda que en cada uno de los departamentos incluidos en esta investigación se realice una prueba de inteligencia emocional, como la presentada en el Anexo 1.</p> <p>Y una vez se obtengan los resultados se realice un taller grupal en donde se</p>

	<p>abarquen temas sobre cómo mejorar en ciertos aspectos la inteligencia emocional de cada uno de los participantes (tales como el autocontrol, la empatía y las habilidades sociales), asignándoles mentores que los ayuden en este proceso.</p>
<p>Las emociones de los colaboradores influyen en las decisiones o en la actitud de los clientes, por lo que es importante tener en cuenta las emociones del cliente y aplicar la Inteligencia emocional en el servicio que brindan.</p> <p>Por lo tanto, el colaborador requiere aumentar su grado de conocimiento de la inteligencia emocional y también es necesario que conozca más sobre la influencia que ésta tiene sobre los clientes.</p> <p>La inteligencia emocional se puede medir y hay diversas formas de hacerlo, pero la más significativa es por medio</p>	<p>Realizar observaciones por al menos dos semanas a los colaboradores, para conocer cómo es que ellos brindan servicio al cliente y cómo manejan sus emociones en situaciones de estrés, y una vez se obtengan los resultados crear un plan de trabajo personalizado para trabajar con cada uno de ellos el manejo efectivo de las emociones y darle un seguimiento a cada uno.</p> <p>Se recomienda realizar un libro foro con todos los colaboradores y analizar el libro “Tus zonas erróneas” de Wayne Dyer, el cual habla de que para que cambien las emociones en una persona primero deben cambiar los</p>

<p>de observación de habilidades y comportamientos.</p> <p>Igualmente se puede medir la inteligencia emocional en las entrevistas de selección de personal por medio de entrevistas conductuales.</p>	<p>pensamientos que esta tiene hacia los demás, los cuales muchas veces se ven afectados por errores en la percepción de ciertas situaciones.</p> <p>Brindarles otras opciones a los colaboradores para controlar sus emociones como lo son el uso de técnicas de respiración, esto igualmente se trabaja por medio de plan personalizado, y se le puede dar seguimiento una vez cada 8 o 15 días, dependiendo del colaborador.</p>
<p>El departamento de Talento Humano no tiene un proceso de reclutamiento y selección de personal basado en inteligencia emocional, pero si se realizan una serie de ejercicios para evaluar ciertas habilidades relacionadas con la Inteligencia emocional durante este proceso.</p> <p>Además, es importante tomar la IE en cuenta en los procesos de reclutamiento</p>	<p>Reforzar en los colaboradores la importancia de tener en cuenta a las personas y sus emociones en el servicio al cliente, crear consciencia por medio de capacitaciones, en los colaboradores de que los clientes todo el comportamiento que observen lo van a tomar en cuenta a la hora de ser atendidos y esto influirá en su comportamiento actual y futuro, también de que es importante que al</p>

<p>para evaluar ciertas competencias, y siempre hay que mantener el respeto y la objetividad en el momento de aplicar las pruebas.</p>	<p>prestarle más atención al cliente mejorarán los resultados.</p> <p>Además, a nivel institucional tener presente los beneficios de reforzar la Inteligencia emocional en los funcionarios de la SSVMN y de aplicarla tanto a nivel interno como externo en la institución, y considerar mantener motivados a los colaboradores.</p> <p>Por otro lado, contratar a una institución externa a la institución para realizar las pruebas psicométricas o las pruebas de inteligencia emocional, para con ello garantizar la objetividad en los resultados.</p>
<p>Algunos colaboradores tienen problemas emocionales para controlarse en situaciones de estrés cuando prestan servicio al cliente.</p>	<p>Ayudar a los colaboradores a intentar controlarse otorgándoles medidas o técnicas que puedan utilizar en situaciones de estrés como lo son las técnicas de respiración, de estiramiento de los músculos, oír música relajante, entre otros, y esto se les puede enseñar en una capacitación presencial, donde además se</p>

	<p>les brinden otras opciones digitales para el autocontrol emocional como videos.</p> <p>También incluir un taller para una comunicación asertiva, el cual según la propuesta del capacitador Lic. Eduardo Gómez A., del Grupo Motiva, el cual brinda capacitaciones a nivel empresarial, tiene una duración de 4 horas y se trabajan los 3 niveles principales para lograr una comunicación exitosa.</p>
--	--

Objetivo Específico N°2

Comparar el conocimiento que tienen los colaboradores, de la Institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, sobre la inteligencia emocional, con lo que realmente significa la inteligencia emocional y sus beneficios.

Conclusiones	Recomendaciones
<p>La mayoría de las personas encuestadas sí conocen que son habilidades blandas y cuáles son los</p>	<p>Realizar un taller enfocado en el reforzamiento y actualización del tema de las habilidades blandas y que explique la</p>

<p>principales componentes de estas.</p> <p>Las emociones se pueden llegar a determinar a través de ejercicios orientados a las Habilidades Blandas; principalmente se ha encontrado que las personas contratadas con una IE alta se garantiza que van a tener más eficiencia en los puestos.</p>	<p>importancia de ellas en la vida profesional.</p> <p>Además de realizar pruebas de inteligencia emocional, y según los resultados obtenidos crear un plan de trabajo para cada departamento en donde se enfatice en realizar talleres o programas que ayuden a fortalecer las habilidades grupales, con ello se aumentará la eficacia y eficiencia en cada departamento.</p>
<p>La mayoría de los colaboradores encuestados conocen parcialmente el término de Inteligencia Emocional, la cual se aprende y al aplicarla trae beneficios para la institución.</p> <p>Entre los principales beneficios que se obtienen con la aplicación de la IE aplicar están :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. mejorar las relaciones interpersonales, lo que conlleva a aumentar el trabajo en equipo 	<p>Reforzar en los funcionarios los términos clave de la IE, como el autoconocimiento, el autocontrol y motivación, por medio de talleres o capacitaciones, en donde los colaboradores conozcan cuales son las áreas que deben mejorar y en donde también se refuercen otras habilidades blandas, además de incluir técnicas para incentivar a los colaboradores a mejorar su Inteligencia emocional y a aplicarla en su vida diaria profesional, ya que una persona que sabe controlar y manejar sus emociones se desempeña mejor en sus</p>

<p>2. mejorar el rendimiento laboral.</p>	<p>labores, y existe un mejor ambiente laboral, y conlleva a una mayor eficiencia en el servicio al cliente.</p> <p>Se puede utilizar también un libro como guía el cual se titula: Los 7 hábitos de las personas altamente efectivas del autor Stephen Covey, ya que en este se habla de que el comportamiento que tiene cada persona es influenciado por el carácter el cual se compone de hábitos, los cuales se pueden modificar, y menciona la importancia de mantener buenas relaciones interpersonales.</p>
<p>Aplicar la Inteligencia emocional trae múltiples beneficios, entre ellos mejorar el clima laboral.</p>	<p>Trabajar la inteligencia emocional de los colaboradores, basados en los resultados de las pruebas psicométricas, no solo a nivel personal sino también a nivel grupal, ya que, en la inteligencia emocional según Goleman, existen dos aspectos que afectan o involucran a los demás, los cuales son la empatía y las habilidades sociales.</p> <p>También, se recomienda que todos los</p>

	<p>colaboradores lean el libro de los 5 acuerdos de Miguel Ruiz, ya que ayuda a las personas a aceptarse tal y como son, a no juzgar a los demás y a llevar una vida menos estresada, por preocuparse por lo que otros piensen, además de que les enseña a las personas a auto conocerse.</p>
--	---

Objetivo Específico N°3

Concientizar sobre la importancia de aplicar la inteligencia emocional en el servicio al cliente, en la Institución Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional, durante el tercer cuatrimestre del 2019.

Conclusiones	Recomendaciones
<p>El área de Contact Center no tiene investigaciones ni se han aplicado capacitaciones relacionadas con la Inteligencia emocional.</p>	<p>Realizar investigaciones sobre la Inteligencia emocional y los beneficios que se pueden obtener enfocándose en el área de Contact Center, principalmente en el servicio al cliente; además de capacitar a los colaboradores de esta y otras áreas para mejorar o aumentar su inteligencia</p>

	emocional.
<p>La Institución cuenta con la certificación ISO 9001:2015, en la cual se documentan todos los procesos internos de trabajo y se da énfasis a los procedimientos de servicio de atención personalizado, además, se miden los tiempos de atención y las metas con las que cuenta cada grupo de trabajo, logrando con esto llevar un control de los estándares de calidad y de atención a los clientes, tomando en cuenta sus sugerencias.</p>	<p>Se recomienda ser constantes en la revisión de los documentos recopilados para cumplir con la norma ISO 9001:2015, pues en esta se da énfasis a los procedimientos del servicio de atención y de los estándares de calidad, y realizar un plan de seguimiento al servicio al cliente y posteriormente evaluarlo cada 3 ó 6 meses.</p> <p>Además, se recomienda estar pendientes de los resultados de las encuestas de satisfacción de servicio recibido que se aplican a las Asociados (Clientes).</p>

BIBLIOGRAFÍA

- 5 prácticas para mejorar la inteligencia emocional en el trabajo.* (2016, julio 21). CICAP - Universidad de Costa Rica. <http://www.cicap.ucr.ac.cr/web/5-practicas-mejorar-la-inteligencia-emocional-ambito-laboral/>
- Alkahtani, A. H. (2016). The Influence of Leadership Styles on Organizational Commitment: The Moderating Effect of Emotional Intelligence. *Business and Management Studies*, 2(1), 23-34. <https://doi.org/10.11114/bms.v2i1.1091>
- Arévalo Onieva, M. (2017). *Conciencia emocional y relaciones sentimentales adolescentes: Un programa de intervención.* <http://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/18472>
- Asociación Mentes Abiertas. (2019). *T. Estado de Ánimo—Asociación Mentes Abiertas.* Transtornos del Estado de Ánimo. <https://www.mentesabiertas.org/trastornos-del-estado-de-animodepresion/bipolar/tratamiento-psicologico/psicologos/terapia-adultos-infantil/asociacion-psicologia-madrid>
- Ayala Servín, N., Bogarín Torres, C., Bottrel, A., Duarte Fariña, C., Torales, J., Samudio, M., Barrios, I., & Arce, A. (2016). *Inteligencia emocional y coeficiente intelectual como predictor de rendimiento académico en estudiantes de medicina paraguayos. Año 2015. 14.* [https://doi.org/0.18004/Mem.iics/1812-9528/2016.014\(02\)84-091](https://doi.org/0.18004/Mem.iics/1812-9528/2016.014(02)84-091)
- Barquero, K. (2019). *Habilidades blandas ganarán el pulso a las máquinas.* <https://www.larepublica.net/noticia/habilidades-blandas-ganaran-el-pulso-a-las-maquinas>
- Carmona Fuentes, P., Vargas Hernández, J., & Rosas Reyes, R. E. (2015). *La inteligencia emocional en el desempeño laboral.* Sapienza Organizacional. <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=553056601004>
- Carreres, F. (2019, octubre 12). *Los alumnos que entrenan las habilidades «blandas» suben hasta dos puntos sus notas.* La Verdad. <https://www.laverdad.es/murcia/alumnos-entrenan-habilidades-20191012004010-ntvo.html>
- Cebrián, M., Muiño, L., & González, M. (s. f.). *Inteligencia Emocional- Entiende tu Mente* (N.º 53). Recuperado 5 de junio de 2018, de <https://open.spotify.com/show/0sGGLIDnnijRPLef7InlID>
- Chiavenato, I. (2017). *Administración de recursos humanos. El capital humano de las organizaciones* (10.ª ed.). McGraw-Hill Interamericana. <http://ebooks7-24.com/?il=5207>
- CHV Noticias. (2019). *Encuesta sostiene que las empresas están apreciando las habilidades blandas al momento de contratar.* CHV Noticias - En línea con lo que te pasa.

https://www.chvnoticias.cl/te-ayuda/encuesta-sostiene-que-las-empresas-estan-apreciando-las-habilidades-blandas-al-momento-de-contratar_20191009/

Cobo, C. (2017). *Habilidades y competencias para trabajadores knowmáticos* | LinkedIn.

<https://www.linkedin.com/pulse/habilidades-y-competencias-para-trabajadores-knowm%C3%A1dicos-cobo/>

¿Cómo potenciar la inteligencia emocional en el trabajo? | EAE. (2017). [EAE Business School]. *Inteligencia emocional en el trabajo: poténciala*. <https://retos-directivos.eae.es/como-potenciar-la-inteligencia-emocional-en-el-trabajo/>

Córdoba, J. T., Acosta, A. M. P., & Castillo, A. R. del. (2016). El concepto de personalidad de la empresa: Antecedentes conceptuales y examen crítico. *Cuadernos Hispanoamericanos de Psicología*, 16(1), 17-28.

DRAE. (2019). «Diccionario de la lengua española»—Edición del Tricentenario. En «*Diccionario de la lengua española*»—Edición del Tricentenario (23°. Edición del Tricentenario). REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. <https://dle.rae.es/>

El estrés y su salud: MedlinePlus enciclopedia médica. (s. f.). Recuperado 30 de septiembre de 2019, de <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/003211.htm>

Encalada, M. L., Pacheco Rodríguez, M., Romero Vélez, E. M., Coello Arrata, F., & Armas Ortega, Y. M. (2016). *LA CULTURA ORGANIZACIONAL: EJE DE ACCIÓN DE LA GESTIÓN HUMANA*. 126.

Galarza, A. O. (2015). PROBLEMAS TEÓRICOS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL: UN ESTADO DE LA CUESTION. *REVISTA DE PSICOLOGÍA / Journal of Psychology*, 12, 347-362.

García -Allen, J. (2016, junio 2). *Daniel Goleman: Biografía del autor de la Inteligencia Emocional*. <https://psicologiyamente.com/biografias/daniel-goleman>

García Sedeño, M. A. (2016). *Las emociones como componente de la racionalidad humana*. <https://doi.org/10.14201/gredos.132952>

glosarios@servidor-alicante.com. (2015, agosto 13). *Marco muestral (Términos estadísticos)* [Text]. glosarios@servidor-alicante.com. <https://glosarios.servidor-alicante.com/terminos-estadistica/marco-muestral>

Goleman, D. (2018). *Inteligencia emocional en la empresa (Imprescindibles)*. Penguin Random House Grupo Editorial España.

Gómez Pérez, O., & Calleja Bello, N. (2016). Regulación emocional: Definición, red nomológica y medición. *I, 8*, 96-117.

González, Chinchilla, Guerra & Jara, (2018). *Guía Cuantitativa para Trabajos Finales De Graduación, Tesinas y Tesis en Ciencias Sociales. (05) Universidad Hispanoamericana*. <http://13.65.82.242:8080/xmlui/handle/cenit/2656>

Guía para mejorar y potenciar las relaciones interpersonales dentro de su empresa. (2017). El Financiero, Grupo Nación. <https://www.elfinanciero.com/gerencia/guia-para-mejorar-y-potenciar-las-relaciones-interpersonales-dentro-de-su-empresa/SAYR6CNRQ5E6VANMTGAGWDX2UQ/story/>

Henar -Cambronero, H. (2018). *Selección de personal desde la Inteligencia Emocional* [Jaume I. Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas]. http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/176406/TFG_2018-Cambronero+Alonso_Henar.pdf;jsessionid=BE9F0DB784B4022FD6B58C32D16A31A9?sequence=1

Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1.^a ed.). McGraw-Hill Interamericana. <http://ebooks7-24.com/?il=6443>

Informe Final de Responsabilidad Social (p. 30). (2018). Sociedad de Seguros de Vida del Magisterio Nacional. <https://ssvmn.com/wp-content/uploads/2019/08/INFORME-FINAL-RS-2018.pdf>

Ingenium, Facultad de Ingeniería. (2019). *¿Qué diferencia investigación básica e investigación aplicada?* <http://camp.ucss.edu.pe/ingenium/index.php/industrial/116-diferencia-investigacion-basica->

Llorente, A. (2018, marzo 12). Qué es la inteligencia, qué tan importante es y por qué no deberías decirle a nadie que es inteligente. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43352690>

Loli P., A., Montgómery U., W., Cerón V., F., Del Carpio G., J., Navarro V., V., & Llancho I., K. (2015). Compromiso organizacional y sentimiento de permanencia de los profesionales en las organizaciones públicas y privadas de Lima Metropolitana. *I, 18*, 105-123.

Magán, A. M. C. (2015). *Estrés laboral, fuentes de estrés e inteligencia emocional en los trabajadores de centro de urgencias y emergencias 112 de Extremadura* [Http://purl.org/dc/dcmitype/Text, Universidad de Extremadura]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=45708>

Manrique Solana, R. (2015). *La cuestión de la inteligencia emocional*.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265045386008>

Massuh, E. M. de L. L., Recalde, J. A., & Cobo, M. V. (2017). Inteligencia emocional, el desempeño en ventas y compromiso organizacional. *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 1(5), 578-600.

Olaizola, E. (2018). *Inteligencia Colectiva y Liderazgo Distribuido*. LIDERAZGO INSPIRADOR: Edita Olaizola. https://www.tendencias21.net/lider/Inteligencia-Colectiva-y-Liderazgo-Distribuido_a6.html

Ortega Sánchez, C. (2016). *El proceso de toma de decisiones vinculado a la inteligencia emocional como herramienta de gestión dentro de las organizaciones empresariales* [Ph.D. Thesis, Universitat Internacional de Catalunya]. <http://www.tdx.cat/handle/10803/398649>

Pérez, A. M. S., Milian, A. J. G., Cabrera, P. L., & Victoria, I. P. (2017). Desarrollo organizacional, cultura organizacional y clima organizacional. Una aproximación conceptual. *Revista de Información científica para la Dirección en Salud. INFODIR*, 0(24), 86-99.

Personalidad y carácter: Conceptos y diferencias. (2017, mayo 18). *eSalud*.

<https://www.esalud.com/personalidad-y-caracter/>

Plaza-Angulo, J. J. (2018). *INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA LOCAL*. 50.

Polo-Vargas, J. D., Zambrano, M., Muñoz, A., & Velilla, J. (2016). Emotional Intelligence and Perception of Basic Emotions as a Possible Contributing Factor to Improve Sales Performance: A Theoretical Research. *Universitas Psychologica*, 15(2), 73-86.

<https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy15-2.iepe>

Psicología Práctica Online, T. (2014). INTELIGENCIA SOCIAL e INTERPERSONAL | psicologiapracticaonline.com. *Inteligencia Social e Interpersonal*.

<http://www.psicologiapracticaonline.com/2014/04/inteligencia-social-inteligencia-interpersonal/>

Revista Bienestar. (2018). *Revista Bienestar*. 36, 7.

Revista Poder y Finanzas, I. (2019). *HABILIDADES BLANDAS – SOFT SKILLS*.

<http://revistapoderfinanzas.com.bo/habilidades-blandas-soft-skills/>

Riaño, R. (2019, octubre 10). *Habilidades Blandas: ¿Quién y cuándo?* KienyKe.

<https://www.kienyke.com/kien-escribe/habilidades-blandas-quien-y-cuando-opinion-rodri-goriano>

- Ríos, B. (2018, diciembre 15). *¿Retomaremos el rumbo en el 2019? Inteligencia emocional colectiva, discrepancia productiva y razón de ser*. Crecer Con Eficiencia. <https://semanaeconomica.com/crecerconeficiencia/2018/12/15/retomaremos-el-rumbo-en-el-2019-inteligencia-emocional-colectiva-discrepancia-productiva-y-razon-de-ser/>
- Rocha, C. M. (2015). *Metodología de la investigación*. Oxford University Press.
- Rodríguez, D. (2018, febrero 16). Investigación aplicada: Características, definición, ejemplos. *Lifeder*. <https://www.lifeder.com/investigacion-aplicada/>
- Ruiz, Y. O., & León, L. M. (2014). El clima organizacional aspecto estratégico en el servicio al cliente. *Aglala*, 5(1), 126-142. <https://doi.org/10.22519/22157360.697>
- Saint, V. C. y S. (2016). *Existen cuatro tipos de personalidades, ¿cuál es la de sus colaboradores?* El Financiero, Grupo Nación. <https://www.elfinancierocr.com/gerencia/existen-cuatro-tipos-de-personalidades-cual-es-la-de-sus-colaboradores/TASNBU4VUJBJBP5MMXVAFJZNFU/story/>
- SSVMN – Nuestros sistemas*. (s. f.). Recuperado 4 de octubre de 2019, de <https://ssvmn.com/nuestros-sistemas/>
- SSVMN – ¿Quiénes Somos?* (s. f.). Recuperado 4 de octubre de 2019, de <https://ssvmn.com/nosotros/quienes-somos/>
- Ssvmn.com*. (s. f.). Recuperado 2 de octubre de 2019, de <https://ssvmn.com/>
- Test de Inteligencia Emocional-R*. (s. f.). Central Test. Recuperado 9 de octubre de 2019, de <https://www.centraltest.es/soluciones/Test-de-Inteligencia-Emocional-R>
- Universidad Internacional de Valencia. (2018). *El concepto de inteligencia racional / VIU*. El concepto de Inteligencia Racional. <https://www.universidadviu.com/el-concepto-de-inteligencia-racional/>
- Woolley, A. W. (2016, enero 31). Sabiduría en grupo. *El País*. https://elpais.com/tecnologia/2016/01/29/actualidad/1454082963_451030.html

ANEXOS

Anexo 1



Test de Inteligencia Emocional-R

Desarrollar el conocimiento de uno mismo y la relación con los demás

El **Test de Inteligencia Emocional-R** proporciona una medición fiable de las habilidades emocionales y sociales de una persona mediante la evaluación de 12 factores específicos de inteligencia emocional. El test ofrece una puntuación global de QE con una indicador de sinceridad



97 preguntas



16 20 minutos



Español, francés, inglés, alemán, árabe



Todos los perfiles

OBJETIVOS

- Selección de personal
- Coaching y asesoramiento de personal directivo
- Movilidad interna y desarrollo

PUNTOS FUERTES

- Puntuación global del Cociente Emocional
- Escala de sinceridad
- Resumen del perfil con consejos de mejora

DETALLES DEL TEST

El análisis se basa en 4 dimensiones generales

- Inteligencia interpersonal
- Afirmación de uno mismo
- Desarrollo personal
- Liderazgo

Análisis de 12 factores

- Conciencia de sí mismo
- Adaptabilidad
- Auto regulación
- Facilidad para relacionarse
- Auto motivación
- Mediación e influencia
- Auto estima
- Capacidad de reponerse
- Empatía
- Asertividad
- Expresión emocional
- Optimismo

Ejemplo de pregunta

Puedo superar los fracasos bastante rápido :



Informe

- Indicador de deseabilidad social
- Puntuación global del Cociente Emocional
- Gráfico de resultados
- Resultados detallados por factor
- Resumen del perfil

Gráfico



Anexo 2

<p>UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA</p> <p>FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS</p> <p>ADMINISTRACION DE NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN RECURSOS HUMANOS</p> <p>TESINA PARA INVESTIGAR EL ROL DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN EL SERVICIO AL CLIENTE</p>
--

Instrumento N° 1, aplicado a colaboradores de los departamentos de Contact Center, Plataforma de Servicios, Seguro Mutual, Cobros y Tesorería, con el fin de identificar el conocimiento que tienen los colaboradores de la SSVMN sobre la Inteligencia emocional y la influencia de esta en el servicio al cliente, en el tercer cuatrimestre del 2019, como parte de la investigación a nivel académico, para optar por el grado de Bachillerato en Administración de Negocios con énfasis en Recursos Humanos.

Estimado colaborador (a) de la SSVMN:

El presente cuestionario tiene la finalidad de conocer su percepción y opiniones en general en relación con la Inteligencia Emocional, sus respuestas serán de gran ayuda para la investigación del rol de la Inteligencia Emocional en el servicio al cliente, cabe destacar que no hay respuestas buenas o malas, son solamente informativas, y serán tratadas con absoluta confidencialidad, este cuestionario es anónimo (no se le preguntará su identidad), se debe completar de forma individual.

I. Datos Generales
<p>1. Género:</p> <p style="padding-left: 40px;"><input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Prefiero no responder</p>
<p>2. Edad:</p> <p style="padding-left: 40px;"><input type="checkbox"/> 18 a 25 <input type="checkbox"/> 26 a 35 <input type="checkbox"/> 36 a 45 <input type="checkbox"/> 45 en adelante</p>
<p>3. Departamento al que pertenece:</p> <p style="padding-left: 40px;"><input type="checkbox"/> Contact Center <input type="checkbox"/> Plataforma de Servicios</p> <p style="padding-left: 40px;"><input type="checkbox"/> Seguro Mutual <input type="checkbox"/> Cobros</p> <p style="padding-left: 40px;"><input type="checkbox"/> Tesorería</p>

5. Durante un día laboral promedio, su enfoque principal está en:

- () los resultados
() en las personas y sus emociones

A continuación, se le presentan una serie de preguntas para saber su conocimiento de los aspectos mencionados, por favor marque una de las opciones para cada pregunta.

	SÍ	NO
6. ¿Considera que controlar o regular las emociones trae beneficios a las personas?		
7. ¿Considera que es necesario tener conciencia de las emociones propias?		
8. ¿Considera que las emociones que usted siente influyen en las decisiones que toman sus clientes o en la actitud que estos tienen cuando son atendidos?		
9. ¿Considera que es importante identificar las emociones del cliente?		

Inteligencia emocional.

10. ¿Conoce el término de Inteligencia emocional?

- () SÍ () NO

11. Por favor, defina con sus propias palabras, ¿qué considera usted que es Inteligencia Emocional?

A continuación, se le presentan una serie de preguntas para saber su conocimiento de los aspectos mencionados, por favor marque una de las opciones para cada pregunta.

	SÍ	NO
12. Para usted, ¿la Inteligencia emocional es importante en el servicio al cliente?		
13. ¿Considera que los clientes toman en cuenta la actitud y la Inteligencia emocional cuando son atendidos?		
14. ¿Considera que las relaciones interpersonales tienen relación con la Inteligencia Emocional?		

15. De las siguientes opciones, ¿Quién considera que debe tener mayor inteligencia

emocional? () El cliente () El colaborador () Ninguno		
16. ¿Considera que el aplicar la inteligencia emocional tiene beneficios para una organización? () SÍ () NO		
17. ¿Cuáles de las siguientes opciones considera que son beneficios de la Inteligencia emocional para la organización? <u>Puede marcar una o varias opciones.</u> <input type="checkbox"/> aumenta rendimiento laboral <input type="checkbox"/> mejora la toma de decisiones <input type="checkbox"/> disminuye el estrés y evita la depresión <input type="checkbox"/> mejora las relaciones interpersonales <input type="checkbox"/> aumenta trabajo en equipo <input type="checkbox"/> disminuye los problemas <input type="checkbox"/> ayuda a cumplir metas <input type="checkbox"/> ninguna de las anteriores		
18. <u>En esta pregunta puede marcar una o varias opciones.</u> Usted considera que: <input type="checkbox"/> se nace con inteligencia emocional <input type="checkbox"/> se aprende la inteligencia emocional <input type="checkbox"/> se puede llegar a mejorar la inteligencia emocional <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores		
19. ¿Conoce el término de empatía? <input type="checkbox"/> SÍ () NO		
A continuación, se le presentan una serie de preguntas para saber su conocimiento sobre algunos términos, por favor marque una de las opciones para cada pregunta.		
	SÍ	NO
20. ¿Considera que cuando se ofrece servicio al cliente hay que tener empatía?		
21. ¿Sabe qué es autocontrol emocional?		
22. ¿Conoce qué es el autoconocimiento emocional?		
23. ¿Considera que el tener una motivación en el trabajo influye a la hora de brindar servicio al cliente?		
24. ¿Considera que el tener una motivación en el trabajo influye para tener una inteligencia emocional buena o alta?		

<p>25. ¿Considera que si sus compañeros tuvieran autocontrol emocional, el ambiente laboral mejoraría en ciertas ocasiones donde hay presión o estrés?</p>		
<p>26. De las siguientes opciones puede marcar una o varias. Ante situaciones de estrés cuando brinda servicio al cliente, usted reacciona de la siguiente forma:</p> <p>() Presenta dificultad para pensar claramente () Culpa a otros por la situación () Se sobresalta () Se frustra () Respira profundo y después actúa () Intenta calmarse () Deja que las emociones tomen el control () Otro, especifique: _____</p>		
<p>27. Usted considera que ¿la inteligencia emocional se puede llegar a medir?</p> <p>() SÍ () NO</p>		
<p>28. Para usted, ¿cómo se mide o se debería de medir la Inteligencia emocional? Puede marcar varias opciones.</p> <p>() Pruebas o Test () Entrevistas () Observación de Habilidades o comportamientos () Evaluación de grupos de trabajo () Otro, especifique: _____</p>		
<p>29. Para este u otro trabajo, ¿alguna vez le han aplicado un test o prueba de Inteligencia Emocional?</p> <p>() SÍ () NO</p>		
<p>30. Para finalizar, si en la pregunta anterior respondió que NO, ¿le gustaría que alguna vez le aplicaran una prueba de inteligencia emocional?</p> <p>() SÍ () NO</p>		
<p><i>¡Muchas gracias por su tiempo y Disposición para responder este cuestionario!</i></p>		

Anexo 3

<p>UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA</p> <p>FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS</p> <p>ADMINISTRACION DE NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN RECURSOS HUMANOS</p> <p>TESINA PARA INVESTIGAR EL ROL DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN EL SERVICIO AL CLIENTE</p>
--

Instrumento para conocer el punto de vista de la Jefatura de Talento Humano de la SSVMN, sobre la importancia de la Inteligencia Emocional en el servicio al cliente, en el tercer cuatrimestre del 2019, como parte de la investigación a nivel académico, para optar por el grado de Bachillerato en Administración de Negocios con énfasis en Recursos Humanos.

I. DATOS GENERALES

1. NOMBRE DEL COLABORADOR/A: _____
2. DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE: _____
3. PUESTO QUE OCUPA: _____
4. Años de laborar en la SSVMN:

<input type="checkbox"/> Menos de 1 año	<input type="checkbox"/> 1 a 5 años	<input type="checkbox"/> 6 a 10 años
<input type="checkbox"/> 11 a 15 años	<input type="checkbox"/> 16 o más años	
5. Nivel Académico:

<input type="checkbox"/> Secundaria	<input type="checkbox"/> U. Bachillerato
<input type="checkbox"/> Técnico medio	<input type="checkbox"/> U. Licenciatura
<input type="checkbox"/> Diplomado	<input type="checkbox"/> Maestría

II. CUESTIONARIO

6. ¿Conoce que es la Inteligencia Emocional? ¿Podría por favor describirla?
7. ¿Considera importante tomar en cuenta la Inteligencia Emocional en los procesos de reclutamiento?

8. ¿Considera que los procesos de reclutamiento basados en la Inteligencia emocional llegan a medir factores importantes para la organización?
9. ¿Usted consideraría aplicar procesos de reclutamiento basados en Inteligencia Emocional?
10. ¿Ha escuchado hablar de los test o pruebas de Inteligencia Emocional? ¿Qué opina de esto?

¡Gracias por su tiempo y disposición para contestar esta entrevista!

Anexo 4

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

ADMINISTRACION DE NEGOCIOS CON ÉNFASIS EN RECURSOS HUMANOS

TESINA PARA INVESTIGAR EL ROL DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN EL
SERVICIO AL CLIENTE

Instrumento para conocer el punto de vista de la Jefatura de Plataforma de servicios de la SSVMN, sobre la importancia de la Inteligencia Emocional en el servicio al cliente, en el tercer cuatrimestre del 2019, como parte de la investigación a nivel académico, para optar por el grado de Bachillerato en Administración de Negocios con énfasis en Recursos Humanos.

I. DATOS GENERALES

6. NOMBRE DEL COLABORADOR/A: _____
7. DEPARTAMENTO AL QUE PERTENECE: _____
8. PUESTO QUE OCUPA: _____
9. Años de laborar en la SSVMN:
- Menos de 1 año 1 a 5 años 6 a 10 años
 11 a 15 años 16 o más años
10. Nivel Académico:
- Secundaria U. Bachillerato
 Técnico medio U. Licenciatura
 Diplomado Maestría

II. CUESTIONARIO

1. ¿Conoce qué es la Inteligencia Emocional? ¿Podría por favor describirla?
2. ¿Qué opina de la Inteligencia Emocional?

3. ¿Considera que la Inteligencia Emocional trae beneficios para la organización?
4. ¿Considera que la Inteligencia emocional es importante para el servicio al cliente?
5. ¿Considera que la Inteligencia emocional influye en el ambiente laboral o en el desempeño de los colaboradores?
6. ¿Considera que es importante reforzar la inteligencia emocional en los colaboradores?
7. ¿Consideraría aplicar una capacitación o taller para reforzar la IE en los colaboradores que tiene a cargo?

¡Gracias por su tiempo y disposición para contestar esta entrevista!