



**UNIVERSIDAD DEL
AZUAY**

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

**FACULTAD DE FILOSOFIA LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACION**

ESCUELA DE PSICOLOGIA LABORAL

**“Capacitación en inteligencia emocional para el personal de servicio
al cliente COINSUT S.A.”**

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Psicólogo

Laboral y Organizacional

Autor:

Julio César Prado

Director:

Psicólogo Clínico Mario Moyano

Cuenca – Ecuador

2006

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, mi novia y mis compañeros.

INDICE DE CONTENIDO

Agradecimiento.....	ii
Resumen.....	iii
Índice de contenido.....	iv
Abstract.....	v
Capítulo 1	
1.1 Introducción.....	1
1.2.1 Antecedentes y fuentes de la Inteligencia Emocional.....	2
1.2.1 Conceptos de Inteligencia Emocional.....	3
1.3 Emoción.....	4
1.3.1 Componentes de la Inteligencia emocional.....	5
1.3.1.1 Inteligencia Intra-personal.....	6
1.3.1.2 Inteligencia Inter-personal.....	7
1.4 Inteligencia Emocional en las Organizaciones.....	9
1.4.1 Inteligencia Emocional en el Trabajo Directivo.....	10
1.4.2 Inteligencia Emocional en servicio al Cliente.....	12
1.4.3 Importancia de la Int. Emo, en servicio al cliente.....	13
1.4.3.1 Clases de Clientes.....	14
Capítulo 2	
2.1 Introducción.....	16
2.2 Diagnóstico.....	17
2.3 Propuesta.....	18
2.5 Proceso.....	18
2.6 Agenda.....	20
3.0 Informe Capacitación y otros	23

Conclusión.....27
Recomendaciones.....28

Referencias

Bibliografía.....29

Anexos:

- validaciones
- Formato de evaluación del taller
- Material didáctico utilizado (power point)
- Diseño
- video

RESUMEN

La presente monografía está encaminada a proporcionar conocimientos básicos sobre inteligencia emocional, aplicada en la atención de servicios al cliente hacia el personal de COINSUT S.A.

Estas nociones básicas se transmitirán al personal con un taller de ocho horas de duración.

Previo al inicio de la capacitación se procederá a realizar un diagnóstico al personal encargado de la atención al cliente, respecto a sus conocimientos y aplicación sobre inteligencia emocional en la interacción con el cliente.

Al final del taller, se entregará a cada uno de los funcionarios asistentes un manual, con el fin de que las personas puedan informarse y revisar de manera teórica los temas tratados.

ABSTRACT

This thesis intends to provide basic knowledge about Emotional Intelligence to the personnel at the customer service in COINSUT S.A. these basic notions will be transmitted to the staff through an eight-hour workshop.

A diagnosis of the personnel in charge of the customer service regarding their knowledge and application of the emotional intelligence in their interaction with the customers will be done prior to the beginning of the training.

At the end of the workshop, each of the employees attending the course will be given a manual with all the information about the subject.

CAPÍTULO I

1.1 Introducción

En el siguiente trabajo investigativo el primer capítulo trata sobre la importancia que ejerce la inteligencia emocional.

El carecer de esta capacidad en una empresa puede dar resultados desfavorables como son la falta de motivación, falta de empoderamiento por parte de los empleados a la organización, el hacer de esto una cultura organización debe objetivo primordial para la empresa.

El saber entender a nuestro cliente mostrándonos empáticos con él hace que la imagen de nuestra empresa mejore, la inteligencia emocional nos ayuda a mejorar estos aspectos para subir el desempeño laboral.

En el segundo capítulo encontramos la aplicación práctica de un taller con ejercicios dirigidos a potenciar las capacidades de las personas frente a nuestros clientes para esto se utilizo una serie de instrumentos como son:

- Papelógrafos
- Diapositivas
- Esferos, lápices, hojas, etc.

El objetivo principal que se planteó al inicio de esto fue: "Capacitar al personal COINSUT S. A en los principales temas de inteligencia emocional y servicio al cliente.

Anexo a esto se realizó un manual dirigido al personal de dicha empresa, el lenguaje utilizado para esto fué el más simple posible para su comprensión.

MARCO TEÓRICO

INTELIGENCIA EMOCIONAL

1.2.1 ANTECEDENTES Y FUENTES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

El tema de la inteligencia emocional se populariza en la segunda mitad de los años noventa del siglo XX, los principales autores del tema relatan antecedentes de décadas anteriores. Goleman menciona las investigaciones realizadas por su difunto amigo y profesor de la Universidad de Harvard, David McClelland cuyas investigaciones en los años 50-60 condujeron a la formulación de su teoría de la motivación sobre las tres necesidades: poder, logro y filiación.

Según Goleman(1999),en su libro La Inteligencia Emocional en la Empresa. McClelland, realizó hallazgos importantes en sus investigaciones, que publicó a inicios de los años setenta, que cambiaron radicalmente los enfoques que existían sobre los test de inteligencia como predictores del éxito laboral, profesional, o en una carrera directiva y cuestionó fuertemente la creencia de que el éxito depende únicamente de la capacidad intelectual. Entre los criterios que planteó McClelland que en aquellos años mencionaba que el nivel académico tradicional como calificaciones y títulos no nos permiten predecir adecuadamente el grado de desempeño laboral o el éxito en la vida. En su lugar, McClelland proponía que los rasgos que diferencian a los trabajadores más sobresalientes de aquellos otros que simplemente hacen bien las cosas había que buscarlos en competencias tales como la empatía, la autodisciplina y la disciplina, por ejemplo.

Un artículo de McClelland publicado en 1973 propició la aparición de un sistema completamente nuevo para medir la excelencia, un sistema que se ocupa de evaluar las competencias que presenta una determinada persona en el trabajo concreto que está llevando a cabo. Desde esa nueva perspectiva, una "competencia" es un rasgo personal o un conjunto de

hábitos que llevan a un desempeño laboral superior o más eficaz, o por decirlo de otro modo una habilidad aumenta el valor económico del esfuerzo que una persona realiza en el mundo laboral.

Según Goleman (1999) Ryback hace referencia que los antecedentes de la inteligencia emocional se remontan a más de 60 años, señalando que después de Freud y Jung que sacaran a la luz el funcionamiento interno de la mente, quedó en manos de pioneros tales como Carl Rogers, Maslow y Rollo May, la tarea de dar importancia a las emociones y la relevancia de la autenticidad, que es la capacidad de ser sinceros y francos en la expresión de las emociones. No obstante, coincide con Weisinger en que Mayer y Salovey fueron los que acuñaron este término, pero que sólo en la década actual encontró importancia en el centro de trabajo, el concepto de inteligencia emocional, gracias a las investigaciones realizadas por Goleman

Con independencia de los antecedentes y experiencias personales, científicas o profesionales, que relatan diferentes autores, parece evidente que dos factores han influido significativamente en el desarrollo que ha tenido el tratamiento de la inteligencia emocional en los últimos años, que son:

Los resultados de numerosas investigaciones sobre las prácticas y comportamientos que han proporcionado a muchas personas resultados más exitosos en diferentes esferas de la vida.

El segundo factor está relacionado con los hallazgos realizados en investigaciones de las neurociencias, que han permitido identificar procesos fisiológicos que se generan por las emociones, y cómo estos procesos inducen determinados comportamientos, si tomamos conciencia de los estados que se generan y aplicamos determinados enfoques, técnicas y formas de comportamiento.

1.2.2 Conceptos de Inteligencia Emocional

A continuación se citarán conceptos de inteligencia emocional de varios autores, para comprender de mejor manera esta disciplina.

Goleman, (1995) "El término inteligencia emocional se refiere a la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos, los sentimientos de los demás, motivarnos y manejar adecuadamente las relaciones que sostenemos con los demás y con nosotros mismos. Se trata de un término que engloba habilidades muy distintas-aunque complementarias-a la inteligencia académica, la capacidad exclusivamente cognitiva medida por el cociente intelectual...".

Para Weisinger, (1998) la inteligencia emocional es, en el uso inteligente de las emociones, haciendo que nuestras emociones trabajen para nosotros, utilizándolas para que nos ayuden a guiar nuestro comportamiento y a pensar de manera que mejoren nuestros resultados.

Coopers y Sawat (1998) La Inteligencia emocional es la capacidad de sentir, entender y aplicar eficazmente el poder y la agudeza de las emociones como fuente de información, conexión e influencia en las personas.

En estas y en otras definiciones sobre la inteligencia emocional, el centro radica en las emociones, cómo se identifican, controlan y utilizan de manera productiva en nuestro "interior", esto se refleja en nuestro comportamiento y como nos relacionamos con los demás.

No hay ninguna duda de que las emociones juegan un papel significativo en nuestras vidas; pueden generar estímulos y energías poderosas para alcanzar objetivos que nos proponemos, también puede generarnos frustraciones profundas que inhiban nuestros pensamientos y acciones. En nuestras relaciones con los demás, éstas pueden ser capaces de ayudarnos a transmitir entusiasmo y reclutar seguidores de nuestros proyectos, al mismo tiempo pueden generarnos conflictos y rechazos si no sabemos controlarlas y manejarlas de manera adecuada, en forma inteligente.

1.3 Emoción

Durante mucho tiempo las emociones han sido consideradas como poco importantes, siempre se le ha dado relevancia a la parte más racional del ser humano. Pero las emociones, al ser estados afectivos, indican estados

internos racionales, motivaciones, deseos, necesidades e incluso objetivos. De todas formas, es difícil saber, a partir de la emoción cual será la futura conducta del individuo (<http://www.psicoactiva.com/emocion.htm>, Consultada el 24 de julio de 2006).

La Emoción "Es un estado afectivo, una reacción subjetiva al ambiente, acompañada de cambios orgánicos (fisiológicos y endocrinos) de origen innato, influida por la experiencia y que tiene una función adaptativa. Se refieren a estados internos como el deseo o la necesidad que dirige al organismo" Las categorías básicas de las emociones son: miedo, sorpresa, aversión, ira, tristeza y alegría. (<http://www.psicoactiva.com/arti/articulo.asp?SiteldNo=138> Consultada el 24 de julio de 2006)

Goleman (1995) acude al sentido más literal de la palabra, definida en el diccionario Oxford, la misma que sugiere que la emoción es cualquier agitación y trastorno de la mente, el sentimiento, la pasión; cualquier estado mental vehemente o excitado.

1.3.1 Componentes de la Inteligencia Emocional

Según Daniel Goleman (1995), Existen centros cerebrales que albergan nuestras emociones y habilidades que nos ayudan a la supervivencia y la adaptación de nuestra herencia evolutiva. Así también expresa que la inteligencia emocional significa el manejo adecuado y efectivo de los sentimientos con el fin de lograr el trabajo pacífico y conjunto de los individuos con una meta común; esto viene acompañada de cambios orgánicos, fisiológicos y endócrinos.

Según Goleman (1995) a la inteligencia emocional podemos clasificarla en:

- **Inteligencia Intra-personal:** Capacidad de construir una percepción precisa respecto de sí mismo, de organizar y dirigir su propia vida. Incluye autodisciplina, auto comprensión y [autoestima](#). Se encuentra muy desarrollada en teólogos, filósofos y psicólogos, entre otros.

La inteligencia Intra- personal se subdivide en Auto- conocimiento, auto regulación y auto motivación

a) El autoconocimiento: Representa la capacidad que tenemos para identificar nuestros propios estados internos, preferencias, recursos e intuiciones, que incluyen a su vez:

- **Conciencia emocional:** Reconocer nuestras emociones y sus efectos.
- **Valoración adecuada de uno mismo:** Conocer nuestras fortalezas y debilidades.
- **Confianza en uno mismo:** Seguridad en la valoración que hacemos sobre nosotros mismos y sobre nuestras capacidades.

b) La autorregulación (autocontrol): El control de nuestros estados, impulsos y recursos internos, que incluye:

- **Autocontrol:** Capacidad de manejar adecuadamente las emociones y los impulsos que puedan resultarnos perjudiciales.
- **Confiabilidad:** Mantener normas de honestidad e integridad con nosotros mismos.
- **Integridad:** Asumir la responsabilidad de nuestra actuación personal.
- **Adaptabilidad:** Flexibilidad para afrontar los cambios.
- **Innovación:** Estar abierto y dispuesto ante las nuevas ideas, enfoques novedosos y la nueva información.

c) La auto motivación: La capacidad de encontrar fuentes y tendencias emocionales que puedan guiar o facilitar la obtención de nuestros objetivos, en lo que se incluye:

- **Motivación al logro:** Esforzarse por mejorar o satisfacer un determinado criterio de excelencia.
- **Compromiso:** Secundar y aliarse a las metas del grupo o la organización.
- **Iniciativa:** Disposición para aprovechar las oportunidades que se presenten y actuar con prontitud cuando se presenten.
- **Optimismo:** Tenacidad para la consecución de los objetivos, a pesar de los obstáculos y contratiempos que tengan que enfrentarse.

- **Inteligencia Inter-personal:** La inteligencia interpersonal es la capacidad de entender a los demás e interactuar eficazmente con ellos. Incluye la sensibilidad a expresiones faciales, la voz, los gestos y posturas y la habilidad para responder. Presente en actores, políticos, buenos vendedores y docentes exitosos, entre otros.

Si bien la inteligencia interpersonal esta constituida por varios factores, los más sobresalientes son los que a continuación se detallan:

a) La Asertividad: Según Goleman (1995) Es la habilidad de expresar bien nuestros deseos como por ejemplo de manera amable, franca, abierta, directa y adecuada, logrando decir lo que queremos sin atentar contra los demás, negociando con ellos su cumplimiento". Está en el tercer vértice de un triángulo en el que los otros dos son la pasividad y la agresividad. Situados en el vértice de la pasividad evitamos decir o pedir lo que queremos o nos gusta, en la agresividad lo hacemos de forma tan violenta que nos descalificamos nosotros mismos.

b) Empatía: Es la capacidad de tener conciencia y captar los sentimientos, necesidades e intereses de los otros y desde su perspectiva saber qué quieren o qué necesitan, y así cultivar afinidades con una amplia diversidad de personas.

En la empatía se destacan cinco actitudes emocionales:

- **Comprender a los demás:** Percibir los sentimientos y perspectivas ajenas e interesarse por sus preocupaciones.
- **Ayudar a los demás a desarrollarse:** Darse cuenta de las posibilidades de desarrollo de los demás, reforzar sus habilidades y estimular su capacidad.
- **Orientación hacia el servicio:** Prever, reconocer y satisfacer necesidades de otros.
- **Aprovechar la diversidad:** Desarrollar las oportunidades a través e personas diversas.
- **Conciencia política:** Interpretar las corrientes sociales, políticas y emocionales del grupo y el poder de las relaciones entre sus miembros.

c) Habilidades sociales: Implica experiencia para inducir respuestas deseadas en los otros. Comprende ocho capacidades emocionales:

- **Influencia:** Idear tácticas efectivas de persuasión.
- **Comunicación:** Practicar una buena escucha y elaborar mensajes convincentes.
- **Manejo de conflictos:** Saber negociar y resolver los desacuerdos que se presenten dentro de un grupo.
- **Liderazgo:** Capacidad para inspirar y guiar a individuos o a grupos.
- **Catalizador de cambios:** Iniciar o manejar las situaciones nuevas.
- **Establecer vínculos:** Alimentar y reforzar las relaciones interpersonales.
- **Colaboración y cooperación:** Trabajar con otros para lograr metas compartidas.
- **Habilidades de equipos:** Ser capaz de crear sinergia para la persecución de metas colectivas.

1.4 Inteligencia Emocional en las Organizaciones

Según Weisinger (1998) en varias décadas, se han tratado de rastrear los talentos de los trabajadores "estrellas", en las investigaciones se han encontrado que existen dos habilidades fundamentales; la formación de equipos y la capacidad de adaptarse a los cambios, utilizando esto de manera anticipada para poder adelantarse a los demás.

Según Goleman (1995) se pueden identificar las aptitudes de dirigentes exitosos: estos son comprensivos y reconocen rápidamente sus errores, controlando sus emociones, respetan a sus colegas, son justos, firmes, decididos, poseen un buen sentido del humor.

En la actualidad, las investigaciones realizadas de forma independiente por decenas de expertos en cerca de quinientas empresas, agencias gubernamentales y organizaciones no lucrativas de todo el mundo, parecen coincidir en subrayar el papel determinante que juega la inteligencia emocional en el desempeño óptimo de cualquier tipo de trabajo. Goleman (1996), señala que existen aspectos fundamentales que determinan éxito, como: la relación que mantenemos con nosotros mismos, el modo en que nos relacionamos con los demás, nuestra capacidad de liderazgo y la habilidad para trabajar en equipo.

Si aplicamos la inteligencia emocional en cualquier tipo de trabajo, y más aún en los candidatos a un puesto de trabajo relacionado con el servicio al cliente, encontraremos dos situaciones interesantes:

- Se reconocerá las emociones propias de trabajador que presta los servicios al cliente; y
- La capacidad de este trabajador de detectar las emociones de sus clientes.

Los trabajadores con una alta Inteligencia Emocional (IE), son exitosos en proyectos que involucran decisiones complejas, es decir que para liderar y manejar personas, se requiere habilidades técnicas y emocionales.

En cuanto al manejo operacional en las empresas, la inteligencia emocional contribuye en tareas como reclutamiento y retención de personal, desarrollo

de talento, trabajo en equipo, innovación, productividad, eficiencia, ventas, entre otras.

La inteligencia emocional predice el éxito de la adaptación del individuo a las presiones del ambiente ocupacional, en el que, la IE se relaciona con el nivel alcanzado en una actividad determinada, como la profesión, éxito académico, el manejo del estrés y la presión ocupacional.

1.4.1 La Inteligencia Emocional en el trabajo directivo

Con un enfoque más centrado en el mundo empresarial y gerencial, Goleman (1995), destaca que “La aptitud emocional es importante sobre todo en el liderazgo, papel cuya esencia es lograr que otros ejecuten sus respectivos trabajos con más efectividad. La ineptitud de los líderes reduce el desempeño de todos: hace que se malgaste el tiempo, crea asperezas, corroe la motivación y la dedicación al trabajo, acumula hostilidad y apatía”

El que dirige debe ser capaz de manejar situaciones complejas de relaciones y comportamientos humanos para lo cual es necesario, entre otras habilidades, saber establecer una relación de comprensión y confianza entre la gente que dirige, saber escuchar, ser capaz de persuadir en forma convincente, y de generar entusiasmo y compromiso en la gente.

Para lograr esto, es necesario que antes sea capaz de identificar su estado de ánimo, conocer sus fortalezas y debilidades, para explotar las primeras y neutralizar las segundas, controlar sus emociones y ser capaz de motivarse con lo que hace. Si uno no es capaz de sentir entusiasmo por lo que hace, difícilmente podrá generar entusiasmo en los que lo rodean. Según Carrion (2002) Cuenta que León Tolstoi, el famoso escritor ruso, dijo en una ocasión “La felicidad no está en hacer lo que uno quiere, sino en querer lo que uno hace”.

Tras estudiar cientos de empresas, Goleman (1995) llegó a la conclusión de que las habilidades de inteligencia emocional aumentan cuando más se asciende en la organización. Cuanto más alto sea el puesto, menos importantes resultan las habilidades técnicas y más importantes son las aptitudes de la inteligencia emocional.

Dado que las aptitudes emocionales explican cuando menos dos tercios de un desempeño sobresaliente, los datos sugieren, según Goleman, que la línea de base de cualquier organización aumenta considerablemente su valor si halla a personas dotadas de esas facultades o las desarrolla en sus empleados actuales.

Esto quiere decir que si los trabajadores cuentan con facultades emocionales en sus puestos de trabajo darán resultados positivos en la empresa.

Según investigaciones, para lograr un desempeño excelente no basta con poseer una o dos aptitudes, sino dominar una combinación de estas. David McClelland (1973), descubrió que las estrellas no se destacan sólo en iniciativa o influencia, sino que tienen puntos fuertes en todos los aspectos, incluidas aptitudes de los cinco aspectos de la inteligencia emocional:

- Conocimiento de uno mismo.
- Autodominio.
- Motivación.
- Empatía.
- Habilidad social.

Las aptitudes emocionales que con más frecuencia condujeron al éxito a grupos de directivos de cientos de empresas analizadas fueron:

- Iniciativa, afán de éxito y adaptabilidad.

- Influencia, liderazgo de equipos y conciencia política.
- Empatía, seguridad y desarrollo.

1.4.2 Inteligencia Emocional en Servicio al Cliente

Según Julio Roberto Sancci y María Elisa Couste en su Manual del Profesional del Servicio (2003), narran de una manera completa, lo que se entiende por servicios, su importancia y puntos más sobresalientes, de lo cual, a continuación:

Se entiende por “servicio” a cualquier actuación, tangible o intangible, que una parte puede ofrecer a otra.

A partir de esto se puede decir que no solo es importante solo mostrar una imagen frente clientes si no también el mostrar un clima laboral óptimo y positivo para que el cliente se sienta a gusto con el servicio que se brinda.

La causa que motiva la prestación de servicios, será siempre, la satisfacción de necesidades, de manera completa y eficaz, de aquí se desprende que los servicios deberán ser de calidad, aptos de brindar bienestar a quienes lo reciben.

Al considerar que el cliente es una persona, se debe humanizar el servicio, siendo más que una producción económica. El cliente es un ser humano con emociones y sentimientos, tiene diferentes tamaños, edades y colores. Es el niño que quiere usar un juguete exhibido, es el paciente que asiste a la consulta con el médico, es el contribuyente que paga los impuestos, también es el feligrés que asiste a los oficios de la iglesia, etc.

La inteligencia emocional juega un papel muy importante en la atención al cliente, es por eso que Daniel Goleman (1995) propone que esta se compone de cinco competencias que son:

- AUTOCONOCIMIENTO EMOCIONAL.

- CONTROL EMOCIONAL.
- AUTOMOTIVACIÓN.
- RECONOCIMIENTO DE LAS EMOCIONES AJENAS.
- HABILIDAD PARA LAS RELACIONES INTERPERSONALES.

Como podemos ver, dentro de estas competencias están las relaciones interpersonales y conjuntamente a estas la empatía, esta competencia es muy importante en lo que respecta la atención al cliente, ya que esta recalca que el poder reconocer las emociones de las otras personas hace que el trabajo sea más efectivo por parte de quien presta un servicio.

La atención al cliente, es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

1.4.3 Importancia de la inteligencia emocional en servicio al cliente

Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas más poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal. "La satisfacción de los precios baratos se olvida más rápido que un mal servicio durante y después de la compra que se haga. Una parte fundamental es el entrenamiento de los empleados, para que aprendan a sonreír y prestar la atención cordial y debida a quien lo requiera. (Julio Roberto Sancci y Maria Elisa Couste (2003)),

La primera lección sobre satisfacción del cliente es escuchar. Existe una gran tendencia entre los vendedores de mostrar el producto y mencionar el precio. El vendedor experimentado hace que el cliente se ponga cómodo y comienza con una pregunta amigable. El cliente habla y el vendedor escucha.

En el primer momento de la verdad o momento crítico de encuentro con el cliente, es cuando el empleado recibe al cliente, se da una situación en la cual ambos se apresuran hacer un juicio a primera vista. El objetivo es lograr

que el cliente perciba al empleado como alguien que se le parece y por consiguiente lo comprende.

1.4.3.1 Clases de Clientes

Podemos clasificar a los clientes en: internos y externos.

El cliente Interno es aquel miembro de la organización que recibe el resultado de un proceso anterior, llevado a cabo en la misma organización a la que podemos concebir como integrada como una red interna de proveedores y clientes

Los elementos que se presentan dentro de la satisfacción del cliente interno son:

- Contenido del trabajo: Referidos al atractivo que presenta el contenido de trabajo, el nivel de retroalimentación, el significado social conferido, el nivel de autonomía que permite el puesto.
- Trabajo en grupo: Relativo al grado en que el trabajo se realice grupos participativos, y la satisfacción de las necesidades de afiliación que posee este tipo de clientes.
- Estimulación: Concerniente al grado en que el sistema remunerativo existente; satisface las necesidades de suficiencia, justicia, equidad y se encuentra vinculado a los resultados del trabajo y los esfuerzos desarrollados.
- Condiciones de trabajo: Referente al grado en que las condiciones imperantes en el área de trabajo resultan seguras, higiénicas, cómodas y estéticas.
- Condiciones de Bienestar: Relativa al grupo de condiciones que la entidad establezca con vistas a facilitar un mejor clima laboral tales como la transportación, alimentación, horario de trabajo, etc.

Al hablar del cliente externo, siempre se entenderán los que están fuera de la estructura de la organización, es decir, los consumidores.

En el caso de los clientes externos se debe tomar en cuenta los tipos o grupos de atributos:

- Vinculados a las personas: Tales como porte y aspecto, trato, dominio idiomático, diligencia, etc.
- Vinculados al producto: Tales como temperatura, presencia, variedad, cantidad, precio, tamaño, etc.
- Vinculados al local: Tales como higiene, orden, estado técnico, confort, temperatura, atractivo estético, etc.

Podemos afirmar, que en el ámbito organizacional el tema de la inteligencia emocional aplicada en el servicio al cliente ha traído cambios significativos, es así, que se ha reconocido la importancia de las emociones en la vida laboral, demostrando que la inteligencia emocional es un factor que influye en la afectividad organizacional, el liderazgo en el desarrollo de carreras y el trabajo grupal.

CAPÍTULO II

2.1 Introducción

En el desarrollo de este capítulo se presenta la serie de actividades que se aplica en el transcurso de la capacitación "Inteligencia emocional en el personal del servicio al cliente".

COINSUT S.A. es una Compañía Limitada, creada a partir del año 1991, reconocida a nivel nacional por su amplia trayectoria en brindar a la comunidad ecuatoriana servicios en la elaboración de estructuras metálicas, y todo lo relacionado con la Ingeniería y Construcción mecánica; fabricación y comercialización de maquinarias y equipos; diseños, asesoría técnica y comercialización de suministros técnicos.

Es una compañía en la que el personal humano es diariamente expuesto a la relación con el cliente, en razón de que los servicios prestados llegan a todo tipo de personas, que buscan en COINSUT S.A adquirir los asistencias que presta para la creación de variadas edificaciones destinadas todas a satisfacer necesidades primordiales de desarrollo y progreso de las familias, de la ciudad y del País.

Estamos hablando de una empresa que esta en constante crecimiento y demanda, en vista de que sus trabajos son de calidad y garantizados, por esto la necesidad de crear en su personal humano una cultura de trato a las personas, basada en la atención de calidad al cliente.

Se buscará formar a cada uno de los integrantes de esta Compañía en personal eficiente, tanto dentro como fuera de la organización. De esta manera se crean reglas a las que el personal humano recurrirá en momentos decisivos para la compañía prestadora de servicios, y de igual

manera para sus visitantes, que acuden hasta ésta en busca de satisfacer una necesidad de la manera mas completa posible.

2.2 Análisis

Para programar las actividades del taller fue necesario primero conocer la realidad en que vive la organización con respecto a la atención al cliente. Para esto se realizaron observaciones y entrevistas no estructuradas, estas herramientas se hicieron no solo al personal de esta organización, si no también a los clientes que salían luego de recibir algún servicio que fueron mas o menos ocho personas, en un periodo de tres días, tanto las entrevistas como las observaciones se manejaron con el siguiente eje:

- Calidad de la atención al cliente

A partir de la información obtenida se puede concluir que:

- Cuando tienen un número significativo de clientes el trabajo se vuelve tenso ya que no existe organización para la atención y el ambiente se torna difícil.
- A partir de las entrevistas a los clientes se determino que tanto los vendedores como personal que labora dentro de la Compañía, no toman en cuenta la comunicación no verbal por parte de los clientes que se acercan.
- A partir de las observaciones no estructuradas se noto que La comunicación no verbal de algunos de los colaboradores es brusca y no amable, debido al desconocimiento y falta de técnicas de servicio al cliente, esto se ve reflejado en el descontento que tienen los clientes luego de salir de la organización.

2.3 Propuesta

A partir de los resultados de la observación no estructurada se propone una capacitación basada en el desarrollo de actividades que permitan a los participantes conocer los elementos básicos de la Inteligencia emocional, y como pueden aplicarlos en la atención al cliente.

2.4 Temas a tratar

- Antecedentes y fuentes de la Inteligencia Emocional.
- Conceptos de inteligencia Emocional y su relación con las emociones.
- Componentes de la Inteligencia Emocional: Inteligencia Intra-personal e Inter-personal.
- Inteligencia Emocional en las organizaciones y en el trabajo directivo.
- Importancia de la Inteligencia Emocional en servicio al Cliente.
- Clases de clientes.

2.5 Proceso

Lo que espero del taller es:

Inicio del taller	Proceso	Fin del taller
<ul style="list-style-type: none">○ Enseñar Conceptos.○ Desconocimiento del Tema.○ Expectativas de aplicación de Inteligencia Emocional en la	<ul style="list-style-type: none">- Enseñanza de conceptos básicos y prácticos del tema.- Proceso de aplicación de experiencia y vivencias cotidianas.- Realización de socio dramas del tema en relación al trabajo que desempeñan.	<ul style="list-style-type: none">✓ Aplican conceptos básicos de Inteligencia Emocional en la prestación de servicios.✓ Conocimiento del Tema.✓ Comprensión de

prestación de los servicios.		los aspectos primordiales del tema.
------------------------------	--	-------------------------------------

2.6 Agenda

La agenda de trabajo que se efectuó es la siguiente:

Duración	Actividad	Descripción	Recursos	Responsable
5 min. 8H00	Bienvenida	Ing. Da la bienvenida a los asistentes y les explica la necesidad sentida para la capacitación	Nada	Ing. De COINSUT S.A.
5 min. 8H05	Presentación	Me presento	Nada	Julio César Prado
30 min. 8H10	Se presentan	Se dibujan en un papel realizando una de las actividades que más les guste hacer dentro de COINSUT, luego cada uno explica su dibujo	Cartulinas pequeñas, pinturas o marcadores, cinta	Julio César Prado
15 min 8H40	Expectativas	Lluvia de ideas, luego hablaremos de lo que se podrá cumplir dentro de esta capacitación	Papelógrafos y marcador	Julio César Prado
10 min 8h55	Reglas	Mostraré cuales son las pautas generales que se utilizarán durante el taller, los participantes	Papelógrafos y marcador	Julio César Prado

		pueden también decidir aportar con las que crean necesarias		
50min 09h05	Casos de atención al cliente	En grupos van a representar una situación de atención al cliente, el un grupo destaca una atención excelente, el otro la peor atención que han podido observar.	Papelógrafos y marcador	Julio César Prado
55min 09H55	Conceptos básicos de Inteligencia Emocional enfocados a la atención al cliente	Explicaré la definición, elementos y la importancia de la inteligencia emocional	Material de inteligencia emocional (diapositivas)	Julio César Prado
15min. 10h50	RECESO	RECESO	REFRIGERIO	JULIO CESAR PRADO
45 min 11H05	Comunicación verbal y no verbal	En grupos van a tener interpretar la experiencia de alguno de los integrantes. Deberán interpretar lo contrario con sus	Nada	Julio César Prado

		gestos y con su cuerpo		
60 min 12h50	Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo	
60 min 01h50	Representación de casos	Divididos en 2 grupos deberán establecer como atender a clientes difíciles aplicando los conceptos de inteligencia emocional	Casos de clientes difíciles	Julio César Prado
50min. 02h50	Conclusiones	Conclusiones del grupo y del facilitador sobre los temas de la capacitación	Papelógrafos	Julio César Prado
10min. 03h40	Evaluación del taller	Los participantes evaluarán la capacitación	Hojas de evaluación, esferos	Julio César Prado
10min. 03h50	Agradecimiento	Agradecimiento a todos los participantes	Nada	Julio César Prado e Ing. COINSUT

3 INFORME

“CAPACITACION EN INTELIGENCIA EMOCIONAL PARA EL PERSONAL DE SERVICIO AL CLIENTE DE COINSUT S.A.”

3.1 Antecedentes

En esta capacitación hubo la asistencia de 10 participantes, 9 hombres y una mujer, con edades entre los 18 y 50 años, los mismos que prestan sus servicios en las distintas áreas de la Compañía.

Esta capacitación nació de la necesidad de crear en el recurso humano de COINSUT S.A. una cultura correcta y eficaz en la atención a los clientes, tanto internos como externos, utilizando conceptos de inteligencia emocional.

3.2 Objetivo

El objetivo de esta capacitación, es el incentivar a los empleados a prestar un servicio de calidad a todas y cada una de las empresas y personal que acuden a esta Compañía en busca de satisfacer una necesidad.

De esta manera, se prevé que el recurso humano, aprenda a utilizar los conocimientos y técnicas de la Inteligencia Emocional en atención al cliente, en los servicios que cada uno presta para dentro y fuera de la Compañía.

El taller de “Inteligencia Emocional en atención al cliente” se realizó en la ciudad de Cuenca el día sábado 7 de octubre de 2006, en la Ciudadela la Prensa, a partir de las 8h00, hasta las 16h00.

3.3 Desarrollo del taller

La capacitación se desarrolló de manera planificada, es decir, con anterioridad se les notificó el día y la hora para que los trabajadores puedan organizar su tiempo.

El día de la capacitación todos los trabajadores fueron puntuales, y era evidente el interés por la capacitación, puesto que en mucho tiempo no se les había instruido en temas distintos a los de su trabajo.

Previo al inicio de la capacitación se les instruyó a los participantes respecto de la metodología en que se llevaría a cabo ésta, con el objeto de llegar a un mutuo acuerdo, beneficioso para todos.

Al comenzar la capacitación no hubo participación debido a que no habían tratado este tema; ya en el transcurso de la capacitación los asistentes empezaron a exponer sus puntos de vista e integrarse de manera más participativa, lo que generó un ambiente de confianza a lo largo del desarrollo de todas y cada una de las actividades programadas.

El hecho de que los participantes se dieran cuenta de que el tema tratado estaba basado en las vivencias de cada uno de ellos, generó que el avance de la capacitación mejore y es así que fue productiva para todos nosotros.

Se trató de que la capacitación sea lo más práctica, y que de esta manera lograr, en medida de lo posible, que los asistentes no sientan cansancio o hastío y estén con la mejor atención.

3.4 Temas Tratados

3.4.1 Presentación de los asistentes

En esta actividad cada uno se presenta, y dibuja en una cartulina lo que más les gusta hacer en su área de trabajo. Esto contribuyó a que se establezca la tarea que cada uno desarrolla o les gustaría desarrollar en la Compañía.

3.4.2 Expectativas.

En este punto se solicitó a los participantes generar una lluvia de ideas sobre lo que conocen del tema Inteligencia Emocional y atención al Cliente, para determinar el grado de conocimiento que cada uno tiene sobre el tema y poder desarrollar las actividades programadas de una manera eficaz.

3.4.3 Reglas.

Se trata de llegar a un acuerdo con los participantes sobre las pautas que se seguirán en el desarrollo de la capacitación, de manera que sea satisfactoria.

3.4.4 Casos de atención al Cliente

Esta actividad consistió en formar dos grupos: el grupo uno debía representar lo que para ellos era una mala atención al cliente; y el otro grupo debía representar lo que significa para ellos una atención al cliente de calidad.

Luego de la representación de cada grupo se establecieron los aspectos más relevantes para ellos, tanto en la mala como en la buena atención.

3.4.5 Conceptos Básicos de Inteligencia Emocional, enfocados en la Atención al Cliente.

Mediante diapositivas se dio a conocer a los participantes los conceptos básicos de Inteligencia emocional y atención al Cliente, los componentes de la Inteligencia Emocional, Comunicación verbal y no verbal, las estrategias de servicio al cliente, entre otros.

3.4.6 Comunicación Verbal y No Verbal.

Esta actividad tuvo la participación de los asistentes en el sentido de representar actividades habladas y no habladas, frente al resto de sus compañeros. Esto tuvo como finalidad, tratar de que el resto de participantes interpreten las representaciones. Así, al concluir esta actividad, todos determinaban los aspectos relevantes.

3.4.7 Representación de casos.

Se aplicaron casos donde había clientes difíciles de atender, y, los participantes de cada grupo debían poner en práctica los conceptos de inteligencia emocional y atención al cliente. Al final de esta práctica se establecía lo primordial en estos casos, y se lograba resaltar los aspectos en los que se debía mejorar aplicando la Inteligencia emocional en la atención al cliente.

3.4.8 Conclusiones de los temas tratados.

En esta etapa se trató de realizar un recuento de todo lo realizado a lo largo de la capacitación dirigido por el facilitador.

Cada uno de los participantes debía exponer y contribuir con una experiencia real, relacionarla con los temas tratados en la capacitación y dar un concepto y una conclusión que aporte a la creación de un concepto general del tema tratado.

CONCLUSIÓN

Al concluir este trabajo investigativo, he llegado a las siguientes conclusiones:

- Las capacitaciones que se han dado en esta organización son muy escasas lo cual ha dado como resultado el desconocimiento casi total en lo que respecta la inteligencia emocional con la atención al cliente.
- Que la inteligencia emocional tiene mucho que ver con la atención al cliente, ya que la empatía que se tenga con relación a los clientes hará que los servicios sean de mejor calidad por parte de la empresa.
- La Inteligencia emocional es un eje fundamental para la organización de nuestra vida en torno a la sociedad, nos permite establecer los objetivos y metas de una manera clara, y a su vez manejar de mejor las relaciones interpersonales, que en la actualidad son consideradas la base del éxito tanto en lo profesional como en lo personal.
- De acuerdo con los objetivos planteados al comienzo de este trabajo se podría concluir que estos se cumplieron a cabalidad y que por parte de la organización en la que se llevó a cabo se llenaron todas las expectativas.
- Según las validaciones del experto sobre el tema, empleados y como la del gerente muestran la satisfacción que se obtuvo a partir de esta capacitación.

Recomendaciones

- Se recomienda a dicha empresa realizar de forma más continua capacitaciones de trabajo en equipo debido que se noto un trabajo individualista de los miembros de la organización.
- Generar la participación en equipo, mediante la realización de actividades sociales y deportivas con el objetivo de generar en sentido de empoderamiento por parte de los empleados hacia la empresa.
- Estimular la participación de los trabajadores en labores de especialización del trabajo, que contribuirá a que los servicios que presten sean día a día de mejor calidad.
- Organizar espacios en los que el trabajador pueda expresar sus inquietudes y expectativas respecto de su trabajo o aportar con sus recomendaciones al mejoramiento de las labores diarias dentro y fuera de la Compañía.

BIBLIOGRAFIA

- BUZAN,T. Y BUZAN, B. El Libro de los Mapas Mentales. Barcelona Ediciones Urano, (1996).
- Carrión López Salvador; Inteligencia emocional con PNL; Editorial EDAF, España, 2 edición enero 2002
- Chong,Kye-Song (Kaye); Spawore, Raymond T. Atención al Cliente en Hosteleria; Editorial Paraninfo Madrid Es. 2001
- Cooper Robert y Sawat Ayman; Inteligencia Emocional aplicada al liderazgo y las Normas Organizacionales; 1 Edición Editorial; Colombia 1998.
- Gallego Jesús Felipe. Gestión de Hoteles una Nueva Visión. International Thomson Editores Spain 2002.
- Goleman, D. Inteligencia Emocional, Javier Vergara Editor, Buenos Aires – Argentina 1996.
- Goleman, Daniel. 1999, La Inteligencia Emocional en la Empresa. Vergara. Argentina.
- Microsoft ® Encarta ® 2006.
- Sancci y Cousté. Manual del Profesional del Servicio Ecuador 2003.
- Weisinger Hendrie; La inteligencia Emocional en el Trabajo; 1 Edición Editorial; Buenos Aires- Argentina 1998.
- ZUÑIGA ANA ELOIZA, Etiqueta Moderna; Intermedio Editores, Una División de círculo de lectores S.A. 2006, Bogota D.C-Colombia.
- Internet:
<http://www.gestiopolis.com/canales5/rrhh/intemovi.htm>
<http://www.psicoadactiva.com/emocion.htm>,
<http://www.psicoadactiva.com/arti/articulo.asp?SiteIdNo=138>

ANEXO1

Validaciones

Para el desarrollo de esta capacitación se tomo como base tres aspectos determinantes:

- ✓ Un experto.
- ✓ Los asistentes a la capacitación.
- ✓ Gerente de COINSUT S.A.

4.1 Validación del Experto

Fue hecha por la Ps. Lb. Mónica Rodas Tobar docente de la Universidad del Azuay.

INFORME DE VALIDACIÓN

Taller sobre la Inteligencia Emocional

Autor del trabajo: Julio Cesar Prado

Responsable de la Validación: Ps. Lb. Mónica Rodas Tobar

EL taller que se realizo es completo, cumple con la planificación debida, la evaluaciones son objetivas.

El autor utiliza información que aportar a los miembros de la organización, además la propuesta es completa.

El informe que presenta el autor es completo utiliza un vocabularios adecuado y claro, es interesante optimista.

El manual de la Inteligencia Emocional es adecuado cumple con los conceptos básicos sobre el tema.

Considero que el trabajo es completo, lo que significa un aporte para el desarrollo del autor y de la organización, por lo tanto valido dicho trabajo.

Mónica Rodas
Psicóloga Laboral y Organizacional

4.2 Validación de los participantes

Esta validación estuvo a cargo de los diez asistentes, la cual se realizó mediante una encuesta (Anexo 2), realizada a la finalización de las actividades, previa al cierre de la capacitación.

Se evaluaron los siguientes aspectos:

- Material utilizado en la capacitación.
Ejercicios, recursos materiales de cada actividad de la capacitación.
- Proceso de facilitación
Dominio del tema de parte del expositor.
Claridad en la explicación
Participación de los asistentes
- Nivel de la capacitación.
Si fue avanzado, adecuado o insuficiente de acuerdo a los conocimientos y experiencias previas de los participantes.
- Calificación de la capacitación.
De acuerdo a lo evidenciado en el taller los asistentes calificarán la capacitación.
- Cumplimiento de expectativas
- Sugerencias y Comentarios

4.2.1 Material utilizado.

La calificación de este ítem fue de la siguiente manera:

En total desacuerdo:	0
En desacuerdo:	1
Neutral:	2
De acuerdo:	3
Totalmente de acuerdo:	4

Ante la pregunta de "El material de apoyo contribuyó para el mejor aprendizaje del tema" las respuestas apuntaron lo siguiente:

Cinco personas señalaron totalmente de acuerdo

Cuatro personas señalaron de acuerdo

Una persona señaló neutral

4.2.2 **Proceso de facilitación**

Para evaluar este aspecto se realizaron dos preguntas, las mismas que se respondían con el siguiente baremo:

En total desacuerdo: 0

En desacuerdo: 1

Neutral: 2

De acuerdo: 3

Totalmente de acuerdo: 4

- El expositor demuestra conocimiento sobre el tema expuesto
De esta pregunta se obtuvo lo siguiente:
Cinco personas señalaron totalmente de acuerdo
Cinco personas señalaron de acuerdo
- La exposición del instructor fue clara de tal manera que permitió una fácil comprensión de los temas expuestos.

Los resultados son los siguientes:

Seis asistentes señalaron totalmente de acuerdo

Cuatro señalaron de acuerdo

- Promueve la participación de los asistentes
Los asistentes evaluaron esta pregunta de la siguiente manera:

Cinco personas señalaron totalmente de acuerdo

Cuatro personas señalaron de acuerdo

Una persona señaló en desacuerdo

4.2.3 Nivel del taller

Las posibilidades de elección dentro de esta pregunta son:

- Avanzado
- Adecuado
- Insuficiente

Del total de universo, cinco personas opinaron que el nivel del taller fue adecuado; y cinco de los participantes piensan que esta actividad tuvo un nivel avanzado.

Entre los argumentos señalados por los evaluadores se pueden destacar los siguientes:

Uno de los participantes señaló que: "nos ayuda a seguir adelante"

Otro asistente cree que: "así se esta dispuesto para hacer todo lo correcto"

Un participante señala: "estoy de acuerdo en todo para mejorar nuestras inquietudes"

Otro participante cree que: "Que el Expositor tiene todo para exponer en este taller"

El participante dice que: "el expositor ocupa mucho la práctica y las vivencias personales.

El resto de asistentes se sienten conformes con el taller.

4.2.4 Calificación del taller

Las opciones dentro de este ítem fueron:

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

Los resultados muestran que ocho personas calificaron al taller como muy bueno, mientras que dos personas opinan que el taller fue bueno.

Los participantes en sus argumentos sostienen que:

“El taller es muy bueno porque la teoría nos enseña a vivir”

“ La forma de expresar fue muy claro y bueno”

“Porque fue teórico y práctico”

“Práctico y vivencial”

Los demás participantes no exponen sus argumentos de manera clara.

4.2.5 Cumplimiento de expectativas

De los diez asistentes a la capacitación, todos sostienen que ésta ha satisfecho sus expectativas.

La mayoría señala que se cumplen sus expectativas porque ya conocen herramientas para poder llegar a la gente a la que se capacita.

4.2.6 Sugerencias y Comentarios

La mayoría de los asistentes sostienen que la capacitación estuvo muy buena y uno de ellos expresa que debe existir más tiempo y organización.

4.3 Validación del Gerente de COINSUT S.A.

INFORME DE VALIDACION

INTELIGENCIA EMOCIONAL EN EL SERVICIO AL CLIENTE

RESPONSABLE DE LA VALIDACION: Gerente General de COINSUT S.A., Ing. Orlando Alvarez,

AUTOR: Julio César Prado Mogrovejo

La capacitación “Inteligencia Emocional en el Servicio al Cliente”, efectuada el día sábado 7 de octubre de 2006, con una duración de 8 horas, dictada por Julio César Prado Mogrovejo, cumple con las expectativas previamente establecidas en los siguientes aspectos:

- **Planificación:** Fue la adecuada, el tiempo empleado estuvo de acuerdo a las necesidades de cada uno de los trabajadores, lo que permitió que el ánimo de los asistentes este presente hasta el final de la capacitación;
- **Didáctica:** El autor demuestra a los participantes conocimiento del tema que se está tratando; maneja un lenguaje fácil y entendible para los asistentes, además la capacitación es práctica, se utiliza en varios de los ejercicios los ejemplos generando que la capacitación sea activa.
- **Materiales:** Los materiales utilizados fueron repartidos a cada uno de los asistentes, son los correctos y suficientes para el aprendizaje.
- **Atención:** En todo momento se sintió una atención amable a los asistentes además de la preocupación del autor en que el ambiente sea de confianza, apto para que el desarrollo de la capacitación sea el adecuado. El lugar en el que se la realizó fue acogedor, cómodo y conveniente para el progreso de la capacitación.

Debo reconocer que esta capacitación ha sido de mucha ayuda tanto para los trabajadores, como para la Compañía en general, ha incrementado el interés del recurso humano por mejorar día a día su trabajo dentro y fuera de la Compañía

Aprovecho la oportunidad para agradecer el empeño y esfuerzo demostrado por Julio César Prado en el aprendizaje de nosotros los asistentes.

Atentamente,

Ing. Orlando Alvarez
GERENTE GENERAL COINSUT S.A.

ANEXO 2

Evaluación del Taller				
Califique de 0 a 4 entendiendo que:				
En total desacuerdo: 0	En desacuerdo: 1	Neutral: 2	De acuerdo: 3	Totalmente de acuerdo:4
<p>1.- El material de apoyo contribuyó para el mejor aprendizaje del tema <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>2.- El facilitador demuestra conocimiento sobre el tema expuesto <input type="checkbox"/></p> <p>3.- La exposición del instructor fue clara de tal manera que permitió una fácil comprensión del tema</p> <p>4.- Promueve la participación de los asistentes</p> <p>5.- ¿El taller satisfizo sus expectativas?</p> <p style="text-align: center;"> <input type="checkbox"/> Si No <input type="checkbox"/> </p> <p>Exponga sus argumentos</p>				

6.- Nivel del taller

Avanzado
Adecuado
Insuficiente

Exponga sus argumentos

7.- ¿Cómo calificaría usted este taller?

Muy
bueno
Bueno
Regular
Malo

Exponga sus argumentos

Sugerencias y comentarios

ANEXO 3
DIAPOSITIVAS DE LA CAPACITACION COINSUT S.A

BIENVENIDO A LA CAPACITACIÓN
DE INTELIGENCIA EMOCIONAL
(I.E.), EN ATENCIÓN AL CLIENTE
COINSUT S.A.

CONCEPTOS

- ◆ Goleman (1995), el termino inteligencia Emocional se refiere a la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos, los sentimientos de los demás, motivarnos y manejar adecuadamente las relaciones que sostenemos con los demás y con nosotros mismos.

CONCEPTOS

- ◆ Weisinger (1998), " La inteligencia emocional es, en pocas palabras, el uso inteligente de las emociones: de forma intencional, hacemos que nuestras emociones trabajen por nosotros, utilizándolas con el fin de que nos ayuden a guiar nuestro comportamiento y a pensar de manera que mejoren nuestros resultados ..."

COMPONENTES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

- ◆ Inteligencia intra-personal: Capacidad de construir una percepción precisa respecto de sí mismo, de organizar y dirigir su propia vida.
- ◆ Inteligencia inter-personal: es la capacidad de entender a los demás e interactuar eficazmente con ellos

INTELIGENCIA INTRA-PERSONAL

- a. Autoconocimiento:
 - conciencia emocional.
 - confianza en uno mismo.
- b. Autoregulación:
 - Autocontrol
 - Confiabilidad
 - integridad
 - adaptabilidad
 - innovación
- c. Automotivación:
 - Motivación al logro
 - Compromiso
 - Iniciativa
 - Optimismo

INTELIGENCIA INTER-PERSONAL

- a. Asertividad
- b. Empatía:
 - Comprender a los demás
 - Ayudar a los demás a desarrollarse
 - Orientación hacia el servicio
 - Aprovechar la diversidad
 - Conciencia política
- c. Habilidades sociales:
 - Influencia
 - Comunicación
 - Manejo de conflictos
 - Liderazgo
 - Catalizador de cambios
 - Establecer vínculos
 - Colaboración y cooperación
 - Habilidades de equipo

COMUNICACIÓN VERBAL Y NO VERBAL

- ◆ COMUNICACION VERBAL: Interacción mediante palabras, esta constituida por:
 - veracidad
 - interacción
 - rapidez
 - sencillez
 - Cortesía y amabilidad
 - Discreción

- ◆ Comunicación no verbal: Se da por medio de gestos, posturas, imagen, etc. Es un tipo de comunicación difícilmente ocultable.

ESTRATEGIAS PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE

- ◆ Se entiende por "servicio" a cualquier actuación, tangible o intangible, que una parte puede ofrecer a otra.
- ◆ La causa que motiva la prestación de servicios, será siempre, la satisfacción de necesidades, de manera completa y eficaz, de aquí se desprende que los servicios deberán ser de calidad, aptos de brindar bienestar a quienes lo reciben.

ESTRATEGIAS PARA LA ATENCION AL CLIENTE.

1. Saber escuchar al cliente: el cliente habla y el vendedor escucha.
2. Lograr que el cliente se ponga cómodo, es decir que sienta que se puede satisfacer una de sus necesidades.
3. lograr que el cliente perciba al empleado como alguien que se le parece y por consiguiente lo comprende.
4. Mantener a lo largo del proceso de interacción, una conducta amigable con el cliente.

ESTRATEGIAS PARA EL SERVICIO AL CLIENTE.

- ◆ El liderazgo de la alta gerencia es la base de la cadena.
- ◆ La calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados.
- ◆ La satisfacción de los empleados impulsa su lealtad.
- ◆ La lealtad de los empleados impulsa la productividad
- ◆ La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio.
- ◆ El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente.
- ◆ La satisfacción del cliente impulsa la lealtad del cliente.
- ◆ La lealtad del cliente impulsa las utilidades y la consecución de nuevos públicos.

CONCLUSIONES

- ◆ **El vendedor de una influencia mayor sobre la calidad de los productos.**
- ◆ **Los servicios son variables, impredecibles y no están sujetos a un sistema condicionado.**
- ◆ **Deben estar dispuestos a una infinidad de condiciones que vengan de los clientes.**

fin

GRACIAS



ANEXO 4

DISEÑO

ANTECEDENTES

COINSUT S.A.: CONSORCIO DE INGENIERIA Y SUMINISTROS TECNICOS. Es una sociedad Anónima, constituida en el año de 1991, de nacionalidad ecuatoriana dedicada a todo lo relacionado con la Ingeniería y Construcción mecánica; fabricación y comercialización de maquinarias y equipos; diseños, asesoría técnica y comercialización de suministros técnicos. A través del tiempo se ha dedicado a suministrar equipos relacionados con la infraestructura mecánica, en las más grandes empresas del país y brindar el asesoramiento necesario para una eficaz prestación de sus servicios.

Tiene como misión ser una Empresa que brinde seguridad y calidad en los productos y servicios que ofrece, aportando al desarrollo para el país, como es:

MONTAJE INDUSTRIAL: De maquinaria en general
De estación de bombeo
Tuberías para agua, vapor, aire, combustibles,
etc.

De estructuras metálicas.
De soporteria eléctrica y mecánica.

DISEÑO MECANICO: De sistemas de conducción de fluido
De estaciones de bombeo.
De sistemas contra incendio.

CONSTRUCCION: De tanques de almacenamiento;
De combustible, tolvas, ciclones, etc.
De tubería y accesorios de tubería en diámetros mayores a 200mm.
De puentes grúa y brazos mecánicos de estructuras en planchas soldadas de ductos.

SUMINISTROS: Relacionados con la conducción de agua potable, ferretería y otros.

Para COINSUT lo primordial es ser una empresa que ofrece seguridad no solo en lo referente al suministro y construcción de las estructuras metálicas, sino en la atención de sus clientes, buscando siempre que se sientan a gusto con el servicio prestado por parte del grupo humano encargado de su atención.

Y su Visión es: ser la mejor Empresa del Austro ecuatoriano y del país siendo parte de las necesidades de la comunidad renovando constantemente los servicios que puedan ofrecer.

El hecho de ser una de las más grandes empresas dedicadas al suministro y construcción de estructuras metálicas, incentiva al personal que labora aquí ha mejorar día a día el manejo del servicio a los clientes, a buscar que las personas que requieren de su trabajo, se sientan satisfechas con el producto y servicio a ellos entregado.

JUSTIFICACION

El desarrollo de la inteligencia emocional viene determinado por la adquisición de ciertas habilidades que son muy apreciadas tanto en el ámbito personal como empresarial.

Aunque en muchas ocasiones aún se siguen contratando personal laboral en función a su currículo académico, no es menos cierto que quien progresa y alcanza el éxito es aquel que adquiere un grado significativo de inteligencia emocional.

El personal Administrativo de COINSUT S.A. ha visto la necesidad de dar a conocer a su personal como manejarse mediante la inteligencia emocional y brindar un mejor servicio a sus clientes y potenciales clientes

COINSUT S.A. es una empresa que va evolucionando, y a todo su personal lo va capacitando según las necesidades y exigencias del medio, es por esto que siempre quieren temas nuevos y de interés tanto para el personal interno como externo ,siendo el tema de inteligencia emocional un tema nuevo y de interés para ellos.

OBJETIVOS:

Objetivo General:

Capacitar al personal de COINSUT S.A. en los principales temas de Inteligencia Emocional y Servicio al Cliente

Objetivos Específicos:

- Realizar y aplicar la capacitación en inteligencia emocional con diez personas de COINSUT S.A.
- Elaborar el material para la capacitación.
- Elaborar manual sobre inteligencia emocional y servicio al cliente
- Validar el proceso.

METODOLOGIA

La metodología que utilizaré será la siguiente:

- Se hará una observación no estructurada al personal previa a la capacitación.
- Realizar un taller en el que se combinaran aspectos teórico- prácticos para comprender la importancia de la I.E en el servicio al cliente (infocus, pápelo grafos, ejercicios, etc.)
- Validación del proceso en base a un experto, personas que asistieron a la capacitación y un ejecutivo de la organización.
- Revisión bibliografica para la elaboración del manual.

ESQUEMA DE CONTENIDOS

Antecedentes y fuentes de la Inteligencia Emocional.

Conceptos de Inteligencia Emocional.

Emoción.

Componentes de la Inteligencia emocional.

Inteligencia Intra-personal.

Inteligencia Intra-personal.

Inteligencia Emocional en las Organizaciones.

Inteligencia Emocional en el Trabajo Directivo.

Inteligencia Emocional en servicio al Cliente.

Importancia de la Inteligencia Emocional en servicio al cliente.

Clases de Clientes.

Adquisición de Habilidades de Int. Emocional en la atención al cliente.

Conclusiones.

ANEXO 5

VIDEO