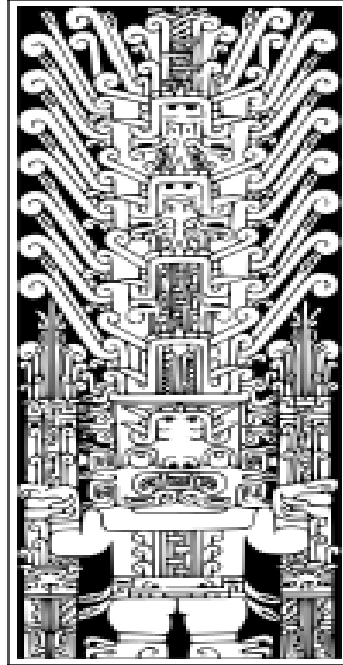


UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL
ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO



TESIS

**INTELIGENCIA EMOCIONAL Y ACTITUD A LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS
TRABAJADORES DE LAS TIENDAS COMERCIALES
SEDE PUCALLPA – PERU 2015**

PRESENTADO POR:

HOCHIMIN PONCE DE LEÓN RAMÍREZ

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL**

LIMA – PERÚ

2018



TESIS

**INTELIGENCIA EMOCIONAL Y ACTITUD A LA
CALIDAD DE SERVICIO DE LOS TRABAJADORES DE
LAS TIENDAS COMERCIALES
SEDE PUCALLPA – PERU 2015**

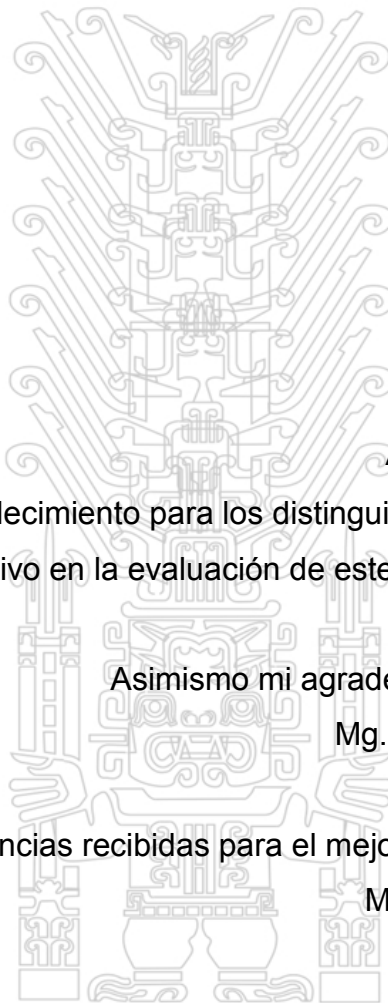
Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

UNFV



DEDICATORIA:

Este esfuerzo lo dedico a Dios,
a mis padres y a mis hijos
por su valioso amor y
por haber confiado en mí
y en lo que era capaz de lograr.



AGRADECIMIENTO

Mi especial agradecimiento para los distinguidos Miembros del Jurado
Por su criterio objetivo en la evaluación de este trabajo de investigación.

Asimismo mi agradecimiento para mi asesor:
Mg. José Luis Bazán Briceño

Por las sugerencias recibidas para el mejoramiento de este trabajo.
Muchas gracias para todos

RESUMEN

La presente investigación, tiene como objetivo determinar la relación de la Inteligencia Emocional y actitudes de calidad de servicio de los empleados de las Tiendas Comerciales con Sede en la ciudad de Pucallpa, durante el año 2016; habiéndose efectuado una investigación de tipo descriptiva – correlacional sobre una muestra específica de 124 trabajadores; aplicándose el cuestionario Servqual y test de Inteligencia Emocional BarOn I-CE, de cuyo análisis estadístico detallado y de contrastación de hipótesis en base al análisis correlacional respectivo, donde se concluyó que existe correlación positiva baja de 0.221*, y el sigma es de 0,014 entre la inteligencia emocional y la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales con sede en la ciudad de Pucallpa 2015; tomando como los componentes interpersonal, intrapersonal y adaptabilidad como los más influyentes en la actitud de calidad de servicio. Por otro lado se tiene que el manejo del estrés y estado de ánimo no tiene relación con la calidad de servicio por lo cual habría que implementar estrategias para subir el cociente emocional para una mejora en el desenvolvimiento de los trabajadores, lo que lograría organizando y promoviendo el desarrollo de un programa de capacitación, adiestramiento e inducción en el Personal Empleado en materia de ejercicio práctico y manejo de sus capacidades y habilidades de Inteligencia Emocional, a efectos de que puedan cambiar y refortalecer las actitudes exigidas para el mejoramiento esperado de la Calidad de Servicios.

Palabra clave: Inteligencia Emocional, Calidad de Servicio
Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

UNFV

ABSTRACT

The present research aims to determine the relationship of Emotional Intelligence and attitudes of quality of service of the employees of the Commercial Shops located in the city of Pucallpa, during the year 2015, having made a research type descriptive – correlational on a specific sample of 124 workers. to apply the questionnaire Servqual and Emotional Intelligence test the Ice Baron, whose detailed statistical analysis and comparison of hypotheses on the basis of the correlational analysis respective, where it was concluded that there is positive correlation low 0.221*, and the sigma is of 0.014 between the emotional intelligence and the attitude of service quality that have the workers of retail stores with headquarters in the city of Pucallpa, 2016, taking as the components of interpersonal, intrapersonal and adaptability as the most influential in the attitude of quality of service. On the other hand, has the management of stress and state of mind has no relation with the quality of service which would implement strategies to raise the emotional quotient to an improvement in the performance of the workers, which would be achieved by organising and promoting the development of a training program, training and induction in the Personnel Employed in the field of practical exercise and management of their skills and abilities in Emotional Intelligence, to effects that may change, and strengthened attitudes required for the improvement expected in the Quality of Services.

Key word: emotional Intelligence, quality of service

INDICE

Portada	i
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Indice.....	vii
Índice de Tablas	ix
Índice de Figuras.....	xi
Introduccion.....	xii
CAPITULO I Planteamiento del problema	14
1.1. Antecedentes	14
1.2. Problema.....	21
1.2.1. Descripción del problema	21
1.2.2. Formulación del problema	25
1.3. Objetivos de la investigación.....	26
1.4. Justificación e importancia	27
1.5. Alcances y limitaciones	30
1.6. Definición de variables	31
CAPITULO II Marco teorico.....	33
2.1. Teorías especializadas.....	33
2.2. Bases teóricas.....	38
CAPITULO III Metodología	92
3.1. Tipo de investigación.....	92
3.2. Diseño de investigación	93
3.3. Nivel de investigación del autor.....	94

Tesis publicada en el nivel de investigación del autor
No olvide citar esta tesis

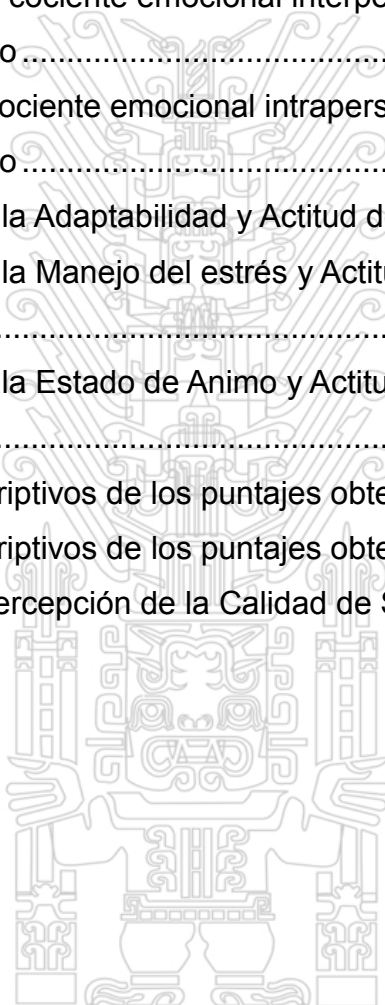
UNFV

3.4. Poblacion y muestra.....	95
3.5. Instrumentos y tecnicas de recoleccion de datos.....	95
CAPITULO IV Resultados	107
4.1 Análisis e interpretación de resultados.....	107
4.1.1 Análisis de resultados de la variable inteligencia emocional	107
4.1.2 Análisis de resultados de la variable calidad de servicio	114
4.1.3 Resultados de la correlación de la escala de inteligencia emocional y la percepción de calidad de servicio	121
4.2 Análisis de resultados de los sub tests aplicados al personal de servicios	129
CAPITULO V: Discusión.....	131
5.1. Discusion	131
5.2. Conclusiones.....	135
5.3. Recomendaciones	137
5.4. Referencias bibliograficas	139
ANEXOS	143
ANEXO 1: Matriz de consistencia	144
ANEXO 2: Cuestionario SERVQUAL adaptado	146
ANEXO 3: Inventario emocional BarOn ICE NA	148

Índice de tablas

Tabla 1. Población de trabajadores tiendas comerciales con sede en la ciudad de Pucallpa	95
Tabla 2. Porcentaje de acuerdo entre los expertos en la escala de 'mucho'	99
Tabla 3. Correlaciones entre los ítems del cuestionario	100
Tabla 4. Análisis de fiabilidad del instrumento (modelo alfa)	101
Tabla 5. Estadísticos de las dimensiones y la variables inteligencia emocional	107
Tabla 6. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente interpersonal.....	108
Tabla 7. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente interpersonal.....	109
Tabla 8. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente adaptabilidad	110
Tabla 9. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente Manejo de estrés.....	111
Tabla 10. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente Estado de animo.....	112
Tabla 11. Distribución de frecuencia de los Niveles de la escala de inteligencia Emocional.....	113
Tabla 12. Estadísticos descriptivos del análisis de la calidad de servicio y sus dimensiones.....	114
Tabla 13. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Confiabilidad.....	114
Tabla 14. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Responsabilidad	115
Tabla 15. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Seguridad.....	116

Tabla 16. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Empatía .	117
Tabla 17. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Bienes Tangibles	118
Tabla 18. Distribución de frecuencia de los Niveles de la Percepción de la Actitud de Calidad de Servicio	119
Tabla 19. Correlaciones de la inteligencia emocional y Actitud de calidad de Servicio.....	121
Tabla 20. Correlaciones del cociente emocional interpersonal y la actitud de calidad de servicio.....	123
Tabla 21. Correlación del Cociente emocional intrapersonal y la actitud de calidad de servicio.....	124
Tabla 22. Correlaciones de la Adaptabilidad y Actitud de calidad de Servicio	126
Tabla 23. Correlaciones de la Manejo del estrés y Actitud de calidad de Servicio.....	127
Tabla 24. Correlaciones de la Estado de Animo y Actitud de calidad de Servicio.....	128
Tabla 25. Estadísticos Descriptivos de los puntajes obtenidos en el I-CE.....	129
Tabla 26. Estadísticos Descriptivos de los puntajes obtenidos en el cuestionario de Percepción de la Calidad de Servicios	130



Índice de Figuras

Figura 1 Las tres respuestas donde se manifiesta la actitud.....	72
Figura 2 Tipos y rasgos	75
Figura 3 La actitud como variable continúa.....	76
Figura 4. Parámetros estimados estandarizados del análisis factorial confirmatorio de segundo orden sobre los componentes del I-CE.....	105
Figura 5. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente Interpersonal,	108
Figura 6. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente Intrapersonal	109
Figura 7. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente Adaptabilidad.....	110
Figura 8. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente Manejo de Estrés	111
Figura 9. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente Estado de Ánimo General	112
Figura 10. Distribución de frecuencia de los Niveles de la escala de Inteligencia Emocional.....	113
Figura 11. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Confiabilidad.....	115
Figura 12. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Responsabilidad.....	116
Figura 13. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Seguridad.	117
Figura 14. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Empatía.	118
Figura 15. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Bienes Tangibles	119
Figura 16. Distribución de frecuencia de los Niveles de la Percepción de la Calidad de Servicio, en porcentaje	120

INTRODUCCION

La presente Tesis trata acerca del tema “La Inteligencia emocional y actitud a la calidad de servicio de los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa”; en que me avoco a determinar la relación de la inteligencia emocional ,evaluar la relación del cociente emocional interpersonal ,valorar la relación del cociente emocional manejo del estrés y cuantificar la relación del cociente emocional estado de ánimo y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores según especialidad profesional y sexo de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

El elemento fundamental de la presente investigación, está dirigido a determinar la relación que reviste la Inteligencia Emocional para el buen funcionamiento de los trabajadores de las tiendas comerciales de la sede Pucallpa. La importancia y justificación desde el punto de vista de la investigación, la representa el hecho de que para que se produzca un cambio en los procesos organizacionales, es necesario que se origine un proceso de aprendizaje organizacional y emocional, a través del uso de la inteligencia emocional, la cual ha demostrado ser un elemento clave para el buen funcionamiento tanto de las organizaciones como para la vida del ser humano en general.

Es muy importante actualmente considerar que para desarrollarnos en las empresas, obtener una posición satisfactoria y permanecer en las mismas, debemos comprender que es fundamental conocer sobre la inteligencia emocional.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

UNFV

Espero que el presente trabajo cubra diversas expectativas de los interesados en el campo de la inteligencia emocional así como en la actitud a la calidad de servicio de los trabajadores, para el caso de las tiendas comerciales de la sede Pucallpa.

La tesis se estructura de la siguiente manera: Capítulo I: Planteamiento del problema, donde se plantea los antecedentes, la descripción del problema, la formulación del problema, problema general y problemas específicos, los objetivos de la investigación el objetivo general y los objetivos específicos, la justificación e importancia, los alcances y limitaciones y la definición de variables. Capítulo II: Marco teórico planteando las teorías generales relacionados al tema, las bases teóricas especializadas en el tema, el marco conceptual, las hipótesis. Capítulo III: Método el tipo de investigación, diseño de investigación, la estrategia de prueba de hipótesis, las variables, la población, la muestra, las técnicas de investigación, los instrumentos de recolección de datos, el procesamiento y análisis de datos. Capítulo IV: Presentación de resultados, la contrastación de hipótesis y el análisis e interpretación. Capítulo V: Discusión. Las conclusiones, recomendaciones. Las referencias bibliográficas y los anexos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. ANTECEDENTES

1.1.1. Nivel Internacional:

Bino (2016) Quetzaltenango, en su tesis titulada “Inteligencia emocional y atención al cliente (Estudio realizado con colaboradores del restaurante Albamar Tobogán de la zona 3 de Quetzaltenango)”. Presentada ante la Facultad de Humanidades de la Universidad Rafael Landívar.

La autora propone como objetivo determinar la influencia que tiene la inteligencia emocional en los colaboradores al brindar la atención al cliente, para la escala de atención al cliente se tomó una muestra de 185 sujetos para evaluar la atención que les brindan el restaurante Albamar Tobogán, las personas evaluadas fueron de ambos sexos y mayores de edad, de distintas clases sociales y culturales. Se concluyó que la inteligencia emocional tiene influencia en la atención al cliente según las opiniones manifestadas en el test y la escala de Likert, debido a que los colaboradores expresan cierto nivel de inteligencia y atención para resolver problemas, controlar emociones y mantener buenas relaciones interpersonales al momento de brindar un servicio, además que la inteligencia emocional y la atención al cliente van encaminadas a una misma dirección, ya que ambas logran equilibrio emocional y laboral. De esta manera se genera un resultado satisfactorio en el ámbito laboral y personal.

Hernández (2014) Quetzaltenango, en su tesis titulada “Inteligencia emocional y servicio al cliente” (estudio realizado con el personal de servicio al cliente de la cooperativa Salcajá R.L.)”. Presentada ante la Facultad de Humanidades de la Universidad Rafael Landívar.

La autora propone como objetivo fue establecer la influencia entre inteligencia emocional y servicio al cliente en la Cooperativa Salcajá R.L. El estudio se realizó con una muestra compuesta de 50 personas que trabajan en servicio al cliente, entre un rango de edad de 20 a 57 años, de ambos sexos. Con base en los resultados obtenidos, se estableció que los colaboradores presentan un nivel alto de inteligencia emocional, manejan adecuadamente sus emociones cuyas reacciones son aceptables, debido a que cuentan con un ambiente agradable, las relaciones interpersonales entre compañeros y jefes inmediatos son cordiales, cuentan con las herramientas necesarias y se les motiva, lo que da como resultado que sean personas amables, agradables y se esfuercen por brindar un buen servicio a sus clientes, se concluyó que el nivel de servicio al cliente es satisfactorio, debido a que los colaboradores se esfuerzan por agradar a sus clientes y tienen un buen control sobre sus emociones. Por lo que se comprueba que la inteligencia emocional influye en el servicio al cliente.

Zárate (2012) Quetzaltenango, en su tesis titulada “Inteligencia emocional y la actitud de los colaboradores en el ambiente laboral”. Presentada ante la Facultad de Humanidades de la Universidad Rafael Landívar.

El autor propone como objetivo determinar la influencia de la inteligencia emocional en el servicio al cliente.
Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

UNFV

emocional y la actitud de los empleados en el ambiente laboral en los trabajadores, estudio aplicado en las organizaciones públicas y privadas del municipio de Momostenango, del departamento de Totonicapán. La muestra estuvo conformada por 80 personas de ambos sexos, oscilan entre las edades de 18 a 65 años, de diversas etnias, religiones, estado civil y puestos diferentes como jefes de tienda, asistentes, cajeros y dependientes y cubre descansos. Se obtuvo que los resultados obtenidos indicaron que sí existe la influencia de la inteligencia emocional como factor importante dentro de las organizaciones no sólo en el ámbito de su comportamiento y ambiente laboral sino también el desarrollo de sus actividades dentro de las mismas dando como resultado una baja productividad en cuanto a sus funciones y actividades que cada uno efectúa a nivel organizacional.

Evans (2015) Valencia, en su tesis titulada “Interacción entre inteligencia emocional y estilos de liderazgo en directivos de instituciones educativas”. Presentada ante la Universidad De Valencia.

La autora propone como objetivo analizar la interacción entre la Inteligencia Emocional y los Estilos de Liderazgo en directivos de instituciones educativas peruanas en el distrito de San Juan de Lurigancho, en la región Lima. Se concluyó que para el desarrollo emocional se debe contar con directivos con Inteligencia Emocional alta ya que estos demuestran, en primer lugar mayor seguridad y luego más entusiasmo y compromiso con sus trabajos, canalizan mejor sus

emociones para conducir a sus colaboradores así como para tomar las decisiones apropiadas y lograr contagiar su confianza y fomentar la colaboración entre los docentes con el fin de lograr los éxitos esperados. Deben asumir las siguientes dimensiones: autoestima adecuada, ejercer un control emocional - manejar las propias emociones y además estar en condiciones de influenciar y administrar los estados de ánimo y las emociones de los seguidores, aspecto de suma consideración para un directivo de I. Ed., ser empático y ser generador de confianza.

Molina & Villavicencio (2012) Cuenca, en su tesis titulada “Estrategias de inteligencia emocional aplicada a la empresa distribuidora Casaval y su impacto en el desempeño laboral”. Presentada ante la Universidad Politécnica Salesiana.

Los autores proponen como objetivo analizar las Estrategias de Inteligencia Emocional aplicada a la Empresa Distribuidora Casaval y su impacto en el desempeño laboral, Durante el estudio se pudo evidenciar que hay factores que pueden favorecer y perjudicar el tema de Inteligencia Emocional, factores como trabajar horas extras trabajo bajo presión, llamados de atención, falta de herramientas de acuerdo al puesto, trabajo, etc., pero también se puede mencionar características positivas de que favorecen sin duda a la buena permanencia del colaborador como la confianza que las autoridades de la empresa demuestran a sus colaboradores, el buen ambiente interaccional entre los colaboradores, el respeto que se demuestran entre todos.

1.1.2 Nivel Nacional:

Pretell & Marcelo (2014) Trujillo, en su tesis titulada “Taller de capacitación en inteligencia emocional en el área de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio brindada a los socios de la cooperativa de ahorro y crédito nuestra señora del rosario en la provincia de Cajabamba – departamento de Cajamarca 2014”. Presentada ante la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego.

Los autores proponen como objetivo determinar si la aplicación del taller de capacitación en inteligencia emocional en el área de atención al cliente permitirá mejorar la calidad de servicio a los socios de la Cooperativa de ahorro y crédito Nuestra Señora del Rosario en la Provincia de Cajabamba – Departamento de Cajamarca 2014, Se consideró como muestra a 370 socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nuestra Señora del Rosario de la ciudad de Cajabamba – Departamento de Cajamarca. Los resultados de la investigación llegaron a la conclusión que mediante la implementación del taller en inteligencia emocional mejoró la calidad de servicio viéndose reflejado en las tablas y gráficos presentados del pre – post del taller logrando una percepción positiva por parte de los socios hacia la Cooperativa. Entre los resultados más relevantes, que están relacionados en las 5 dimensiones de la inteligencia emocional de Goleman, se logró identificar las necesidades de capacitación del personal del área de atención al cliente, y aplicar el taller

de una manera correcta, lo cual repercutió favorablemente en la calidad.
Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

UNFV

del servicio.

Retto (2014) Huarua en su tesis titulada “Inteligencia emocional y actitud hacia el proyecto educativo institucional de los docentes de las instituciones educativas del distrito de Huaura”. Presentada ante la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

El autor propone como objetivo establecer si hay alguna relación entre inteligencia emocional y actitud hacia el proyecto educativo institucional por parte de los docentes de las instituciones educativas del distrito de Huaura. Se eligió contar con una muestra probabilística, para determinar el tamaño de la muestra se utilizó el programa STATS, donde se obtuvo como resultado a 150 docentes. De acuerdo a los análisis estadísticos realizados en esta investigación, se concluyó que no existe correlación entre las variables inteligencia emocional y actitud hacia el proyecto educativo institucional por parte de los docentes de la muestra estudiada. No obstante la anterior conclusión, algunos hallazgos en esta investigación, y también reportes de investigaciones antecedentes, han observado el hecho de que adecuados niveles de inteligencia emocional en el profesorado ayudan a asumir actitudes más positivas en sus entornos laborales.

Huacac (2014) Tacna, en su tesis titulada “La inteligencia emocional y el desempeño laboral en la empresa de generación eléctrica del sur, periodo 2011-2013”. Presentada ante la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann-Tacna.

La autora propone como objetivo determinar la correlación entre los niveles de inteligencia emocional y el desempeño laboral en los trabajadores de la Empresa de Generación Eléctrica del Sur, periodo 2011-2013, El tipo de investigación es correlacional - descriptiva y el diseño de la investigación es no experimental de corte transversal. Los resultados del estudio demuestran que los niveles de inteligencia emocional de los trabajadores de la Empresa de Generación Eléctrica del Sur son directamente proporcionales a sus desempeños laborales en la mayoría de los casos.

Huanca (2012) Lima, en su tesis titulada “Niveles de inteligencia emocional de docentes de una institución educativa del distrito de ventanilla - Callao”. Presentada ante la Universidad San Ignacio de Loyola.

La autora propone como objetivo identificar los niveles de inteligencia emocional de un grupo de docentes de una institución educativa del distrito de Ventanilla, región Callao, Para tal efecto se aplicó a una muestra de 60 sujetos elegidos de forma intencional, el Inventario de Inteligencia Emocional EQ-I-BarOn estandarizado. Se concluyó que, en cuanto al componente intrapersonal se observa que el 86.7% de los docentes se encuentra en el nivel adecuado, seguido del 10% que se

encuentra en el nivel “por mejorar” y solo 3.3% de docentes se hallan en el nivel “muy desarrollado”, es decir, la mayoría de docentes han desarrollado la comprensión emocional de sí mismo. La mayoría de docentes (91.7%) se ubica en el nivel adecuado en el componente estado de ánimo; el 8.3% se halla en el nivel “por mejorar”. La mayoría de los docentes tienen habilidades para sentirse satisfecho con la vida.

1.2. PROBLEMA

1.2.1. Descripción del problema

Uno de los elementos esenciales para el desarrollo altamente competitivo en la calidad de servicio del personal de trabajo en toda organización de servicio, es en lo que corresponde al desarrollo de las capacidades de Inteligencia Emocional, que al ser debidamente refortalecidas y explotadas adecuadamente, permitirán que los empleados puedan desempeñarse óptimamente en sus relaciones interpersonales con los clientes, y con ello en base al reconocimiento de las principales expectativas de consumo y tendencias de comportamiento de los consumidores, se puedan lograr satisfacer sus necesidades y fidelizarlos en la preferencia sobre la organización que les brinden los productos y servicios que requieran.

La Inteligencia Emocional en la Empresa viene precedida del libro del mismo autor Daniel Goleman "Inteligencia Emocional" que cambió el concepto anterior de inteligencia. Con Inteligencia Emocional en la Empresa Goleman nos da pautas para comprender nuestro comportamiento en la empresa, como líderes, y por extensión como

integrantes de equipos de trabajo. Es muy importante actualmente considerar que para desarrollarnos en las empresas, obtener una posición satisfactoria y permanecer en las mismas, debemos comprender que es fundamental para obtener esos logros.

Goleman en su obra considera que la obsesión sobre el coeficiente intelectual, con el que hasta ahora se han manejado ejecutivos y gerente de grandes empresas para ser considerados, y no quedar fuera del sistema ante los grandes cambios y reestructuraciones producidas por la tecnología y la economía global, ha sido equivocada. El factor a considerar no es el cociente intelectual, títulos y grados universitarios, sino la inteligencia emocional.

Goleman predica aptitudes tales como el autoconocimiento, la seguridad en uno mismo y el autocontrol, el compromiso, la integridad, la comunicación eficaz. Estas son características que intentamos desgarnar en el presente trabajo.

Las organizaciones se encuentran en constantes cambios interesándose por el tema de inteligencia emocional, ya que determina la capacidad de reconocer las emociones propias y las de los demás. Es la capacidad que permite el control en conflictos laborales, toma de decisiones, trabajo en equipo y desarrollo personal. El coeficiente intelectual (CI) contribuye con apenas un 20% de nuestro éxito en la vida el 80% restante es el resultado de la inteligencia emocional, que incluye

factores como la habilidad de auto motivación, la persistencia, el control de los impulsos, la regulación del humor y la empatía.

Los clientes constituyen la razón de ser de las organizaciones, ya que ellos son los que adquieren los servicios o compran los productos que ofrecen las empresas. Por lo que exigen un trato humano y servicio de calidad. La competencia de productos y servicios cada vez es mayor, por lo que el servicio al cliente constituye una herramienta que ayuda a incrementar por medio de una adecuada atención y trato a los consumidores la cartera de clientes de la organización, lo que asegura el posicionamiento en el mercado.

Las emociones influyen en el comportamiento de los trabajadores, por lo que está ligado al trato que reciben los clientes. Los empleados que saben manejar las emociones, adoptan una actitud empática hacia el cliente pues brindaran un servicio personalizado, atenderán sus inquietudes y resolverán problemas con el objetivo de satisfacer las necesidades del cliente, provocar el incremento de clientes y prevenir el éxito de la empresa.

El principal objetivo de todo empresario es conocer y entender a los clientes, que el producto o servicio pueda ser definido y ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlo. Las emociones influyen en los eventos inmediatos, acciones, desempeño y relaciones, actúan como motivadores de conductas futuras en las personas, por lo que están estrechamente relacionadas con la calidad en el servicio a los clientes

El mundo empresarial se encuentra en constante cambio, ahora ya no basta con invertir solo en infraestructura y tecnología para hacerle frente a las exigencias del entorno, si una organización desea sobrevivir y permanecer a lo largo del tiempo, debe lograr adaptarse eficazmente y para ello es indispensable contar con un recurso humano altamente competente.



En la economía actual, en las sociedades industrializadas, y en las que se fija un cierto bienestar económico- social, el consumidor se ha convertido en su piedra angular. En este ámbito gran parte de la conducta de las personas está relacionada con la compra, la venta, el uso y la adquisición de productos o servicios. En las últimas décadas la psicología del consumidor se ha convertido en un extenso campo de estudio, consecuentemente, la calidad del consumo es un índice revelador de la disposición de la economía y del grado de bienestar de los ciudadanos, teniendo en cuenta, que el estudio de su comportamiento es, ante todo, importante para el propio consumidor y usuario Morales Sánchez, (2003).

Desde esta perspectiva, la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios es una de las principales áreas de estudio del comportamiento de los consumidores y usuarios, dado que el rendimiento de las organizaciones de servicios es valorado por las propias personas que adquieren y/o utilizan estos bienes de consumo

y/o servicios, por ello los estudios de la calidad del servicio y de la satisfacción de los consumidores y usuarios, tienen en común la importancia del punto de vista de los clientes al valorar el producto y el servicio que proporciona la propia organización, para realizar una gestión adecuada de la calidad es necesario conocer qué buscan las personas en su actividades de consumo Quintanilla, (2002).

La gestión de la calidad se ha convertido en las últimas décadas en un área de estudio imprescindible. En los medios de comunicación y en la publicidad se hace referencia constantemente a las certificaciones ISO 9000, al logro de la excelencia empresarial mediante el empleo del modelo EFQM, a la gestión por procesos de algunas organizaciones etc.

Por ello, la presente investigación busca determinar la relación que existe entre la inteligencia emocional y la actitud a la calidad deservicio en los trabajadores de las tiendas comerciales con sede en la ciudad de Pucallpa.

1.2.2. Formulación del problema

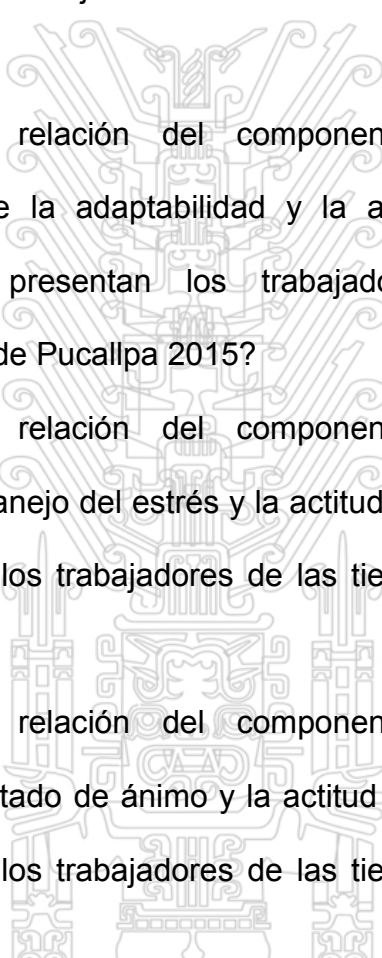
1.2.2.1. Problema General

¿Cuál es la relación de la inteligencia emocional y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores según especialidad profesional y sexo de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015?

1.2.2.2. Problema Específico

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

UNFV

- 
- a. ¿Cuál es la relación del componente emocional y sub componente interpersonal y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015?
 - b. ¿Cuál es la relación del componente emocional y sub componente intrapersonal y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015?
 - c. ¿Cuál es la relación del componente emocional y sub componente de la adaptabilidad y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015?
 - d. ¿Cuál es la relación del componente emocional y sub componente manejo del estrés y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015?
 - e. ¿Cuál es la relación del componente emocional y sub componente estado de ánimo y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

Establecer la relación de la inteligencia emocional y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

1.3.2. Objetivos Específicos

- a. Determinar la relación del componente y sub componente interpersonal y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.
- b. Medir la relación del componente y sub componente intrapersonal y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.
- c. Conocer la relación del componente y sub componente adaptabilidad y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.
- d. Valorar la relación del componente y sub componente manejo del estrés y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.
- e. Cuantificar la relación del componente y sub componente estado de ánimo y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

1.4. Justificación e importancia

La presente investigación se justifica de la siguiente manera:

A nivel teórico

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

UNFV

Altuzarra (2005), del artículo La atención al cliente de la revista digital investigación y educación disponible en internet, menciona que en cualquier empresa cuyo objeto de su actividad es la venta de productos y servicios, la productividad se mide en términos de satisfacción del cliente que va más allá de la calidad del servicio, pues en su valoración entra en juego un factor dominante, la atención al cliente que es el nexo de unión de tres conceptos, servicio al cliente, satisfacción del cliente, y calidad en el servicio.

Los empleados de servicio a veces deben tratar con clientes frustrados o furiosos que quieren dar rienda suelta a sus experiencias negativas con un negocio. Los empleados deben ser capaces de escuchar con compasión, absteniéndose de corregir al cliente o reaccionar defensivamente. Después de escuchar, los empleados de servicios eficaces podrían ofrecer una solución que disipe la insatisfacción del cliente, lo que resultará en una experiencia positiva para el cliente.

En la actualidad la “sociedad del conocimiento y de la información” está demandando líderes con una alta capacidad para enfrentar una realidad basada en el conocimiento que busquen continuamente el fomentar la innovación, ambos conducentes al logro no sólo de un mejor desempeño organizacional, sino de una ventaja competitiva sostenible.

A nivel metodológico

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

UNFV

La construcción de relaciones es otra razón por la que la inteligencia emocional es importante para los empleados de servicio. Los clientes pueden elegir cualquier número de proveedores de servicios, por lo que los empleados fomentarán visitas de retorno y relaciones de larga data construyendo simpatía con sus clientes.

Considerando que la globalización es un proceso que se caracteriza por el aumento de la competencia en los mercados, lo que demanda la realización de ajustes del sistema productivo del país, las regiones y las ciudades inmersas en ésta. Debido a que las empresas no compiten aisladamente, sino que lo hacen conjuntamente con el entorno productivo e institucional del que forman parte, dicho proceso estimula la transformación del sistema de ciudades y regiones, de acuerdo con la nueva división internacional del trabajo.

A nivel práctico

Teniendo en cuenta que las organizaciones muestran cada vez más conciencia en la gestión de la diversidad de sus miembros (edad, raza, etnia, educación, nivel socioeconómico, estado emocional etc.), intentando encontrar un equilibrio armonioso entre la diversidad y una fuerte cultura organizacional, basada en valores y creencias compartidos, para mantener la cohesión grupal, compete principalmente promover la igualdad de oportunidades en el acceso a lugares de dirección, evitando la discriminación, en particular en la contratación, selección y promoción

del personal como la atención que se brinda al personal.

Una de las razones por las que la inteligencia emocional es importante para los empleados de servicio es que los hace más capaces de "leer" a los clientes, lo que implica formular hipótesis fundamentadas acerca de lo que el cliente quiere, las preocupaciones que el cliente pueda tener y qué acciones se deben tomar para satisfacerlo mejor. Por ejemplo, un empleado puede observar a una madre apurada entrando al hotel sobrecargada con bolsas y rodeada por dos niños llorando. Este empleado de servicio puede inmediatamente tomar las bolsas y hacer una broma suave a los niños para tranquilizar a la madre.

Con base en lo expuesto, es conveniente señalar que la transformación que ha sufrido la función de personal desde sus inicios ha contribuido a que los directivos de las organizaciones consideren aún más al capital humano con que cuentan como uno de los elementos fundamentales para lograr el éxito. Ello, tal y como se indicó, se constituye en uno de los grandes retos actuales sobre los recursos humanos, debido a la necesidad de crear herramientas útiles que le permitan al personal comprometerse con los objetivos organizacionales e integrarse en el proyecto empresarial.

1.5. Alcances y limitaciones

Empresas de muchas industrias, incluyendo la industria de servicios, han llegado a valorar la inteligencia emocional junto con otros componentes

tradicional para los empleados, tales como la ética de trabajo, la

Tesis publicada con autorización del autor.
No olvide citar esta tesis

UNFV

capacitación y la experiencia. La inteligencia emocional puede ser una palabra de moda, pero también es un activo valioso para los empleadores que dependen de los trabajadores para tratar de manera efectiva a los clientes para una máxima satisfacción del cliente.

Los empleados de servicio son los que trabajan para empresas que dependen de determinados servicios y no en los productos para satisfacer a sus clientes. Algunos negocios relacionados con el servicio dependen tanto de productos como de servicios para satisfacer a sus clientes, pero el servicio sigue siendo una característica principal de la industria. Dentro de nuestras limitaciones se basan a las diferentes características psicológicas que presentan cada trabajador de las tiendas con sede en Piucallpa como los clientes quienes transcurren a dichas tiendas, como también la calidad del servicio que se le brinda puede ser diverso de acuerdo al grado o nivel de instrucción del cliente.

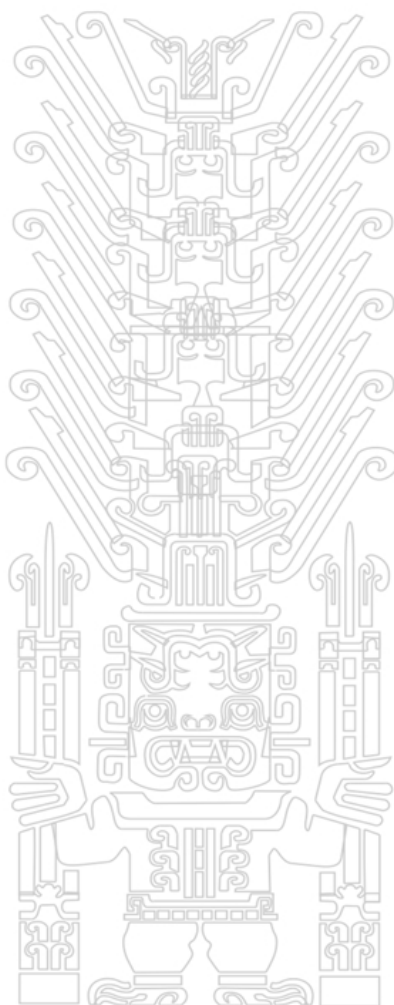
1.6. Definición de variables

Variable independiente: Inteligencia emocional

La inteligencia emocional es la capacidad para reconocer sentimientos propios y ajenos, y la habilidad para manejarlos

Variable dependiente: Actitud a la calidad de servicio

John Tschohl (2001) el cual define la Calidad de Servicio como la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. TEORÍAS ESPECIALIZADAS

Teniendo en cuenta el predominio que ejerce la variable independiente referente a la aplicabilidad de la Inteligencia Emocional con respecto sobre la actividad a la Inteligencia Emocional y actitud a la calidad de servicio de los trabajadores de las tiendas comerciales con Sede Pucallpa – Perú, de acuerdo al año 2015; se pueden considerar a las teorías fundamentales al respecto, que se refieren a la correlación existente entre las dos variables y sobretodo de la influencia que tiene el ejercicio competente de una Inteligencia Emocional efectiva, constante y eficaz, que se debe preparar, adiestrar y especializar en el Personal de Trabajo para efectos de que puedan cambiar significativamente sus actitudes potenciales hacia el desarrollo de una alta calidad de servicios; por lo que es primordial tener en cuenta las siguientes teorías:

2.1.1. Teoría de la Inteligencia Emocional en la Gestión del Cambio de Actitudes

Según López (2011), el cambio se ha convertido en una constante en las organizaciones: globalización, organizaciones centradas en el cliente, Internet y nuevas tecnologías, Gestión de relaciones con los clientes (CRM), cambios en la gestión de recursos humanos, gestión de la cadena de aprovisionamiento (Supply Chain Management), etc., pero los problemas vienen cuando, tras haber definido qué se necesita cambiar, se ha de gestionar ese cambio. Es

habitual que los directivos de una organización vean claramente cómo la
No olvide citar esta tesis

UNFV

organización ha de cambiar, pero no consigan hacerlo correctamente ya que se invierte mucho tiempo y conocimientos en el desarrollo del plan y muy poco tiempo en cómo conseguir que la organización implante, se implique y desarrolle ese cambio.

El resultado de esto es que se fracase estrepitosamente cuando esa visión que el directivo tiene, ha de implantarla y conseguir cambiar los procesos y cultura de la organización.

Hoy se definen dentro de un proceso cambio, dominios de observación de los cuales uno se debe hacer cargo para gestionar el cambio (Eduardo Olguín, Académico Universidad de Chile MBE). Estos dominios los distinguimos a continuación donde cada uno de ellos está orientado a hacerse cargo de diferentes espacios.

Es importante analizar diferentes aspectos que involucra la inteligencia emocional verificando como es posible a través de valorar este concepto, potenciar aquellos dominios de observación en la gestión del cambio.

Hoy en día aunque los cambios en las organizaciones están enfocados a incorporar nuevas tecnologías es importante no descuidar a las personas involucradas quienes son un engranaje importante en las organizaciones y son quienes pueden hacer la diferencia. Es en este punto donde la inteligencia

emocional refuerza a cada dominio de observación si definimos en principio

que la inteligencia emocional es un conjunto de destrezas, actitudes, habilidades y competencias que determinan la conducta de un individuo, sus reacciones, estados mentales, etc., y que puede definirse como la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos y los de los demás, de motivarnos y de manejar adecuadamente las relaciones.

Por ahora entendemos que en la gestión de un proceso de cambio son importantes las personas y que la inteligencia emocional es un aspecto importante que las distingue dentro de los dominios de observación antes planteados.

Pérez (2006) señala que la calidad en la atención al cliente representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores, y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa. Esto hace que cualquier empresa que posea una política de calidad de servicios que sea competitiva obtenga una clara diferencia con respecto a lo que hacen otras en el mismo mercado.

Una empresa orientada a una mejora en el servicio, conoce las necesidades y expectativas de los clientes a los que está destinada la política de atención, de modo que sea posible satisfacer sus necesidades y alcanzar los intereses de las personas.

Las organizaciones deben estar preparadas para adaptarse continuamente a los cambios que puedan producirse en el sector. El diseño que se establezca debe de satisfacer las necesidades del los clientes, además de garantizar la competitividad de forma tal que pueda permanecer en el mercado. Las organizaciones deben reducir la diferencia entre la realidad de la oferta y las preferencias de los consumidores. El servicio se le brinda, no a un cliente indistinto sino a una persona específica y como tal debe tratarse. Esto permite la personalización 31 de la atención que los hacen sentirse especiales, que se les aprecia y que son importantes para la empresa. El cliente tiene derecho a conocer qué puede esperar de la empresa.

El diseño que se establezca debe de satisfacer las necesidades de los clientes, además de garantizar la competitividad de forma tal que pueda permanecer en el mercado. Las organizaciones deben reducir la diferencia entre la realidad de la oferta y las preferencias de los consumidores. El servicio se le brinda, no a un cliente indistinto sino a una persona específica y como tal debe tratarse. Esto permite la personalización de la atención que los hacen sentirse especiales, que se les aprecia y que son importantes para la empresa.

El cliente tiene derecho a conocer qué puede esperar de la empresa. La calidad en la atención, debe sustentarse de políticas, norma o procedimientos que involucren a todas las personas de la empresa. Así desarrolla su propia estrategia en los servicios sin olvidar el sector en el que opera y el tipo de

negocio que ejerce. Para cada segmento del mercado debe diseñarse el nivel

más adecuado de servicio, ya que un único diseño no es capaz de resolver todas las partes del mercado que debe atender la empresa.

Cherniss (2005) expone que en la inteligencia emocional existen líderes fuertes, la cual cuentan con habilidades eficaces al momento de comportarse ante situaciones que se dan en la vida personal y laboral. El impacto que tiene la IE en el ambiente laboral, se refleja en los colaboradores que presta su servicio a una organización, ya que el impacto se manifiesta en el sentir de los colaboradores al momento del manejo de sus emociones y la de los demás.

La inteligencia emocional no surge si se da una serie de situaciones negativas que afectan el desempeño de los colaboradores en la organización. Esto genera un comportamiento negativo al momento de aparecer un desánimo e insatisfacción, se refleja en el bajo rendimiento. Si el impacto se proyecta en las organizaciones, jefes y colaboradores se genera un buen ámbito laboral, en donde estos son capaces de manejar y mantener un equilibrio emocional estable.

La IE ayuda en todos los aspectos de la vida de las personas ante diversas situaciones a la hora de tomar decisiones, de esta manera se llega a tener relación sólida en las empresas con jefes y colaboradores con inteligencia y actitud para hacer crecer su organización y mantener una calidad empresarial.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Inteligencia Emocional

Consiste en el Desarrollo de las inteligencias emocionales de tal forma que se permite razonar y controlar impulsos ante los puntos de vista de otros; implicando la Generación de un proceso multidimensional que lleva al desarrollo de competencias personales y sociales, las cuales ayudan en una organización a conocer y controlar las emociones para ser capaces de automotivarse de tal forma que puedan los trabajadores, llegar a desempeñarse con un ejercicio de alta calidad en los servicios a brindarse a los clientes usuarios.

De esta manera, con el mejoramiento de las capacidades de desarrollo de Inteligencia Emocional en el Personal de Trabajo, se busca conseguir en las organizaciones la autogestión, a partir del autocontrol emocional, de la transparencia, de la adaptabilidad, del logro, de la iniciativa y del optimismo de sus trabajadores, para el mismo mejoramiento de sus actitudes en desempeño profesional y laboral que lo conlleve a mejorar propiamente su nivel de calidad de servicio.

Bar-On (1997), define a la inteligencia emocional como un conjunto de habilidades personales, emocionales y sociales y destrezas que influyen en nuestra habilidad para adaptarse y enfrentar a las demás presiones del medio. Como tal, nuestra inteligencia no cognitiva es un factor importante en la determinación de la habilidad para tener éxito en la vida, influyendo directamente en el bienestar general y en la salud emocional.

Sobre la base de este concepto, Bar-On construye el inventario de Cociente Emocional (1 -CE), el mismo que tomaremos en cuenta en esta investigación. Dicho inventario considera cinco componentes mayores de la inteligencia emocional y sus respectivos subcomponentes que se relacionan lógicamente y estadísticamente:

a. **Historia de la Inteligencia Emocional**

El concepto inteligencia emocional (IE) apareció por primera vez desarrollado en 1990 en un artículo publicado por Peter Salovey y John Mayer. No obstante, quedó relegado al olvido durante cinco años hasta que Daniel Goleman, psicólogo y periodista americano con una indudable vista comercial y gran capacidad de seducción y de sentido común, convirtió estas dos palabras en un término de moda al publicar su libro *Inteligencia emocional* (1995). La tesis primordial de este libro se resume en que necesitamos una nueva visión del estudio de la inteligencia humana más allá de los aspectos cognitivos e intelectuales que resalte la importancia del uso y gestión del mundo emocional y social para comprender el curso de la vida de las personas. Goleman afirma que existen habilidades más importantes que la inteligencia académica a la hora de alcanzar un mayor bienestar laboral, personal, académico y social. Esta idea tuvo una gran resonancia en la opinión pública y, a juicio de autores, parte de la aceptación social y de la popularidad del término se debió

principalmente a tres factores:

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

UNFV

1. El cansancio provocado por la sobrevaloración del cociente intelectual (CI) a lo largo de todo el siglo XX, ya que había sido el indicador más utilizado para la selección de personal y recursos humanos.
2. La antipatía generalizada en la sociedad ante las personas que poseen un alto nivel intelectual, pero que carecen de habilidades sociales y emocionales.
3. El mal uso en el ámbito educativo de los resultados en los tests y evaluaciones de CI que pocas veces pronostican el éxito real que los alumnos tendrán una vez incorporados al mundo laboral, y que tampoco ayudan a predecir el bienestar y la felicidad a lo largo de sus vidas.

b. **Teorías de la Inteligencia Emocional**

Cuando los psicólogos comenzaron a escribir y pensar sobre la inteligencia, se concentraron inicialmente en aspectos cognoscitivos, tales como la memoria y la resolución de problemas. Sin embargo, algunos investigadores reconocieron la importancia de aspectos no cognoscitivos, fue así que Robert Thorndike escribió sobre la inteligencia social en 1937.

David Wechslen definió inteligencia como capacidad agregada o global del individuo de actuar con un propósito, de pensar socialmente, y de lidiar eficazmente con su entorno (Wechslen, 1958: 7), ya en 1940. Wechslen diferenció entre elementos no intelectuales

y elementos intelectuales.

Howard Gardner comenzó a escribir sobre inteligencia múltiple en 1983. Él propuso que las inteligencias intrapersonal e interpersonales, así como el tipo de inteligencia (medida típicamente por el índice de inteligencia y las pruebas relacionadas) sean igualmente importantes.

Salovey y Mayer acuñaron el término Inteligencia Emocional como "la forma de inteligencia social que implica la capacidad de supervisarse a uno mismo y a otros, sus sentimientos y emociones, para diferenciar entre ellos, y para utilizar esta información para conducir a la vez, el pensamiento y la acción" Salovey y Mayer también iniciaron un programa de investigación prevista para desarrollar mediciones válidas de inteligencia emocional y para explorar su significado.

Daniel Goleman, en los últimos años realizó múltiples investigaciones sobre el tema, producto de las cuales en 1995 publica un libro titulado Inteligencia Emocional. Este investigador es quien ha divulgado con mayor énfasis el término "Inteligencia Emocional"

Para Goleman son las competencias emocionales (capacidades adquiridas basadas en la inteligencia emocional, que dan lugar a un desempeño profesional excelente) los factores que determinan los resultados superiores en el puesto. Cuanto más complejo sea el trabajo, mayor es la importancia de la inteligencia emocional.

Goleman construye su proposición de inteligencia emocional sobre los hallazgos científicos de tres investigadores principales, David

McClelland, Howard Gardner y Joseph LeDoux, incorporando las

aportaciones de muchos otros científicos como Peter Salovey y Mihaly Csikszentmihalyi. Y ahí radica su genialidad, en encontrar la conexión entre líneas de investigación que no habían sido relacionadas anteriormente, en revelar las implicaciones prácticas para el gran público y la comunidad empresarial, y en transmitir el mensaje con un lenguaje universal.

David McClelland, profesor de psicología de la Universidad de Harvard había comenzado en los años 60 a estudiar qué es lo que determina el éxito profesional. Para encontrar qué es lo que nos garantizará los buenos resultados en el puesto, McClelland sugiere comprobar qué "competencias" o características personales ponen en juego las personas con desempeño superior.

Howard Gardner a partir de sus investigaciones, revela la existencia de inteligencias múltiples. Específicamente diferencia siete tipos de inteligencia: verbal, lógico-matemática, espacial, cinestésica, musical, interpersonal o social, e intrapersonal. Define la inteligencia interpersonal como la capacidad de comprender a los demás: qué los motiva, cómo actúan, cómo relacionarse o cooperar satisfactoriamente con ellos. La inteligencia intrapersonal es definida como la capacidad de formarse una idea rigurosa y verídica de uno mismo y ser capaz de usar esa idea para operar de forma efectiva en la vida.

Joseph LeDoux ha sido la influencia más reciente de Goleman.

Investigador de neurofisiología, en su libro El Cerebro Emocional

(1996), divulga sus hallazgos acerca de los circuitos neuronales del cerebro. Nos hace caer en la cuenta de que la emoción precede al pensamiento, y nos explica por qué los procesos de raciocinio que tienen lugar el neocortex, la parte más joven del cerebro en la historia evolutiva del hombre, van muchas veces a la zaga o en contra de los impulsos de la amígdala, el corazón de la parte más arcaica del cerebro. Con sus investigaciones reivindica y prestigia nuestra realidad emocional como seres humanos.

Goleman hace de los nuevos conocimientos de la neurofisiología del cerebro un pilar básico en la teoría de la inteligencia emocional. Y específicamente utiliza los hallazgos sobre la amígdala para llamar la atención sobre uno de sus conceptos más populares: "el secuestro de la amígdala": aquellas ocasiones en las que nuestros sistemas de alarma accionan la parte más rápida y primitiva del cerebro.

En 1990 Peter Salovey y John Mayer, basándose en las tesis de las inteligencias múltiples de Gardner, definen inteligencia emocional en función de 5 dimensiones: conocimiento de las propias emociones, autorregulación, motivación de uno mismo, comprensión de las emociones de los demás.

Por último Goleman se apoya en la investigación y la experiencia de

Richard Boyatzis. Sus trabajos han sido pioneros en la aplicación

práctica de modelos de desarrollo que mejoran las capacidades más intangibles y blandas del ser humano. Con estas piezas, Goleman completa un puzzle, definiendo y operativizando la inteligencia emocional. Basándose en investigaciones recientes, reivindica la importancia de las emociones en la vida personal y profesional y nos ayuda a convivir con la dualidad razón y emoción, mente y corazón pone de manifiesto el papel de formas alternativas de inteligencia relegadas hasta ahora en el mundo de la educación y del trabajo, donde los conocimientos y las aptitudes intelectuales han dominado durante décadas.

Goleman en su libro *La Inteligencia Emocional en la Empresa* ha definido el término "inteligencia emocional" se refiere a la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos y los ajenos, de motivarnos y de manejar bien las emociones, en nosotros mismos y en nuestras relaciones.

c. Aspectos Neuroanatómicos y psicológicos de la inteligencia emocional

La emoción es un estado de ánimo que se caracteriza por una conmoción orgánica, producto de una situación externa, y que puede traducirse en gestos, risa, llanto.

La palabra emoción significa moverse en latín. Es lo que hace que nos acerquemos o nos alejemos a una determinada persona o circunstancia. Por lo tanto, la emoción es una tendencia a actuar, y se

activa con frecuencia por alguna de nuestras impresiones grabadas

en el cerebro, o por medio de los pensamientos cognoscitivos, lo que provoca un determinado estado fisiológico en el cuerpo humano.

Nuevas investigaciones cerebrales sugieren que la verdadera medida de la inteligencia humana no es el C.I sino las emociones.

El avance en la investigación de las funciones del cerebro y de sus respectivas conexiones neuronales, ha permitido un mejor conocimiento de su interacción con las diferentes estructuras y áreas cerebrales que gobiernan nuestros estados de ánimo.

Goleman (1995) afirma que existe toda una ventana neurológica de oportunidad, puesta que el circuito prefrontal del cerebro que regula cómo actuamos con respecto a lo que sentimos probablemente no madura hasta la mitad de la adolescencia.

La IE considera que los impulsos son la energía de nuestras emociones que intentan expresarse en la acción. Quienes están a merced de sus impulsos y no saben controlarlos muestran una débil voluntad, y viven interiormente perturbados.

La IE parte del supuesto de que la herencia genética nos ha dotado de unas sensaciones emocionales que determinan en parte nuestro temperamento. No obstante, las funciones cerebrales relacionadas con la actividad emocional, son tan flexibles y adaptables que permiten superar los defectos de nuestra voluntad y mejorar nuestro carácter.

Nuestras emociones se integran en el sistema nervioso en forma de tendencias automáticas. Es así, que nuestras decisiones y nuestras

acciones dependen tanto de nuestros sentimientos como de nuestros pensamientos. Nuestras reacciones ante determinadas situaciones, no son solo fruto de un juicio racional, sino también de emociones en forma de impulsos de acción automática.

Cada emoción dispone al cuerpo a un tipo distinto de respuestas fisiológicas, tanto la respiración como el tono muscular, el pulso cardíaco, la presión arterial, la postura, los movimientos y las expresiones faciales y las pautas fisiológicas o musculares habituales comienzan a determinar por sí mismas los estados anímicos, por ejemplo, en el caso del miedo, la sangre se retira del rostro, lo que explica la palidez y la sensación de quedarse frío y fluye a la musculatura esquelética larga (como las piernas, por ejemplo) favoreciendo así la huida. Al mismo tiempo, el cuerpo parece paralizarse, aunque sólo sea un instante, para calibrar, tal vez, si el hecho de ocultarse pudiera ser una respuesta más adecuada. Las conexiones nerviosas de los centros emocionales del cerebro desencadenan también una respuesta hormonal que pone al cuerpo en estado de alerta general, sumiéndolo en la inquietud y predisponiéndolo para la acción, mientras la atención se fija en la amenaza inmediata con el fin de evaluar la respuesta más apropiada.

Mientras tanto, la felicidad consiste en el aumento en la actividad de un centro cerebral que se encarga de inhibir los sentimientos negativos y de aquietar los estados que generan preocupación, al

mismo tiempo que aumenta el caudal de energía disponible. En este

caso no hay un cambio fisiológico especial salvo, quizás, una sensación de tranquilidad que hace que el cuerpo se recupere más rápidamente de la excitación biológica provocada por las emociones perturbadoras. Esta condición proporciona al cuerpo un reposo, un entusiasmo y una disponibilidad para afrontar cualquier tarea que se esté llevando a cabo y fomentar también, de este modo, la consecución de una amplia variedad de objetivos.

Estas predisposiciones biológicas a la acción son moderadas por nuestras experiencias vitales y por el medio cultural, por ejemplo, la pérdida de un ser querido produce tristeza y aflicción, pero la forma en que expresamos esa aflicción es moldeada por nuestra cultura, por ejemplo, cada cultura tiene una categoría diferente de seres queridos por los cuales llorar.

El modelo de la IE afirma que tenemos por un lado una mente racional, que es la capacidad consciente de pensar, deliberar y reflexionar, y por otro lado una mente emocional que es más impulsiva e influyente que la mente racional.

La IE destaca la perenne y fecunda tensión entre estas dos mentes, aunque a menudo están coordinadas, en este caso la clase de reacción a una situación dada es de tipo lenta y gracias a esta coordinación es que podemos apreciar, por ejemplo, cuando entramos a un local si las personas que le esperan lo hacen con agrado o no.

En esta clase de reacción primero tiene lugar el pensamiento para

conducir al sentimiento, por tanto la cognición juega papel clave en la determinación de qué emociones serán provocadas, es decir, después que hacemos una evaluación es que se produce una respuesta emocional adecuada.

Pero cuando de forma desbordada irrumpen las pasiones, el equilibrio puede romperse y la mente emocional puede bloquear y paralizar a la mente racional provocando una reacción de tipo rápida. Este rápido modo de percepción asimila las cosas de inmediato, como un todo, reaccionando sin tomarse el tiempo necesario para un análisis reflexivo, también los elementos vividos pueden determinar esa impresión.

Según Educare refiere Charles Darwin fue el primer científico en señalar que las emociones se han desarrollado, en su origen, para preparar a los animales para la acción, en especial en una situación de emergencia. Esta clase de reacción nos impulsa a responder a acontecimientos urgentes sin perder tiempo, evaluando si debemos responder o cómo debemos responder. El sentimiento precede o existe simultáneamente con el pensamiento. En la evolución ésta rapidez giró en torno a decisiones de supervivencia, por ejemplo, si un excursionista en un camino ve por el rabillo del ojo una forma larga y curvilínea en el suelo, él saltará fuera del camino antes de darse cuenta de que era solo un palo con forma de culebra. Luego, se calmará. Su neocorteza recibirá el mensaje unos milisegundos

después de su amígdala y regulará su respuesta primitiva. Sin estos reflejos emocionales, que son raramente conscientes pero terriblemente poderosos, nos sería muy difícil funcionar.

Para la comprensión de lo anterior se debe tener presente que los elementos de una emoción son tres:

1. Una situación, que genera sentimientos, ideas o recuerdos.
2. El estado de ánimo consiguiente.
3. La conmoción orgánica expresada en gestos, actitudes, risa...

Cuando usted dice: 'fulano me engañó', emana una emoción resultado de un hecho externo. No es posible reaccionar directamente a un hecho determinado, salvo en circunstancias de peligro; con esta excepción, antes de reaccionar ante un hecho tenemos que interpretarlo. Los sentimientos no surgen hasta tanto la mente no haya captado lo que sucedió, y decidido su significado. Esa tarea es realizada por la mente empírica, y la lleva a cabo tan automáticamente que no nos percatamos de que la mente está funcionando. Todo lo que sabemos es que reaccionamos emotivamente a algo que sucedió.

Goleman (1995) plantea que los terapeutas cognitivos, como Aaron Beck, Albert Ellis y Donald Meichenbaum, insisten, por eso, que en muchas circunstancias son los pensamientos los que determinan los sentimientos. Pero también es cierto que las respuestas emocionales,

en su mayoría, se generan inconscientemente. Freud tenía razón

cuando describió la conciencia como la punta del iceberg mental. Tanto la mente racional como la emocional operan en colaboración, entrelazando sus distintas formas de conocimiento. Cuanto más intensa es la mente emocional, menos eficaz es la mente racional, y viceversa.

Continuamente las personas buscamos circunstancias que despierten emociones y la mayoría de las veces no tenemos el control sobre ellas y por otra parte pueden avasallar nuestra conciencia. Finalmente cuando aparecen pueden convertirse en importantes motivadores de conductas futuras ya sea inmediatas o a largo plazo, pero también pueden ocasionar problemas. Cuando el miedo se torna ansiedad, cuando el deseo conduce a la ambición, cuando la molestia se convierte en enojo, el enojo en odio, la amistad en envidia, el amor en obsesión, el placer en vicio, nuestras emociones se revierten en contra nuestra. La salud mental es producto de la higiene emocional, y obviamente, las emociones pueden tener consecuencias útiles o patológicas.

Lo más adecuado para el sujeto es que exista un equilibrio, en el cual, la emoción influye en las operaciones de la razón y ésta ajusta y filtra las operaciones procedente de las emociones.

Calderón (s/f) plantea que cuando se produce una pérdida de control de la emociones, se desencadena en el sistema límbico del cerebro, específicamente de la amígdala, una reacción antes de que la

información llegue al neo córtex o área del cerebro pensante. La

función del sistema límbico es importante en la vida emocional, ya que está ligado con los afectos y las pasiones y asume el control antes de que la parte del cerebro pensante haya tomado una decisión.

Con ello se destaca que el sistema emocional puede actuar sin la participación del neo córtex, albergando recuerdos e impresiones y efectuando respuestas, de las que no somos plenamente conscientes. Ambas estructuras constituyen el centro de gravedad de los conflictos y los acuerdos entre el corazón y la cabeza, entre los sentimientos y los pensamientos. Esta conexión es básica para tomar decisiones inteligentes en la vida emocional. La interrelación del sistema límbico con el neocórtex o área pensante del cerebro, constituye el núcleo neurobiológico de la IE.

En concordancia con los hallazgos en animales, el daño bilateral de la amígdala en el ser humano provoca un defecto significativo en el control ejecutivo y una conducta social inapropiada (desinhibida). El coeficiente intelectual no se altera mayormente.

El regulador del cerebro para los arranques de la amígdala parece encontrarse en el otro extremo de un circuito más importante de la neo corteza, en los lóbulos pre frontales que se encuentran exactamente detrás de la frente. La corteza pre frontal parece entrar en acción cuando alguien siente miedo o rabia, pero contiene o controla el sentimiento con el fin de ocuparse más eficazmente de la situación inmediata, o cuando una nueva evaluación provoca una

respuesta totalmente diferente... esta zona neo cortical del cerebro

origina una respuesta más analítica o apropiada a nuestros impulsos emocionales, adaptando la amígdala y otras zonas límbicas.

La memoria, localizada en el área frontal del cerebro, puede ser afectada por estados de ansiedad o de cólera, perturbando su capacidad de retener en la mente datos esenciales para el desempeño de nuestras tareas. Cuando estamos emocionalmente perturbados solemos decir ¿no puedo pensar bien?

El cerebro externo o neo-cortex tiene a su cargo la importante función del pensamiento y el razonamiento intelectual. Pero, aunque muchos saben que este cerebro está compuesto de dos hemisferios cerebrales, muchos también ignoran que el hemisferio izquierdo maneja la lógica y todo lo relacionado con ella, mientras que el hemisferio derecho tiene que ver con la emoción y también con los sentimientos negativos como los miedos, las culpas y el resentimiento.

Sin embargo, esto no significa que una persona con hemisferio izquierdo dominante -la lógica- no tenga emociones negativas como miedos o culpas. Es necesario aclarar esto, porque se tiende a pensar que las personas “lógicas” sólo tienen sentimientos y emociones en permanente equilibrio. Todas las personas tienen un hemisferio dominante; algunas pueden ser extremadamente lógicas (hemisferio izquierdo), y otras por el contrario pueden ser extremadamente emocionales (hemisferio derecho).

Por supuesto que el equilibrio pasa por la función conjunta de ambos hemisferios, pero -y éste es el problema- casi todos “manejan” inconscientemente, todo el tiempo, el hemisferio izquierdo o el hemisferio derecho.

Antes de determinar si una persona es hemisferio izquierdo o derecho, es necesario conocer brevemente las cualidades de cada uno.

En oriente llaman al hemisferio izquierdo “El día”, porque para las personas con este hemisferio dominante, todo es claro bajo la luz de la razón; en cambio al hemisferio derecho lo llaman “La noche”, porque tiene que ver con la intuición, con lo que se siente, y no se puede explicar a la luz de la razón. Sin embargo, para la educación occidental, las personas con hemisferio izquierdo dominante han sido hasta hace muy poco tiempo valorizadas como genios.

Del mismo modo las personas con hemisferio derecho dominante, donde están presentes emociones y sentimientos, han sido desvalorizadas.

A la luz de recientes estudios e investigaciones, se sabe que una persona con hemisferio derecho dominante, y por lo tanto con una personalidad tendiente a demostrar sus emociones, tiene más posibilidades en áreas que requieren gran creatividad. Los ejecutivos de grandes empresas en el mundo son personas con dominio de ambos hemisferios; es decir son lógicos y emocionales, y la emoción -

no hay que olvidarlo- complementa perfectamente a la razón. El

trabajo sincronizado de ambos hemisferios logra una perfección que permite a las personas vivir mejor, con experiencias positivas de gran plenitud.

d. Anatomía del aprendizaje emocional básico. Conciencia de la emoción:

En estos estudios Calderón (s/f), se ha determinado que cuando el animal se enfrenta a un estímulo sensorial potencialmente dañino, reacciona con una respuesta autonómica, endocrina y somática que lo prepara para enfrentar en mejor forma este peligro.

El tipo de estímulo al que responde es en parte innato y en parte aprendido. Luego que el estímulo sensorial impresiona al receptor correspondiente, la señal llega al tálamo y desde allí a la “amígdala”, principal núcleo involucrado en la adquisición de la “respuesta emocional básica” (REB) y el almacenaje de la información primitiva. La amígdala, a su vez, tiene conexiones con las áreas del tronco cerebral comprometidas en el control del gasto cardíaco, la respiración, la vasodilatación y la reacción de miedo.

Por estudios de lesión se ha determinado que la corteza cerebral primaria sensorial no es necesaria para la adquisición de esta REB, aunque colabora en el procesamiento de estímulos complejos.

El “hipocampo”, área comprometida en la “memoria declarativa”, no es importante en la identificación del estímulo; sólo colabora en la identificación del entorno en que este ocurre. De este modo, el

aprendizaje emocional es mediado por un sistema que puede operar independientemente de nuestra conciencia.

Este sistema, subcortical, madura precozmente en el desarrollo, antes que el hipocampo, por lo que eventos traumáticos infantiles pueden generar conductas emocionales en la adultez, sin que tengamos conciencia de su origen.

Por otra parte, variaciones funcionales en la vía prefrontal-amigdalina podrían hacer más difícil para algunas personas cambiar su conducta emocional.

Entonces, ¿Cuál es el mecanismo que permite a especies más evolucionadas tener conciencia de las emociones?

Por estudios en pacientes con lesiones cerebrales, se ha determinado que la corteza parietal e insular sería clave en la percepción de los estados emocionales, siendo el hemisferio cerebral derecho dominante en este sentido. Estas regiones procesan la información que llega de las diferentes regiones del cuerpo (incluso visceral), completándose el ciclo.

Los pacientes con lesión parietal derecha, presentan emociones y sentimientos inapropiados sobre su estado de salud, ofreciéndonos el espectáculo de una mente privada de la posibilidad de sentir el estado corporal actual.

La integración de las emociones al ámbito concienical tiene la ventaja de permitir modular la REB, agregándole elementos cognitivos. El

sustrato biológico en el que se basan nuestras habilidades

emocionales es de carácter neurológico. Pero teniendo en cuenta que el cerebro es muy plástico y adaptativo, puede asumir un continuo aprendizaje.

e. Modelos de habilidades

En forma general, los modelos de habilidades se centran exclusivamente en el contexto emocional de la información y el estudio de las capacidades relacionadas con dicho procesamiento.

e.1 Modelo de Mayer y Salovey. (2002)

Estos autores, en 2002, evalúan la IE a partir de un conjunto de habilidades emocionales y adaptativas, conceptualmente relacionadas de acuerdo con los siguientes criterios:

- Evaluación y expresión de emociones,
- Regulación de emociones
- Utilización de las emociones de forma adaptativa.

Su modelo lleva el nombre de Trait Meta-MoodScale (TMMS) y es una medida de autoinforme de IE percibida con un total de 48 ítems establecidos en tres subescalas que evalúan tres aspectos fundamentales de la IE intrapersonal, como: sentimientos con 21 ítems, claridad de los sentimientos con 12 ítems y reparación emocional con 12 ítems. Este instrumento ha mostrado adecuados índices de consistencia interna y validez convergente aceptable. Los referidos autores, en 1997, presentaron una nueva

las diferentes habilidades emocionales que integran el concepto desde los procesos psicológicos más básicos (percepción emocional) hasta los de mayor complejidad (regulación de estados afectivos). El cuestionario está clasificado como una escala rasgo que evalúa el metaconocimiento de los estados emocionales mediante 48 ítems. En otras palabras, califica las destrezas con las que podemos ser conscientes de nuestras propias emociones, así como nuestra capacidad para regularlas.

e.2 Modelo de Extremera y Fernández-Berrocal (2001)

Este modelo evalúa tres variables: percepción, comprensión y regulación. Ha sido utilizado en forma empírica en diferentes estudios con estudiantes de nivel superior. También se ha validado con diferentes poblaciones y ha mostrado su utilidad tanto en contextos escolares como clínicos, como se puede observar. La TMMS-24 contiene tres dimensiones claves de IE, percepción emocional, comprensión de sentimientos y regulación emocional, con ocho ítems cada una de ellas. En la *tabla 3* se muestran sus componentes.

e.3 Modelo de D. Goleman.

Este modelo incluye cinco componentes básicos de la Inteligencia Emocional. En forma posterior, Goleman, en “la IE en la empresa”,

incluye otro conjunto de atributos de personalidad:

autoconciencia, autorregulamiento, manejo de estrés, rasgos motivacionales (automotivación) o áreas comportamentales (manejo de relaciones interpersonales), acaparando casi todas las áreas de personalidad. La correspondiente estructura fue diseñada en función de las competencias genéricas distintivas para profesionales y ocupaciones administrativas. El cuestionario se ha utilizado en diferentes firmas comerciales, como Ciga, Sprint, American Express, Sandoz Pharmaceuticals, Wisconsin Power and Light and Cross y Blue Shieff of Maryland. El instrumento está formado por dos aptitudes: la inteligencia intrapersonal (aptitud personal) con tres sub escalas para autoconocimiento, autocontrol y motivación, y la inteligencia interpersonal (aptitud social) con dos sub escalas para empatía y habilidades sociales

f. **Componentes de la Inteligencia Emocional**

Según Goleman (1998) plantea los siguientes componentes:

f.1 Componente intrapersonal (CIA): Área que reúne los siguientes subcomponentes: comprensión emocional de sí mismo, asertividad, autoconcepto, autorrealización e independencia.

➤ **Comprensión emocional de sí mismo (CM):** Es la habilidad para percatarse y comprender nuestros

sentimientos y emociones, diferenciarlos y conocer el porqué de los mismos.

- **Asertividad (AS):** Es la habilidad para expresar sentimientos, creencias y pensamientos sin dañar los sentimientos de los demás; y defender nuestros derechos de una manera no destructiva.
- **Autoconcepto (AC):** Es la habilidad para comprender, aceptar y respetarse a sí mismo, aceptando nuestros aspectos positivos y negativos, como también nuestras limitaciones y posibilidades.
- **Autorrealización (AR):** Es la habilidad para realizar lo que realmente podemos, queremos y disfrutamos de hacerlo.
- **Independencia (IN):** Es la habilidad para autodirigirse, sentirse seguro de sí mismo en nuestros pensamientos, acciones y ser independientes emocionalmente para tomar nuestras decisiones.

f.2 Componente interpersonal (CIE): Área que reúne los siguientes componentes: empatía, responsabilidad social y relación interpersonal.

- **Empatía (EM):** Es la habilidad de percatarse, comprender, y apreciar los sentimientos de los demás.

- Relaciones interpersonales (RI): Es la habilidad para establecer y mantener relaciones mutuas satisfactorias que son caracterizadas por una cercanía emocional e intimidad.
- Responsabilidad social (RS): Es la habilidad para demostrarse a sí mismo como una persona que coopera, contribuye y que es un miembro constructivo del grupo social.

f.3 Componente de adaptabilidad (CAD): Área que reúne los siguientes componentes: prueba de la realidad, flexibilidad y solución de problemas.

- Solución de problemas (SP): Es la habilidad para identificar y definir los problemas como también para generar e implementar soluciones efectivas.
- Prueba de la realidad (PR): Es la habilidad para evaluar la correspondencia entre lo que experimentamos (lo subjetivo) y lo que en la realidad existe (lo objetivo).
- Flexibilidad (FL): Es la habilidad para realizar un ajuste adecuado de nuestras emociones, pensamientos y conductas a situaciones y condiciones cambiantes.

f.4 Componente de manejo de estrés (CME): Área que reúne los siguientes componentes: tolerancia al estrés y control a los impulsos.

- Tolerancia al estrés (TE): Es la habilidad para soportar eventos adversos, situaciones estresantes, y fuertes emociones sin "desmoronarse", enfrentando activa y positivamente el estrés.
- Control de los impulsos (CI): Es la habilidad para resistir o postergar un impulso o tentaciones para actuar y controlar nuestras emociones.

f.5 Componente del estado de ánimo en general (CAG): Área que reúne los siguientes componentes: optimismo y felicidad.

- Felicidad (FE): Es la habilidad para sentirse satisfecho con nuestra vida, para disfrutar de sí mismo y de otros y para divertirse y expresar sentimientos positivos.
- Optimismo (OP): Es la habilidad para ver el aspecto más brillante de la vida y mantener una actitud positiva a pesar de la adversidad y los sentimientos negativos.
 - a. Autoconocimiento. Saber que se siente en cada momento, es decir conocer los propios estados internos, preferencias, recursos e intuiciones, y utilizar esas preferencias para orientar nuestra toma de decisiones; tener una idea realista de nuestras habilidades, fortalezas, debilidades y una bien basada confianza en uno mismo.

- b. Autorregulación o control de sí mismo. Manejar las emociones, es decir los propios estados internos, impulsos y recursos. De modo que faciliten la tarea entre manos, en vez de estorbarla; ser escrupulosos y demorar la gratificación en pos de los objetivos; recobrase bien de las tensiones emocionales.
- c. Motivación. Utilizar nuestras preferencias más profundas para orientarnos y avanzar hacia los objetivos, para tomar iniciativas y ser efectivos y para perseverar frente a los contratiempos y las frustraciones. Se manifiesta en las personas que muestran un gran entusiasmo por su trabajo y por el logro de las metas por encima de la simple recompensa económica, con un alto grado de iniciativa y compromiso, y con gran capacidad optimista en la consecución de los objetivos.
- d. Empatía. Percibir lo que sienten los demás, es decir, la captación de sentimientos, necesidades e intereses ajenos, ser capaces de ver las cosas desde su perspectiva y cultivar la afinidad con una amplia diversidad de personas. Las personas empáticas normalmente tienen mucha popularidad y reconocimiento social.
- e. Habilidades sociales. Habilidad para inducir en los otros las respuestas deseables, es decir, manejar bien las

emociones en una relación e interpretar adecuadamente las situaciones y las redes sociales; interactuar sin dificultad; utilizar estas habilidades para persuadir, dirigir y liderar, negociar y resolver disputas, para la cooperación y el trabajo en equipo.

Las tres primeras corresponden a la aptitud personal, es decir a las aptitudes que determinan el dominio de uno mismo. Las dos últimas corresponden a la aptitud social, es decir a las aptitudes que determinan el manejo de las relaciones. Inmersas en estas cinco dimensiones se encuentran 25 aptitudes emocionales.

A medida en que nos internamos en el concepto de liderazgo se hace evidente la importancia de encauzar la Inteligencia Emocional si queremos salir airoso en nuestra carrera profesional.

2.2.2. Actitud a la Calidad de Servicio

Es el mejoramiento continuo del servicio, hacia un nivel de desarrollo de alcance de los principales objetivos estratégicos de desarrollo de la actividad de servicio médico de alto nivel de calidad.

- a. **Calidad de Gestión:** Consiste en el mejoramiento y optimización del servicio de gestión para que los procedimientos administrativos y

trámites de atención a los pacientes, sean eficientes y efectivos para un servicio en el tiempo requerido y de calidad asegurable.

- b. **Calidad de recursos materiales:** Es el nivel de calidad que se debe gestionar y alcanzar para que los recursos materiales sean modernos y requeridos para la el ofrecimiento de servicios médicos competentes a los pacientes.

La Calidad es una teoría que comenzó a gestarse en los EEUU entre la segunda y tercera década del Siglo XX. Presenta como estrategia de intervención y transformación organizacional dos grandes fortalezas; posee una firme base conceptual y filosófica, y además ofrece una estrategia para mejorar el desempeño considerando a las personas involucradas y a las pautas de la organización.

El modelo de Calidad Total va a significar mucho más que una metodología para incrementar los niveles de calidad en una institución. Para **Millán Rivera, R. (2001)**, es: “Un conjunto de filosofías mediante las cuales un sistema de administración puede encaminar los esfuerzos a la consecución de los objetivos de una organización con miras a satisfacer a los clientes y a maximizar las ganancias de los accionistas, todo ello a lo largo de un ciclo de mejora continua del sistema de calidad”. Se observa que para algunos la calidad total constituye una filosofía que promueve el cambio positivo de una organización.

Como principal gestor de la calidad total se tiene a Edward Deming cuyo método plantea una visión global o total de control de calidad, es decir, debemos cuidar la calidad, en todas las fases del proceso productivo, en la planificación, producción, ventas y, sobre todo, en la evaluación y rediseño (Ciclo Deming) en un ciclo que nunca acaba.

El valor de Deming consiste en distribuir la responsabilidad del control de calidad a todos los niveles de la empresa. A partir de él se determinó que las deficiencias atribuidas a los obreros solo constituirían el 15% del total, el resto dependía fundamentalmente de la gerencia.

El control de calidad promovido por el Dr. Deming tiene aplicación casi universal, en las empresas industriales. Ya se está adecuando al sector de servicios.

Los usuarios a veces no suelen quejarse por muchas razones. Por esas quejas latentes u ocultas cuando vuelven a solicitar el servicio la hacen en otro centro o instancia. De allí la gran importancia de la captación de quejas. No deben ocultarse informaciones de esta naturaleza. "Normalmente, en las empresas sin buenos programas de control de calidad, las quejas potenciales son diez veces más que las reales. Estas últimas, pues, son apenas la punta del Iceberg.

La gestión de Calidad Total representa una alternativa a considerar si se desea elevar los niveles de calidad de un proceso determinado. Su metodología de implantación garantiza en primera instancia un mejoramiento continuo del proceso; no existe un final o meta máxima para las instituciones

que implanten esta metodología debido a que siempre habrá posibilidades de mejorar el proceso y obtener unos niveles más elevados de calidad.

La actitud ha sido definida bajo una gran gama de conceptos. Indudablemente que este es un tema de los más estudiados en el campo de las ciencias humanas, lo que explica la heterogeneidad de definiciones que se puede encontrar. A continuación se señalan en orden cronológico algunas de ellas:

"... la actitud corresponde a ciertas regularidades de los sentimientos, pensamientos y predisposiciones de un individuo a actuar hacia algún aspecto del entorno" Secord y Backman, (1964) en León y otros, (1988).

"La actitud es una predisposición aprendida para responder consistentemente de modo favorable o desfavorable hacia el objeto de la actitud" Fishbein y Ajzen, (1975) en Bolívar, (1995).

"... la actitud es una disposición fundamental que interviene en la determinación de las creencias, sentimientos y acciones de aproximación- evitación del individuo con respecto a un objeto." Cook y Selltiz, en Summers, (1976)

"La actitud es la disposición permanente del sujeto para reaccionar ante determinados valores" Marín, (1976)

"El concepto de actitud denota la suma total de inclinaciones y sentimientos, prejuicios o distorsiones, nociones preconcebidas, ideas, temores, amenazas y convicciones de un individuo acerca de cualquier asunto específico" Thurstone en Summers, (1976).

"...una multitud de términos aparentemente no relacionados como pulsión adquirida, creencia, reflejo condicionado, fijación, juicio, estereotipia, valencia, sólo para mencionar algunos son sinónimos funcionales del concepto de actitud". Kidder y Campbell, en Summers, (1976)

"...el término actitud hace referencia a un sentimiento general, permanente positivo o negativo, hacia alguna persona, objeto o problema" Petty y Cacioppo, (1981) en León y otros, (1998).

"Las actitudes son las disposiciones según las cuales el hombre queda bien o mal dispuesto hacia sí mismo y hacia otro ser...son las formas que tenemos de reaccionar ante los valores. Predisposiciones estables a valorar de una forma y actuar en consecuencia. En fin, son el resultado de la influencia de los valores en nosotros" Alcántara, (1988)

"La actitud es una tendencia psicológica que se expresa mediante la evaluación de una entidad (u objeto) concreta con cierto grado de favorabilidad o desfavorabilidad" Eagly y Chaiken, (1993) en Morales (1999).

"Una actitud es una orientación general de la manera de ser de un actor social (individuo o grupo) ante ciertos elementos del mundo (llamados objetos nodales)" Muchielli, (2001)

Estas son sólo algunas de las muchas definiciones que podemos encontrar sobre las actitudes; de todas ellas se pueden inferir una serie de aspectos fundamentales del enfoque popular que denota las actitudes en función de sus implicaciones individuales y sociales. Destacan entre estos aspectos:

1. Las actitudes son adquiridas. Toda persona llega a determinada situación, con un historial de interacciones aprendidas en situaciones previas Tejada y Sosa, (1997). Así, pueden ser consideradas como expresiones comportamentales adquiridas mediante la experiencia de nuestra vida individual o grupal.
2. Implican una alta carga afectiva y emocional que refleja nuestros deseos, voluntad y sentimientos. Hacen referencia a sentimientos que se reflejan en nuestra manera de actuar, destacando las experiencias subjetivas que los determinan; constituyen mediadores entre los estados internos de las personas y los aspectos externos del ambiente. Morales (1999)
3. La mayoría de las definiciones se centran en la naturaleza evaluativa de las actitudes, considerándolas juicios o valoraciones (connotativos) que traspasan la mera descripción del objeto y que implican respuestas de aceptación o rechazo hacia el mismo.

4. Representan respuestas de carácter electivo ante determinados valores que se reconocen, juzgan y aceptan o rechazan. Las actitudes apuntan hacia algo o alguien, es decir, representan entidades en términos evaluativos de ese algo o alguien. "...cualquier cosa que se puede convertir en objeto de pensamiento también es susceptible de convertirse en objeto de actitud" Eagly y Chaiken en Morales (1999)
5. Las actitudes son valoradas como estructuras de dimensión múltiple, pues incluyen un amplio espectro de respuestas de índole afectivo, cognitivo y conductual.
6. Siendo las actitudes experiencias subjetivas (internas) no pueden ser analizadas directamente, sino a través de sus respuestas observables.
7. La significación social de las actitudes puede ser determinada en los planos individual, interpersonal y social. Las actitudes se expresan por medio de lenguajes cargados de elementos evaluativos, como un acto social que tiene significado en un momento y contexto determinado. Eiser, (1989)
8. Constituyen aprendizajes estables y, dado que son aprendidas, son susceptibles de ser fomentadas, reorientadas e incluso cambiadas; en una palabra, enseñadas.
9. Están íntimamente ligadas con la conducta, pero no son la conducta misma; evidencian una tendencia a la acción, es decir, poseen un carácter preconductual.

Esta conceptualización proporciona indicios que permiten diferenciar las actitudes de elementos cercanos a ellas como son los valores, los instintos, la disposición, el hábito, entre otros. Las actitudes se diferencian de los valores en el nivel de las creencias que las componen; los valores trascienden los objetos o situaciones, mientras que las actitudes se ciñen en objetos, personas o situaciones específicas. Se diferencian de los instintos en que no son innatas sino adquiridas y no se determinan en un solo acto, como el caso de los instintos. Se distinguen de la disposición por el grado de madurez psicológica; la actitud es más duradera, la disposición es más volátil. "Hay toda una teoría de la disposición de la personalidad, pero aún hoy, no han explicado cómo es que el individuo pasa de la disposición a la acción". Pervin, (1994) en Carver y Scheiler, (1997). La actitud difiere de la aptitud en el grado de la integración de las distintas disposiciones. La aptitud es la integración de varias disposiciones; la actitud es la unión de varias aptitudes, lo que se expresa con una fuerte carga emocional. Por su parte el hábito, referido a acción, se integra a las aptitudes para brindar mayor solidez y estructura funcional a las actitudes. Alcántara (1988).

Al amparo de este marco conceptual, conviene señalar la gran importancia que ha acaparado este concepto de estudio del campo de la Psicología y su estrecha relación con los nuevos enfoques que se le ha brindado a la Pedagogía, como una salida a la necesidad de la creación de actitudes y disposiciones para responder a los cambios que caracteriza la dinámica de la

Así, "las actitudes" siendo uno de los principales constructos de la Psicología Social, ha ido alcanzado una gran implicación en el campo educativo.

2.2.2.1 Componentes de las actitudes

Como ya se ha indicado, la condición de las actitudes como estado psicológico interno constituye la mayor dificultad para su estudio y determinación de manera directa.

Sin embargo existe consenso en considerar su estructura de dimensión múltiple como vía mediante la cual se manifiestan sus componentes expresados en respuestas de tipo cognitivo, afectivo y conativo como se plasma en la figura 3.

"La coexistencia de estos tres tipos de respuestas como vías de expresión de un único estado interno (la actitud), explica la complejidad de dicho estado y también que muchos autores hablen de los tres componentes o elementos de la actitud" Morales (1999).

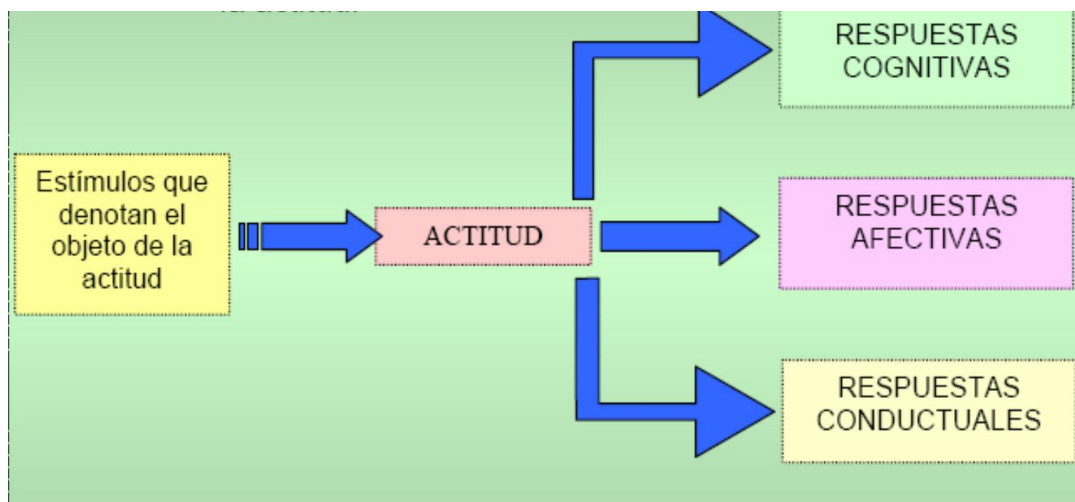


Figura 1 Las tres respuestas donde se manifiesta la actitud.

Fuente Morales (1999)

- Los **Componentes Cognitivos** incluyen el dominio de hechos, opiniones, creencias, pensamientos, valores, conocimientos y expectativas (especialmente de carácter evaluativo) acerca del objeto de la actitud. Destaca en ellos, el valor que representa para el individuo el objeto o situación.
- Los **Componentes Afectivos** son aquellos procesos que avalan o contradicen las bases de nuestras creencias, expresados en sentimientos evaluativos y preferencias, estados de ánimo y las emociones que se evidencian (física y/o emocionalmente) ante el objeto de la actitud (tenso, ansioso, feliz, preocupado, dedicado, apenado...)
- Los **Componentes Conativos**, muestran las evidencias de actuación a favor o en contra del objeto o situación de la actitud, amén de la

ambigüedad de la relación "conducta-actitud". Cabe destacar que éste
 Tesis publicada con autorización del autor
 No olvide citar esta tesis

UNFV

es un componente de gran importancia en el estudio de las actitudes que incluye además la consideración de las intenciones de conducta y no sólo las conductas propiamente dichas.

Todos los componentes de las actitudes llevan implícito el carácter de acción evaluativa hacia el objeto de la actitud. De allí que una actitud determinada predispone a una respuesta en particular (abierta o encubierta) con una carga afectiva que la caracteriza. Frecuentemente estos componentes son congruentes entre sí y están íntimamente relacionados; "... la interrelación entre estas dimensiones: los componentes cognitivos, afectivos y conductuales pueden ser antecedentes de las actitudes; pero recíprocamente, estos mismos componentes pueden tomarse como consecuencias. Las actitudes preceden a la acción, pero la acción genera/refuerza la actitud correspondiente" Bolívar, (1995)

Por otra parte es conveniente insistir que la consideración de los tres tipos de respuestas (componentes), no significa de ninguna manera que la actitud pierda su carácter de variable unitaria. Como ya se ha señalado, la actitud es la condición interna de carácter evaluativo y tal como indican diversos autores las respuestas cognitivas, afectivas y conativas no son más que su expresión externa.

En este sentido, Brecler (1984) en Morales (1999), presenta dos premisas fundamentales:

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

UNFV

a) Cualquier actitud se puede manifestar a través de tres vías que se diferencian entre sí, pero que convergen porque comparten un sustrato o base común, ya que todos representan la misma actitud.

b) Cada tipo de respuesta se puede medir con la utilización de diferentes índices; la relación entre los índices diferentes de la misma respuesta debe no sólo ser positiva sino también intensa.

Estas premisas representan dos importantes fundamentos de la concepción estructural de las actitudes, que ha facilitado su estudio y el desarrollo de toda una teoría que busca explicar la relación entre los componentes cognitivos, afectivos y conativos.

2.2.2.2 La Actitud como variable continúa

Considerando la "cierta estabilidad" de las actitudes, conviene relacionarlas con dos ideas de gran importancia para la Psicología de la Personalidad: las Tipologías y los Rasgos. Toda una teoría en torno a éstas, ha tratado de explicar las características de las personas Carver y Scheiler, (1997).

Las teorías de la Tipología por su parte, han mantenido una diferenciación de las personas basada en categorías discontinuas y excluyentes, por ejemplo: introvertido-extrovertido. Contrariamente, las Teorías de los Rasgos suponen que las diferencias de las personas se estructuran en variables o dimensiones continuas.

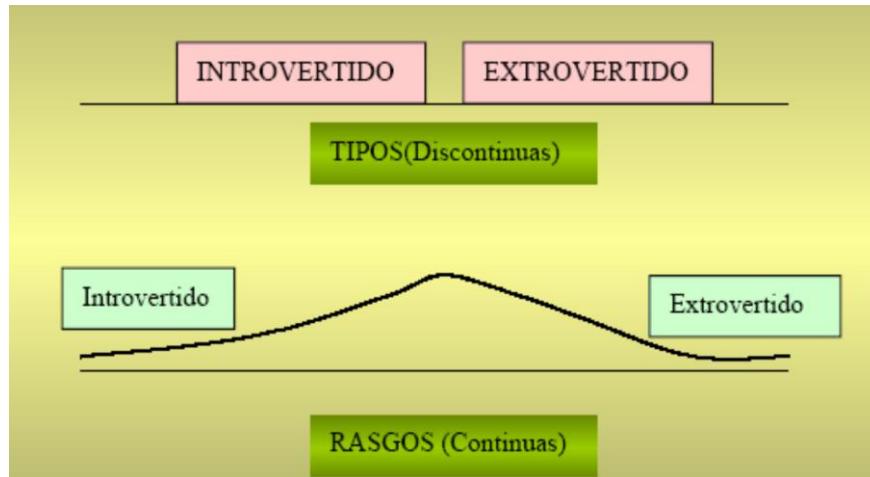


Figura 2 Tipos y rasgos

Fuente: Carver & Scheiler, (1997).

Estimando los rasgos como "... estructura disposicional estable y generalizada que inclina al individuo hacia cierto tipo de repuestas, entonces podemos decir que rasgo y actitud consolidada, se identifican" *Alcántara, (1988)*

Es así como aceptaremos considerar las actitudes (en correspondencia con los rasgos) como dimensiones continuas (Figura N° 5), susceptibles de variabilidad, no sin antes aclarar que:

- Los rasgos no aportan información de su génesis, en el modo que lo hacen las actitudes.
- Toda actitud puede llamarse rasgo, pero no todo rasgo es una actitud (por ejemplo, los rasgos físicos)
- La actitud expresa operatividad; el rasgo estaticidad. (Idem)

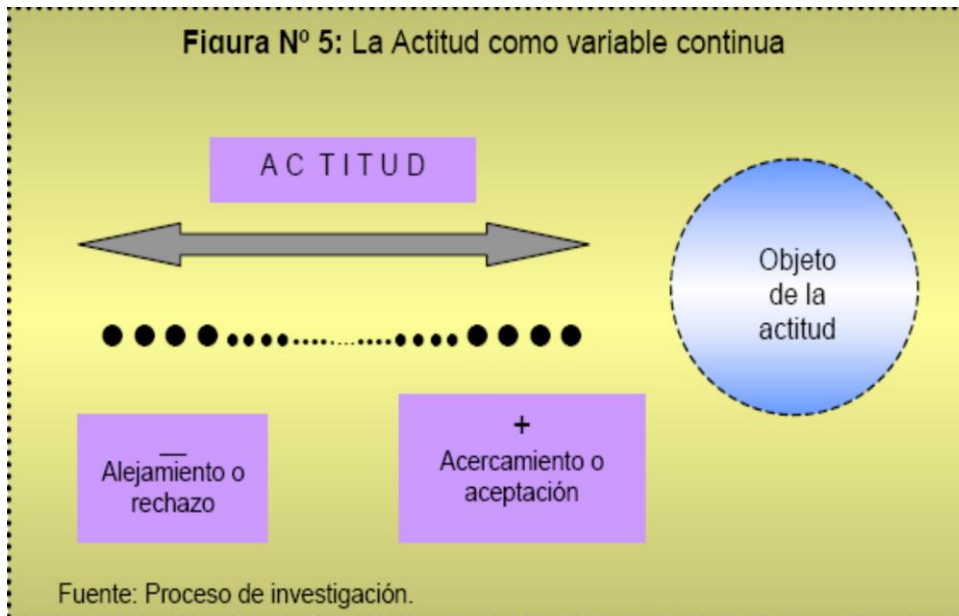


Figura 3 La actitud como variable continúa

Bajo esta concepción y en un todo de acuerdo con diversos autores e investigadores de las actitudes, es posible distinguir los siguientes elementos que las caracterizan:

- **Signo:** las actitudes se diferencian en, buenas o positivas si se dirigen a los valores; malas o negativas si se disponen a actos contrarios a nuestra naturaleza y nos orientan hacia los contravalores o si nos alejan de los objetos y situaciones que representan valores con cierto nivel de intersubjetividad social.
- **Dirección:** que se deriva del signo de la actitud y que se evidencia con el acercamiento/aceptación o con el alejamiento/rechazo hacia el objeto de la actitud. Se indica en términos bipolares (acepto/rechazo, positiva/negativa).

Magnitud o intensidad: que se refleja por el grado de acercamiento/aceptación o alejamiento/rechazo hacia el objeto o situación de la actitud. Queda indicada por el nivel de polarización de la actitud.

Producto de la concepción de las actitudes como variables continuas, configuradas por componentes cognitivos, afectivos y conativos aparece la consideración de tres características importantes de este concepto: la bipolaridad, la consistencia y la ambivalencia actitudinal.

El uso del término "**polaridad**" depende de la conceptualización de la actitud en estudio y de la dimensionalidad que se le infiere. Por ejemplo, la actitud hacia la enseñanza de la matemática pudiera ser considerada de carácter unidimensional en el sentido en que se refiere a las conductas de acercamiento o alejamiento, aceptación o rechazo, en ambos casos, hacia el mismo proceso. Sin embargo en Morales (1999) aclara la dificultad de la aplicación de este enfoque a actitudes significativas como las "actitudes políticas", pues éstas no parecen ser unidimensionales. Así el hecho de mostrar una actitud favorable hacia una posición política en particular, no significa que niegue o rechace los principios y/o postulados de la otra; es decir las creencias que determinan su posición hacia un polo, no son en esencia, contrarias a las que sustenta el otro, sencillamente son diferentes. De esta manera la posición adoptada depende de los "referentes criterios" que asumimos para fijar nuestra posición; "... en aquellas actitudes en las que las personas tienen referentes criterios sólo o

predominantemente positivos, no se puede mantener la idea de la unidimensionalidad y bipolaridad actitudinal" Morales (1999)

En torno a la "**consistencia**", dado que se acepta que la actitud puede ser reflejada mediante tres formas distintas, resulta lógico pensar que tales formas son congruentes y que sus expresiones coinciden en la dirección y en el sentido que muestran de la actitud en estudio. En tal caso, tanto las evaluaciones parciales de cada uno de los componentes como la evaluación global de la actitud, deben armonizar de manera que garantice la consistencia actitudinal.

En Morales (1999), es posible encontrar diversos tipos de consistencia entre los tres componentes, que teóricamente deben ser congruentes. Sin embargo, a manera de ejemplo, en la práctica es posible encontrar personas que aun cuando expresan estar conscientes de los daños que causa el consumo del cigarrillo, continúan fumando. Conductas como éstas, reflejan niveles de inconsistencia en la dimensión evaluativo-cognitiva (creencias y evaluación global de la actitud). Destacan los autores que las razones de esta inconsistencia surgen principalmente de dos fuentes:

- Por una parte, aceptando la concepción estructural de las actitudes, se comprende que es posible la creación y desarrollo de actitudes derivadas de experiencias afectivas o de intercambios de

carácter conductual con el objeto de la actitud. Así, tal como señala Morales (1999), la fuerza y estabilidad de tales actitudes no depende del sistema de creencias sino de la intensidad de la carga afectiva de dicho objeto actitudinal; es decir, la estabilidad de la actitud depende más de factores afectivos que de factores cognitivos.

- En segundo lugar, es comprensible que las personas carezcan de creencias sobre un objeto en particular, si no tienen o han tenido ningún tipo de experiencia y/o contacto con el mismo.

La importancia de la dimensión evaluativo-cognitiva, radica en la estabilidad que proporciona a la actitud, el sistema de creencias sobre el objeto actitudinal. Consecuentemente, "...las actitudes inconsistentes por esta causa cumplen de manera deficitaria la función fundamental de toda actitud, que es la orientación de la persona en su mundo social" Morales (1999)

La **"ambivalencia actitudinal"** representa un caso especial de inconsistencia. Puede ocurrir entre las creencias; por ejemplo una persona puede expresar que fumar es dañino, pero que en su círculo de amistades es considerado agradable (socialmente). En este caso estaremos en presencia de una ambivalencia cognitiva. De igual forma, es posible que ocurra entre afectos o sentimientos; por ejemplo se puede admirar a alguien a quien se teme, en cuyo caso estaremos ante una ambivalencia afectiva.

La importancia de considerar la ambivalencia, radica en el hecho de que ésta repercute en la estabilidad de las actitudes y afecta la relación que se mantiene entre ella y la conducta. Así, las actitudes inestables (ambivalentes) son influenciadas por los contextos y momentos, que en unos casos, hacen más accesibles las características positivas del objeto actitudinal generando determinadas conductas, pero que en otros permiten la afluencia de las condiciones negativas que inducen otro tipo de conductas respecto al mismo objeto. Por ejemplo, un fumador que se encuentra en la sala de no fumadores de un restaurant, evita encender un cigarrillo; sin embargo al salir, el aire libre de la calle le incita a encenderlo.

En conclusión, los aspectos expuestos fundamentan la concepción de las actitudes como tendencias de aceptación o rechazo, acercamiento o evitación, disposición favorable o desfavorable; lo que permite adscribirlas a un continuo bipolar que se despliega en ambos sentidos variando la intensidad del atributo en estudio. En otras palabras, la actitud puede ser concebida como una variable continua.

Finalmente y como punto aclaratorio, debido al uso indiferenciado de los términos "actitud/actitudes", conviene destacar que "... una actitud se representa como un punto en el continuo de actitud. Consecuentemente, hay un número infinito de actitudes. Sin embargo en la práctica no diferenciamos tan finamente"

Las actitudes se aprenden y se cambian:

Dado que en el ámbito de los valores y actitudes se mezclan los planos individual y social, las distintas teorías sobre la conducta se han orientado en estas dos perspectivas. La primera de ellas, la perspectiva Psicológica explica las actitudes como gustos, preferencias e inclinaciones, aversiones, que se derivan de las experiencias personales; la segunda, la perspectiva Sociológica las concibe como producto de la interacción social y como valores y actitudes socialmente compartidos. Es decir, estas perspectivas fluctúan entre el subjetivismo (valoración, gusto o interés individual) y la consideración de valores que merecen ser defendidos socialmente. Bolívar, (1995)

2.2.2.3 Calidad de servicio

Según Charles D. Zimmermann y John W. (1993) el concepto de calidad deservicio parte de la “aptitud para el uso”. Las empresas de servicios (bancos, compañías de seguros, empresas de transportes, hospitales y otras organizaciones) están todas comprometidas en servir a los seres humanos. La relación es constructiva solo si el servicio responde a las necesidades del cliente, en precio, plazo de entrega y adecuación a sus objetivos. El grado en el que el servicio satisface con éxito las necesidades del cliente, a medida que se presta, es lo que se llamó “aptitud para el uso”.

Dado el interés creciente de las empresas por la *Calidad*, concepto ampliamente utilizado con múltiples definiciones y con un difícil consenso

en su conceptualización, nos vemos en la necesidad de señalar una breve revisión de su evolución ligada al desarrollo de diversas técnicas de gestión de calidad, debido a los continuos cambios producidos en este mercado competitivo, donde es necesario estrategias de calidad como herramientas básicas para su orientación en la optimización de los recursos disponibles para el mantenimiento y mejora de sus actividades. Para ello es necesario delimitar el concepto de calidad con el concepto de *satisfacción* del consumidor dada la relación existente entre ambos constructos, a pesar de sus diferentes evoluciones.

En primer lugar, es importante, antes de comenzar con los distintos modelos, revisar los significados generales que ha ido adquiriendo este término, de acuerdo con Reeves y Bednar (1994) se podría determinar cuatro perspectivas básicas en el concepto de calidad, coexistiendo en la actualidad, tales como:

- Calidad **como** excelencia. De acuerdo al término, las organizaciones de servicios deben conseguir *el mejor de los resultados*, en sentido absoluto. Sin embargo, debido a su subjetividad, es difícil entender qué se considera como *excelente*, ya que sería necesario marcar unas directrices claras para conseguir ese nivel exigido.
- Calidad **como** ajuste a las especificaciones. Tras la necesidad de estandarizar y especificar las normas de producción se desarrolló esta nueva perspectiva, que pretendía asegurar una precisión en la fabricación de los productos, esto permitió el desarrollo de una

definición de calidad más cuantificable y objetiva. Desde esta perspectiva, se entiende la calidad como medida para la consecución objetivos básicos, tales como, poder evaluar la diferencia existente entre la calidad obtenida en distintos períodos, para así poder obtener una base de comparación y determinar las posibles causas halladas bajo su diferencia, con la dificultad que esta evaluación es desde el punto de vista de la organización y no del propio usuario o consumidor.

- Calidad **como** valor, se hace referencia al hecho de que no existe el mejor bien de consumo o servicio en sentido absoluto, dependiendo de aspectos tales como precio, accesibilidad, etc. Se puede definir como *lo mejor para cada tipo de consumidor*. En este sentido, las organizaciones consideran una eficiencia interna y una efectividad externa, es decir, deben analizar los costes que supone seguir unos criterios de calidad y, al mismo tiempo, satisfacer las expectativas de los consumidores o usuarios, teniendo en cuenta la dificultad existente en valorar estos elementos, ya que son dinámicos, varían con el tiempo. Es difícil identificar qué características son importantes para cada consumidor.
- **Calidad como satisfacción de las expectativas de los usuarios o consumidores**. Definir la calidad como el grado en que se atienden o no las expectativas de los consumidores o usuarios supone incluir factores subjetivos relacionados con los juicios de las personas que reciben el servicio. Es una definición basada en la percepción de los

clientes y en la satisfacción de las expectativas, esto es importante para conocer qué necesitan los usuarios y los consumidores. Sin embargo, hay que tener en cuenta que esta medida es la más compleja de todas, ya que las personas pueden dar distinta importancia a diferentes atributos del producto o servicio y es difícil medir las expectativas cuando los propios usuarios y consumidores a veces, no las conocen de antemano, sobre todo cuando están ante un producto o servicio de compra o uso poco frecuente (Martínez-Tur, Peiró y Ramos, 2001).

Podemos apreciar en las tres primeras perspectivas el énfasis en la conceptualización y operacionalización de la calidad, preocupándose en la consecución de unos estándares o criterios objetivos, aspectos cuantificables con los que poder funcionar internamente en las organizaciones Qualls y Rosa, (1995). Sin embargo, en la actualidad se le da gran importancia al análisis de las actitudes y del comportamiento de los usuarios, interviniendo factores emocionales y juicios subjetivos, dinámicos, difíciles de encasillar en criterios o especificaciones de calidad fijos.

Por ello se evoluciona hacia una perspectiva más externalista, la perspectiva de los consumidores y usuarios, donde se incorporan variables como las expectativas y las percepciones, esta segunda visión es la que se asocia a la calidad de servicio Tse, Nicosia & Wilton, (1990).

Esto permite abrir nuevos horizontes hacia una investigación psicosocial, dado el interés en el sector terciario de aspectos propios del comportamiento humano, tales como, expectativas, percepciones, interacción, habilidades sociales, etc.

2.2.2.4 Relación entre calidad y satisfacción.

Dado que ambos conceptos están interrelacionados, incluso algunos autores consideran ambos constructos como sinónimos (Liljander, 1994), que sugiere que los modelos de satisfacción pueden ser denominados de calidad de servicio percibida ya que lo que se estudia es un servicio y no un bien de consumo; otros autores, destacan que los profesionales centrados en la intervención no tienen que diferenciar entre ambos conceptos Dabholkar, (1995).

Pero a pesar que en ambos casos hablamos de evaluaciones subjetivas por parte de los consumidores o usuarios, es importante destacar ciertas diferencias, señalando que las investigaciones realizadas sobre satisfacción se han centrado en las evaluaciones posterior al consumo o compra, mientras que la investigaciones sobre actitudes han enfatizado la atención en evaluaciones anterior a la decisión de consumo o compra.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

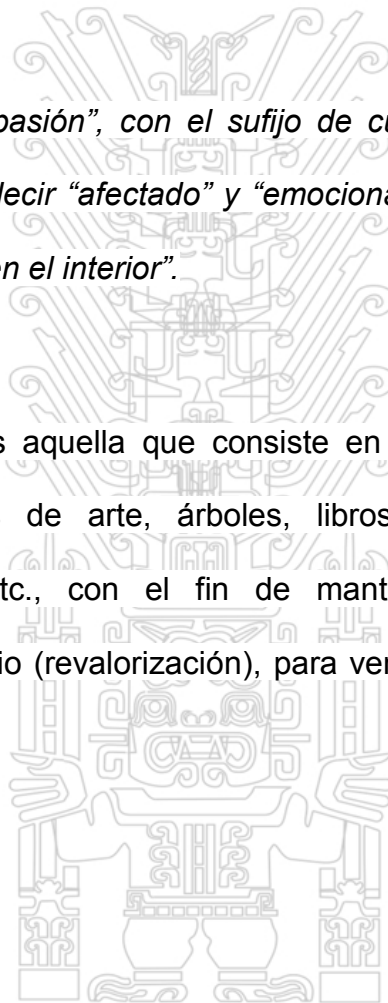
1. Inteligencia emocional.- Es un término acuñado por dos psicólogos de la Universidad de Yale (Salovey & Mayer, 2008) y difundida mundialmente por el psicólogo, filósofo y periodista Daniel Goleman (2007), se define como la capacidad de sentir, entender, controlar y modificar los estados anímicos propios y ajenos.
2. Componente intrapersonal.- Es la capacidad de ver con realismo y veracidad cómo somos y qué queremos, y de entender cabalmente cuáles son nuestras prioridades y anhelos, para así actuar en consecuencia.
3. Componente interpersonal.- Es la que nos permite entender a los demás. La inteligencia interpersonal es mucho más importante en nuestra vida diaria que la brillantez académica, porque es la que determina la elección de la pareja, los amigos y, en gran medida, nuestro éxito en el trabajo o en el estudio.
4. Adaptabilidad. Proceso por el cual un grupo o un individuo modifica sus patrones de comportamiento para ajustarse a las normas imperantes en el medio social en el que se mueve;

5. Estrés. El estrés es un sentimiento de tensión física o emocional. Puede provenir de cualquier situación o pensamiento que lo haga sentir a uno frustrado, furioso o nervioso.
6. Estado de ánimo. El estado de ánimo es una actitud o disposición emocional en un momento determinado. No es una situación emocional transitoria. Es un estado, una forma de permanecer, de estar, cuya duración es prolongada y destiñe sobre el resto del mundo psíquico.
7. Calidad de servicio. Entendida como satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente o, expresado en palabras de J. M. Juran, como aptitud de uso.
8. Confiabilidad. La confiabilidad se refiere a la consistencia de los resultados. En el análisis de la confiabilidad se busca que los resultados de un cuestionario concuerden con los resultados del mismo cuestionario en otra ocasión. Si esto ocurre se puede decir que hay un alto grado de confiabilidad. También se habla de confiabilidad cuando dos o más evaluadores evalúan al mismo estudiante sobre el mismo material y se obtienen puntuaciones semejantes.
9. *Responsabilidad*. La responsabilidad es el cumplimiento de las obligaciones o cuidado al hacer o decidir algo, o bien una forma de responder que implica el claro conocimiento de que los resultados de cumplir o no las obligaciones, recaen sobre uno mismo.

10. Seguridad. Ausencia de riesgo o a la confianza en algo o en alguien. Sin embargo, el término puede tomar diversos sentidos según el área o campo a la que haga referencia en la seguridad. En términos generales, la seguridad se define como "el estado de bienestar que percibe y disfruta el ser humano".

11. Empatía. Significa "pasión", con el sufijo de cualidad "eia" del adjetivo "empathes", quiere decir "afectado" y "emocionado" con el prefijo griego "en", indica que es "en el interior".

12. Bienes tangibles. Es aquella que consiste en comprar **bienes** físicos, como sellos, obras de arte, árboles, libros, documentos, metales preciosos, joyas, etc., con el fin de mantenerlos esperando que incrementen su precio (revalorización), para venderlos con posterioridad y obtener beneficios.



2.4. HIPÓTESIS

2.4.1. Hipótesis General

H₁: Existe relación significativa entre la inteligencia emocional y la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

H₀: No existe relación significativa entre la inteligencia emocional y la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

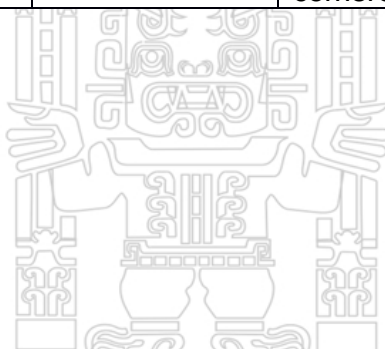
2.4.2. Hipótesis Específica

- Existe relación significativa entre el componente y sub componente interpersonal y la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.
- Existe relación significativa entre el componente y sub componente intrapersonal y la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.
- Existe relación significativa entre el componente y sub componente adaptabilidad y la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.
- Existe relación significativa entre el componente y sub componente manejo del estrés y la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.
- Existe relación significativa entre el componente y sub componente estado de ánimo y la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

2.4.3. Variables e indicadores

Variabes	Definición	Dimensiones	Indicadores
Independiente Inteligencia Emocional	Daniel Goleman (1995) La inteligencia emocional es la capacidad para reconocer sentimientos propios y ajenos, y la habilidad para manejarlos	Interpersonal	- Empatía - Relaciones interpersonales - Responsabilidad social
		Intrapersonal	- Comprensión de sí mismo. - Asertividad - Autoconcepto - Autorrealización - Independencia
		Adaptabilidad	- Solución de problemas - Prueba de la realidad - Flexibilidad
		Manejo del estrés	- Tolerancia al estrés - Control de impulsos
		Estado de ánimo general	- Felicidad - Optimismo
Dependiente Actitud a la calidad de servicio	John Tschohl (2001) el cual define la Calidad de Servicio como la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes	Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de confiabilidad	Cuando la tienda comercial promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple Cuando Ud. Tiene un problema, la tienda comercial muestra sincero interés por resolverlo. La tienda comercial desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez La tienda comercial proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo La tienda comercial mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios
		Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de responsabilidad	Los empleados de la tienda comercial le brindan el servicio con prontitud Los empleados de la tienda comercial siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes Los empleados de la tienda comercial nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente
		Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de	El comportamiento de los empleados de la tienda comercial le inspira confianza Se siente seguro al realizar transacciones con la tienda

		seguridad	comercial Los empleados de la tienda comercial lo tratan siempre con cortesía Los empleados de la tienda comercial cuentan con el conocimiento para responder sus consultas
		Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de empatía	La tienda comercial le brinda atención individual La tienda comercial cuenta con empleados que le brindan atención personal La tienda comercial se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes Los empleados de la tienda comercial entienden sus necesidades específicas
		Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de bienes tangibles	La apariencia de los equipos de la tienda comerciales moderna. Las instalaciones físicas de la tienda comercial son visualmente atractivas. La presentación de los empleados de la tienda comerciales buena. Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de la tienda comercialización visualmente atractivos. Los horarios de actividades de la tienda comercial son convenientes.



CAPITULO III METODOLOGIA

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación desarrollado fue el Básico, Descriptivo y Correlacional.

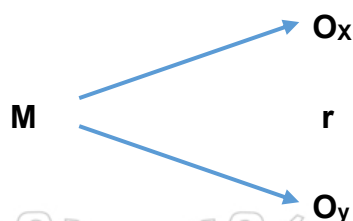
Siendo Básico porque busca verificar, constatar y extender la teoría, de este modo no se ocupa de las aplicaciones prácticas que puedan hacer referencias los análisis teóricos.

Es descriptivo por cuanto se describen los hechos como son observados, en la relación entre las variables de estudio.

El presente estudio se desarrollará como una investigación de tipo descriptiva - correlacional; llamadas también investigaciones diagnósticas, consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores y debido a las características del problema de investigación donde se plantea como se relaciona la inteligencia emocional con la actitud de calidad de servicio atención de los trabajadores de las tiendas comerciales con sede en Pucallpa. Será Correlacional, debido a que se medirá el grado de relación existente entre las variables.

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño específico que corresponde al trabajo de investigación será el Correlacional Causal Ex Post Facto, cuyo esquema es el siguiente



Dónde:

M = Muestra de estudio de Trabajadores de Tiendas Sucursales Oschle – Sede Pucallpa

X = Inteligencia Emocional

y = Actitud a la Calidad de Servicio

r = Coeficiente de correlación.

La investigación es descriptiva - correlacional lo que permitirá detallar las causas de desarrollo esencial y estratégico de las capacidades de Inteligencia Emocional en los trabajadores de las Tiendas Comerciales con sede en Pucallpa; y conocer de cómo viene incidiendo directamente sobre el ejercicio de actitudes profesionales y personales de los mismos trabajadores en relación con el desempeño de su calidad de servicio.

De esta manera se busca conocer la relación causa – efecto entre las variables de estudio, pero mediante una investigación de carácter ex – post facto por cuanto asimismo resulta apropiada para establecer posibles relaciones de causa-efecto observando que ciertos hechos han ocurrido y

buscando en el pasado los factores que los hayan podido ocasionar. Se

diferencia del verdadero experimento en que en éste la causa se introduce en un momento determinado y el efecto se viene a observar algún tiempo después.

Para el desarrollo del presente estudio se empleó el diseño de investigación no experimental, específicamente de tipo descriptivo – correlacional, considerando que se miden y describen las variables, utilizando los principales estadígrafos (frecuencias, medidas de tendencia central y de variabilidad) de la estadística descriptiva, luego se mide el grado de asociación entre las variables del estudio (coeficiente de pearson) y por último se determina estadísticamente la relación de influencia causal significativa entre ellas utilizando pruebas de hipótesis.

3.3. NIVEL DE INVESTIGACION

El nivel de la investigación es descriptiva, Sánchez Carlessi H. y Reyes Meza C. (2006), refiere “son aquellas que actúan en el presente y sobre dos variables de tipo dependiente (V.D.) Miden y evalúan con precisión el grado de relación que existe entre dos conceptos o variables en un grupo de sujetos durante la investigación. La correlación puede ser positiva o negativa. Exigen el planteamiento de hipótesis que se comprobarán o no. Su utilidad radica en saber cómo se puede comportar un concepto o variable, conociendo el comportamiento de otra variable relacionada. Tienen en cierto sentido un valor explicativo, aunque parcial.

3.4. POBLACION Y MUESTRA

La población y muestra en la presente investigación estará conformado por todos los trabajadores de las tiendas comerciales con sede en la ciudad de Pucallpa, el muestreo será intencionado.

Tabla 1. Población de trabajadores tiendas comerciales con sede en la ciudad de Pucallpa

CARGO	SEXO		TOTAL
	Masculino	Femenino	
Gerente	3	2	5
Administrador (a)	4	1	5
Gerente de línea	6	4	10
Contador (a)	4	6	10
Secretaria	0	20	20
Pagadores	4	16	20
Agentes vendedores	20	34	54
TOTAL	41	83	124

Fuente: Registro de asistencia

3.5. INSTRUMENTOS Y TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS

Como técnica de recolección de datos se empleó dos encuestas referentes a cada dimensión.

3.5.1. Actitud de la calidad de Servicio

Validez y confiabilidad del instrumento

El cuestionario de encuesta se aplicó en base a 21 preguntas adaptado del SERVQUAL, sobre un total de 124 empleados de la tienda comercial

con sede en Pucallpa; pudiendo determinar la validez objetiva de las

preguntas aplicadas acorde con las variables y dimensiones definidas de la investigación sobre el problema tratado. La validación de instrumentos lo he llevado a cabo, bajo el siguiente procedimiento:

Procedimiento para la evaluación de la validez de apariencia y de contenido:

Para comprobar la validez de contenido en relación a la adhesión y rigor con que el instrumento se aplicará al entorno teórico en el que se insertan las categorías estudiadas, efectué una validación referente al dominio teórico-lógico mediante el procedimiento de validación interjueces. Para ello seleccioné a tres jueces expertos de reconocida trayectoria y experiencia en Metodología de Investigación Científica, que de forma voluntaria aceptaron evaluar el contenido de dicho instrumento como indicador para la obtención de datos utilitarios para los fines de la investigación. A los jueces, se les remitió en sobre un documento informativo sobre los objetivos y características de la investigación y el interés en su valoración crítica y observaciones sobre el instrumento en cuestión. Se entregó una copia del cuestionario y se acompañó además de una encuesta para su calificación. Ésta encuesta recogió las tres dimensiones o categorías de juicio, a saber: pertinencia, relevancia, y claridad del orden y contenido del instrumento de encuesta aplicada a los elementos de la muestra de estudio seleccionada.

Cada dimensión se calificó atendiendo a la escala: 1 al 7; dejándose a criterio otras opciones a responder según el tipo de pregunta calculada.

Se tomó el criterio para considerar como válidos los resultados de la evaluación de las preguntas e ítems, en que las respuestas de los jueces ostenten un nivel de acuerdo igual o mayor al 70 %.

Los resultados de acuerdo a cada sub variable son los siguientes:

Percepción sobre la Calidad de Servicio

Nivel ALTO	107	-	147
Nivel PROMEDIO	60	-	106
Nivel BAJO	21	-	59

Indicadores por áreas:

Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de confiabilidad (05 ítems)

Nivel ALTO	25	-	35
Nivel PROMEDIO	14	-	24
Nivel BAJO	05	-	13

Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de responsabilidad (03 ítems)

Nivel ALTO	14	-	21
Nivel PROMEDIO	09	-	13
Nivel BAJO	00	-	08

Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de seguridad (04 ítems)

Nivel ALTO	20	-	28
Nivel PROMEDIO	11	-	19
Nivel BAJO	00	-	10

Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de empatía (04 ítems)

Nivel ALTO	20	-	28
Nivel PROMEDIO	11	-	19
Nivel BAJO	00	-	10

Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de bienes tangibles (05 ítems)

Nivel ALTO	25	-	35
Nivel PROMEDIO	14	-	24
Nivel BAJO	05	-	13

Análisis de la confiabilidad del cuestionario

Se aplicaron las encuestas a 124 empleados de las tiendas comerciales con sede en la ciudad de Pucallpa.

Para la determinación de la confiabilidad del instrumento, se aplicó el análisis de la consistencia interna, mediante el cálculo de los coeficientes de correlación de Person ítem–total. Se calculó así el coeficiente alfa de Cronbach para analizar la fiabilidad, en tanto éste refleja la verdadera variabilidad observada entre los individuos y que no puede ser atribuida a los errores de medida. También se consideró la ventaja que ofrece el cálculo del coeficiente alfa de Cronbach al requerir de una sola aplicación del instrumento de medición. Este coeficiente se mueve en el rango de valores de 0 a 1, donde 0 representa una fiabilidad nula o inexistente, y 1 significa la fiabilidad total. El análisis de los datos se realizó valiéndose del programa estadístico SPSS 21.0.

Validez de apariencia y de contenido

El porcentaje de jueces que evaluaron el instrumento de mucho cada uno de los ítems y el cuestionario, atendieron la escala de calificación contenida en los principios de Moriyama, conforme a la tabla 1.

Efectuando una simulación básica de la validez y confiabilidad de las encuestas formuladas, se observa un acuerdo positivo entre los 3 expertos en la escala de 'mucho' en cuanto a la claridad en la definición de los términos que se aplican a la pregunta de los ítems 1 y 21. El resto de los ítems reúne o rebasa el 70 % de acuerdo mínimo en dicha escala, establecido por Moriyama. La valoración de conjunto de todos los ítems contenidos en el cuestionario refleja un consenso superior al 70 % de los jueces en la escala de mucho, para todos los indicadores evaluados, lo cual califica al cuestionario como un instrumento válido por su contenido, a juicio de los expertos, para evaluar la situación de estudio investigado.

Correlaciones y consistencia interna de los ítems

Los ítems que conforman el instrumento muestran correlaciones positivas entre sí. Las calificaciones de los ítems aparecen directamente correlacionadas con la puntuación total del instrumento, siendo estas correlaciones significativas.

Tabla 2. Porcentaje de acuerdo entre los expertos en la escala de 'mucho'

Ítems	Principios de Moriyama			
	Razonable y comprensible	Sensible a variaciones	Suposición justificable	Claramente definido
Ítem 1-2	77,7	66,6	88,8	55,5
Ítem 3-5	88,8	77,7	100,0	66,6
Ítem 6-8	77,7	66,6	88,8	44,4
Ítem 9-12	100,0	88,8	100,0	88,8

Ítem 13-16	100,0	66,6	88,8	100,0
Ítem 17-18	88,8	66,6	77,7	88,8
Ítem 19-21	100,0	66,6	100,0	88,8
Cuestionario	88,8	77,7	100,0	77,7
Encuesta				

N=3 jueces

Tabla 3. Correlaciones entre los ítems del cuestionario

Ítems	1	2	3	4	5	6	7	ICT (total)
Ítem 1-2	1,000	0,494*	0,482*	0,376	0,163	0,175	0,319	0,694**
Ítem 3-5		1,000	0,376	0,425*	0,290	0,445*	0,569**	0,773**
Ítem 6-8			1,000	0,331	0,178	0,351	0,229	0,660**
Ítem 9-12				1,000	-0,039	0,491*	0,099	0,527**
Ítem 13-16					1,000	0,449*	0,459*	0,524**
Ítem 17-18						1,000	0,337	0,678**
Ítem 19-21							1,000	0,610**
Cuestionario o Encuesta								1,000

* Correlación significativa ($p < 0,05$)

** Correlación significativa ($p < 0,01$)

El análisis de la fiabilidad basado en la consistencia interna de los ítems y/o preguntas de un instrumento, permite estudiar las propiedades de las escalas de medición y los elementos que la constituyen, propiciando información sobre las relaciones entre estos últimos. El modelo que utilicé (alfa de Cronbach) se basa en la correlación promedio entre los elementos; dando por resultado igual o superior a 0,7; lo que puede ser considerado como razonable o satisfactorio.

El instrumento demostró una confiabilidad satisfactoria, con un alfa de Cronbach de 0,782. La consistencia interna de los ítems mostró

resultados de este coeficiente superiores a 0,7 en cada pregunta del instrumento.

Los resultados de los coeficientes de confiabilidad (alfa de Cronbach) obtenidos en el estudio, fueron los siguientes:

Tabla 4. Análisis de fiabilidad del instrumento (modelo alfa)

Preguntas del cuestionario	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación de elemento-se corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
1-3	36,88	31,071	0,460	0,387	0,768
4-6	40,46	37,650	0,469	0,418	0,769
7-9	40,50	35,652	0,679	0,547	0,752
10-11	41,88	31,158	0,454	0,394	0,769
12-13	39,38	36,679	0,296	0,473	0,781
14-17	40,58	34,080	0,399	0,586	0,771
18	38,54	31,824	0,571	0,572	0,746
19	42,00	36,261	0,534	0,777	0,761
20	41,88	38,114	0,292	0,430	0,780
21	42,17	30,841	0,665	0,833	0,733
Cuestionario		Alfa de Cronbach (0,782)		Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados (0,810)	

Finalmente cabe señalar que el instrumento en su conjunto, bajo el estudio simulativo aplicado, reveló tener validez de apariencia y contenido a criterio de los expertos de forma general. La encuesta mostró una confiabilidad satisfactoria a partir del análisis de la consistencia de instrumento. Estos resultados apuntan a las potencialidades futuras del uso de este instrumento en investigaciones

3.5.2. Test de I-CE de Varón: Inteligencia Emocional

Mediante este test se determinara las dimensiones de la Inteligencia Emocional y se aplicara la siguiente escala:

a) Percepción sobre la Inteligencia emocional (PROMEDIO)

C.E. por Mejorar	01	-	85
C.E. Adecuada	85	-	115
C.E. muy desarrollada	116	-	145

a.1) Percepción sobre el cociente emocional interpersonal (SUMA)

C.E. por Mejorar	29	-	85
C.E. Adecuada	85	-	115
C.E. muy desarrollada	116	-	145

a.2) Percepción sobre el cociente emocional intrapersonal (SUMA)

C.E. por Mejorar	40	-	85
C.E. Adecuada	85	-	115
C.E. muy desarrollada	116	-	145

a.3) Percepción sobre el cociente emocional adaptabilidad (SUMA)

C.E. por Mejorar	26	-	85
C.E. Adecuada	85	-	115
C.E. muy desarrollada	116	-	145

a.4) Percepción sobre el cociente emocional manejo del estrés (SUMA)

C.E. por Mejorar	18	-	85
C.E. Adecuada	85	-	115
C.E. muy desarrollada	116	-	145

a.5.) Percepción sobre el cociente emocional estado de ánimo

C.E. por Mejorar	17	-	40
C.E. Adecuada	41	-	44
C.E. muy desarrollada	45	-	48

Para la inteligencia emocional se trabajó en base al test de BarOn (I-CE) Según Ugarriza (2001) en la investigación la evaluación emocional de la inteligencia emocional a través de inventario de BarOn (I-CE), donde se presenta la confiabilidad y validez del test.

La confiabilidad

La confiabilidad indica en qué medida las diferencias individuales de los puntajes en un test pueden ser atribuidos a las diferencias “verdaderas” de las características consideradas. Los estudios de confiabilidad ejecutados sobre el I-CE se han centrado en la consistencia interna y la confiabilidad retest. Los coeficientes alfa de Cronbach se observan en la tabla 5, se aprecia que la consistencia interna para el inventario total es muy alto: 0.93; para los componentes del I-CE oscila entre 0.77 y 0.91. Los más bajos coeficientes son para los subcomponentes de flexibilidad 0.48, independencia y solución de problemas 0.60. Los 13 factores restantes arrojan valores por encima de 0.70.

Tabla 5. Coeficientes alfa de Cronbach para los componentes y subcomponentes del I-CE¹

I-CE	Alfa de Cronbach
CE total	0,93
Componentes:	
Intrapersonal	0.91
Interpersonal	0.86
Adaptabilidad	0.77
Manejo del estrés	0.86
Estado de ánimo general	0.86
Subcomponentes:	
Comprensión de sí mismo	0.73
Asertividad	0.68
Autoconcepto	0.85
Autorrealización	0.76
Independencia	0.57
Empatía	0.70
Relaciones interpersonales	0.76
Responsabilidad social	0.72
Solución de problemas	0.60
Flexibilidad	0.48
Tolerancia al estrés	0.78
Control de impulsos	0.85
Felicidad	0.78
Optimismo	0.79

Fuente: Ugarriza (2001)

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

UNFV

Validez

Los diversos estudios de validez del I-CE básicamente están destinados a demostrar cuán exitoso y eficiente es este instrumento en la evaluación de lo que se propone. En la tabla 6 se presentan los resultados del análisis factorial confirmatorio de segundo. Los parámetros estimados se muestran en la figura 4, obtenido con el programa estadístico Amos. La prueba chi cuadrado para verificar el ajuste del modelo resultó significativa como se aprecia en la figura 4. De esta manera se verifica la estructura factorial 5 a 1 propuesta por BarOn (1997). La tabla 6 muestra las cargas factoriales y comunalidades de los componentes en un único factor subyacente que denominaremos “cociente emocional general” teórico (CEG). Se aprecia que el componente CIA tiene la carga factorial más elevada (0.92) con una proporción de varianza explicada de CEG del 85% seguida de CAG (carga factorial = 0.88; % varianza explicada = 0.77), CAD (carga factorial = 0.78; % varianza explicada = 0.61), CIE (carga factorial = 0.68; % varianza explicada = 0.46) y CME (carga factorial = 0.61; % varianza explicada = 0.37).

Tabla 6. Análisis factorial confirmatorio de segundo orden

Componentes	Coefficientes estimados	Error estándar	Razón crítica prueba de hipótesis sobre el parámetros	Coefficientes estimados estandarizados (cargas factoriales)	Correlaciones múltiples cuadradas (comunidades)
CIA	1.00	0.922	0.850		
CIE	0.418	0.011	38.319*	0.680	0.463
CAD	0.464	0.010	48.407*	0.782	0.611
CME	0.369	0.012	32.013*	0.612	0.374
CAG	0.459	0.007	61.299*	0.879	0.772

*P<0.05

Fuente: Ugarriza (2001)

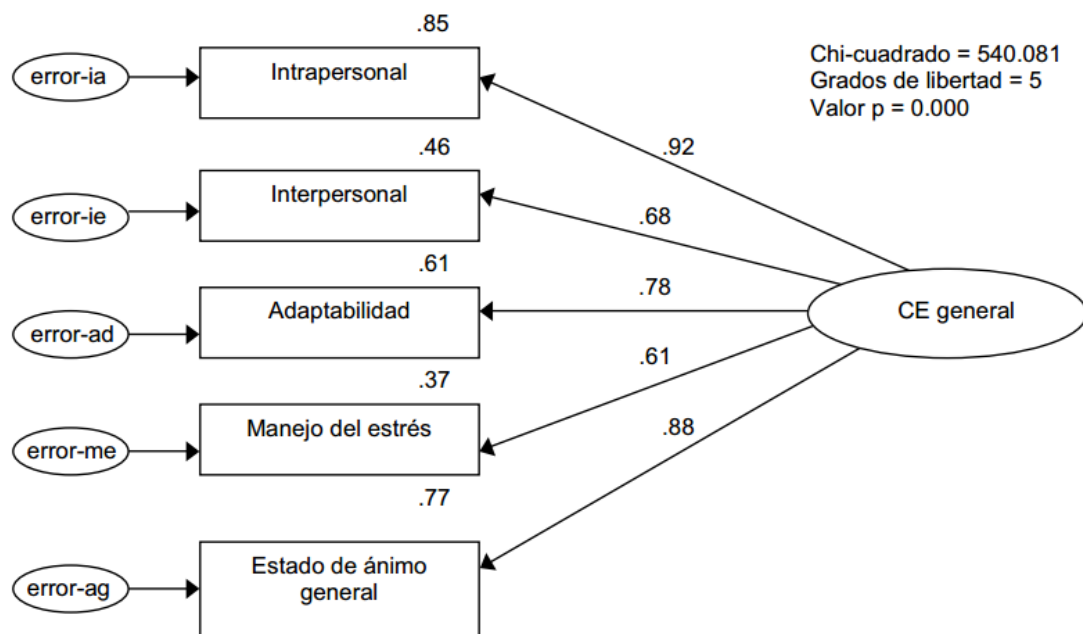


Figura 4. Parámetros estimados estandarizados del análisis factorial confirmatorio de segundo orden sobre los componentes del I-CE

Fuente: Ugarriza (2001)

3.6. Procesamiento de análisis de datos

Acerca del procesamiento de datos podemos señalar que se decidió utilizar el programa informático o paquete estadístico SPSS - v 21

El tratamiento estadístico básico que se utilizó para el análisis de los datos y que contribuyó para la corroboración de las hipótesis de investigación, se apoyó básicamente en:

- * La estadística descriptiva, que permitió describir y analizar las variables de la investigación utilizando estadígrafos básicos como: distribución de frecuencias, promedios, moda y desviación estándar, entre otros, presentando cuadros de frecuencias con sus respectivos gráficos, listos para ser analizados. Cabe señalar que los estadísticos se utilizaron de

acuerdo al tipo de variable que se procesará.

- * Estos tratamientos estadísticos permitieron el análisis de univariante y bivariante variables, es decir análisis descriptivos, con el propósito de coadyuvar en la corroboración de las hipótesis planteadas.
- * Además, se utilizaron la estadística inferencial, específicamente las pruebas de hipótesis, aplicadas con el propósito de evaluar las correlaciones entre las variables en el estudio.
- * Las pruebas de hipótesis que se utilizaron se basan en la prueba de correlación de Pearson.

El método en que se ha basado el desarrollo de esta investigación, ha sido el de tipo Analítico – Sintético, el Cuantitativo-Cualitativo y el Inductivo.

El método cuantitativo que se aplicó, se basó en el recojo de datos sobre la muestra de estudio, en el que apliqué las encuestas, y de cuya información pude realizar posteriormente la contrastación y validación de hipótesis.

La aplicación del método cualitativo permitió complementar en obtener mayor información esencial sobre la situación de los 124 empleados de las Tiendas Comerciales con sede en la ciudad de Pucallpa.

Mediante el método inductivo se ha podido generalizar desde la muestra significativa de 54 empleados, sobre el nivel de inteligencia emocional que llegan a poseer y su influencia sobre su actitud de calidad de servicio.

CAPITULO IV RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de resultados

En base al análisis de los resultados derivados de las respuestas obtenidas de las encuestas aplicadas al total del Personal de las Tiendas Comerciales con sede en la ciudad de Pucallpa, sobre el comportamiento y relación de las variables de estudio; se tienen los siguientes resultados a analizar e interpretar en función del fomento y nivel de desarrollo de las actitudes de servicio que tiene el Personal de las tiendas comerciales con sede en la ciudad de Pucallpa con aplicación de las capacidades principales que viene desarrollando en materia de Inteligencia Emocional:

4.1.1 Análisis de resultados de la variable inteligencia emocional

En esta sección se presenta el análisis descriptivo de la agrupación de los datos referente a la dimensión basándose en los niveles establecidos en la inteligencia emocional en base al test Ice de Barón

Tabla 7. Estadísticos de las dimensiones y la variables inteligencia emocional

		Interperso- nal (Agrupada)	Intraperso- nal (Agrupada)	Adaptabili- dad (Agrupada)	Manejo del Estrés (Agrupada)	Estado de Animo (Agrupada)	Inteligencia Emocional (Agrupada)
N	Válido	124	124	124	124	124	124
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media		2,01	2,02	2,00	1,51	1,42	2,03
Mediana		2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00
Desviación estándar		,299	,324	,361	,502	,495	,509
Varianza		,089	,105	,130	,252	,245	,259

En la tabla 8 se presenta el nivel del cociente emocional (C.E.) se encuentra la muestra respecto al componente interpersonal, por lo que se puede apreciar la mayor agrupación de los datos se encuentra en el C.E. bueno (91,1%) por lo que interpreta que está en un nivel moderado y aceptable.

Tabla 8. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente Interpersonal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	C.E. por Mejorar	5	4,0	4,0
	C.E. Bueno	113	91,1	95,2
	C.E. Desarrollado	6	4,8	100,0
Total		124	100,0	

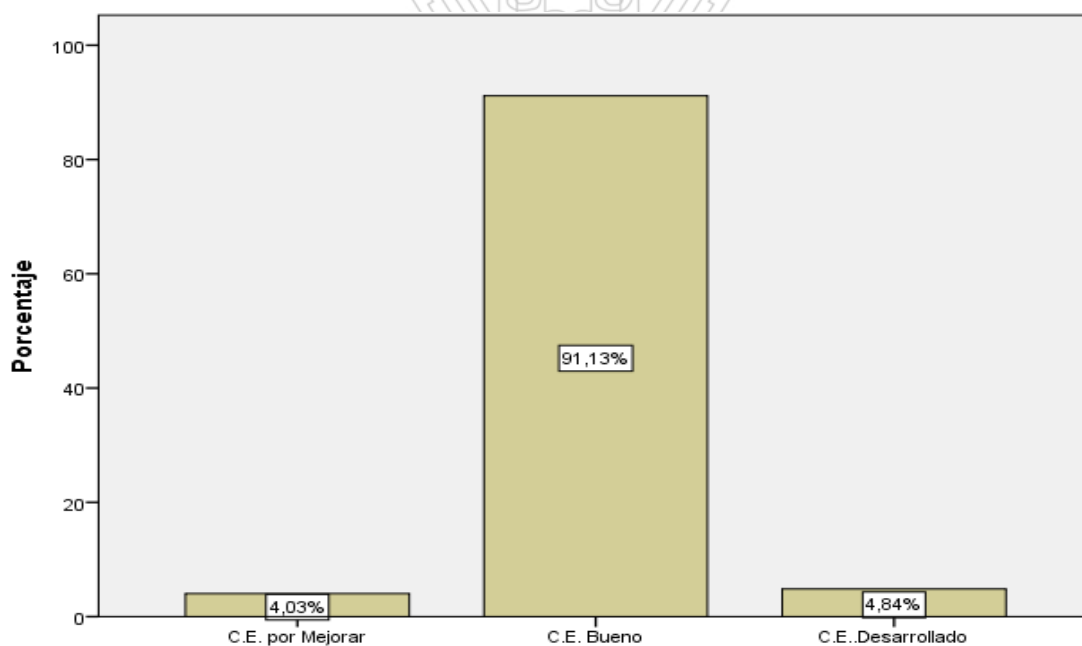


Figura 5. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente Interpersonal,

También se presenta en la tabla 9 se presenta el nivel del cociente emocional (C.E.) se encuentra la muestra respecto al componente intrapersonal, por lo que se puede apreciar la mayor agrupación de los datos se encuentra en el C.E. bueno (89,5%) por lo que interpreta que está en un nivel moderado y aceptable.

Tabla 9. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente Intrapersonal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	C.E. por Mejorar	5	4,0	4,0
	C.E. Bueno	111	89,5	93,5
	C.E. Desarrollado	8	6,5	100,0
	Total	124	100,0	

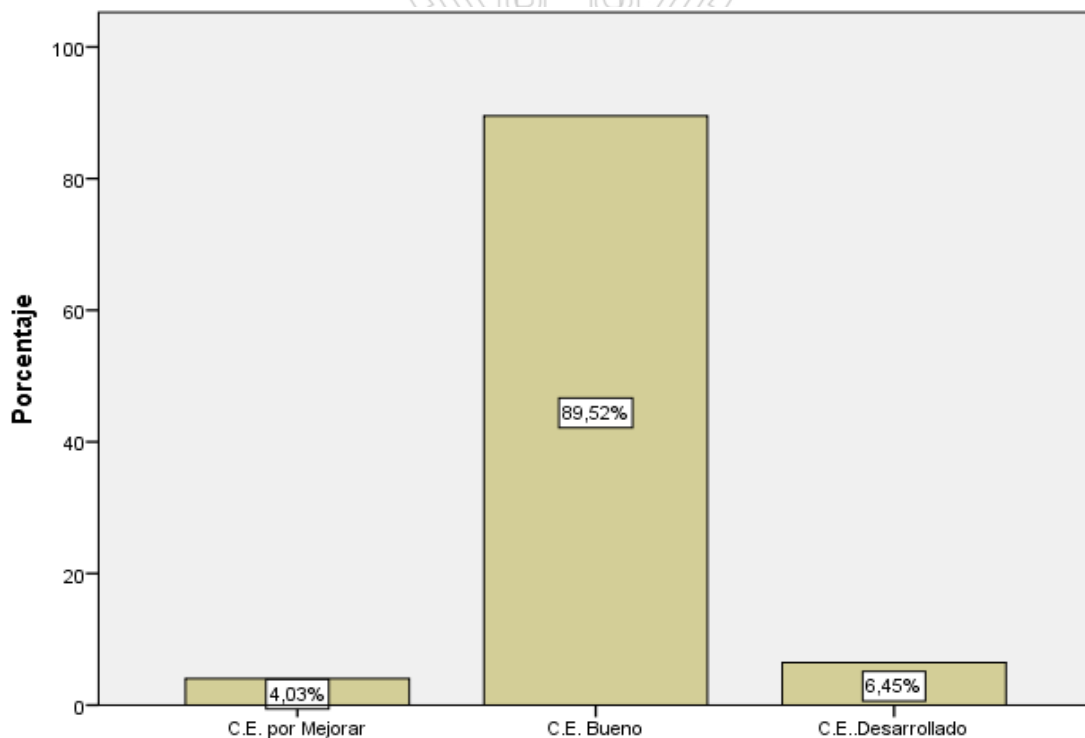


Figura 6. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente Intrapersonal

También se presenta en la tabla 10 se presenta el nivel del cociente emocional (C.E.) se encuentra la muestra respecto al componente Adaptabilidad, por lo que se puede apreciar la mayor agrupación de los datos se encuentra en el C.E. bueno (87,1%) por lo que interpreta que está en un nivel moderado y aceptable.

Tabla 10. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente Adaptabilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	C.E. por Mejorar	8	6,5	6,5
	C.E. Bueno	108	87,1	93,5
	C.E. Desarrollado	8	6,5	100,0
	Total	124	100,0	

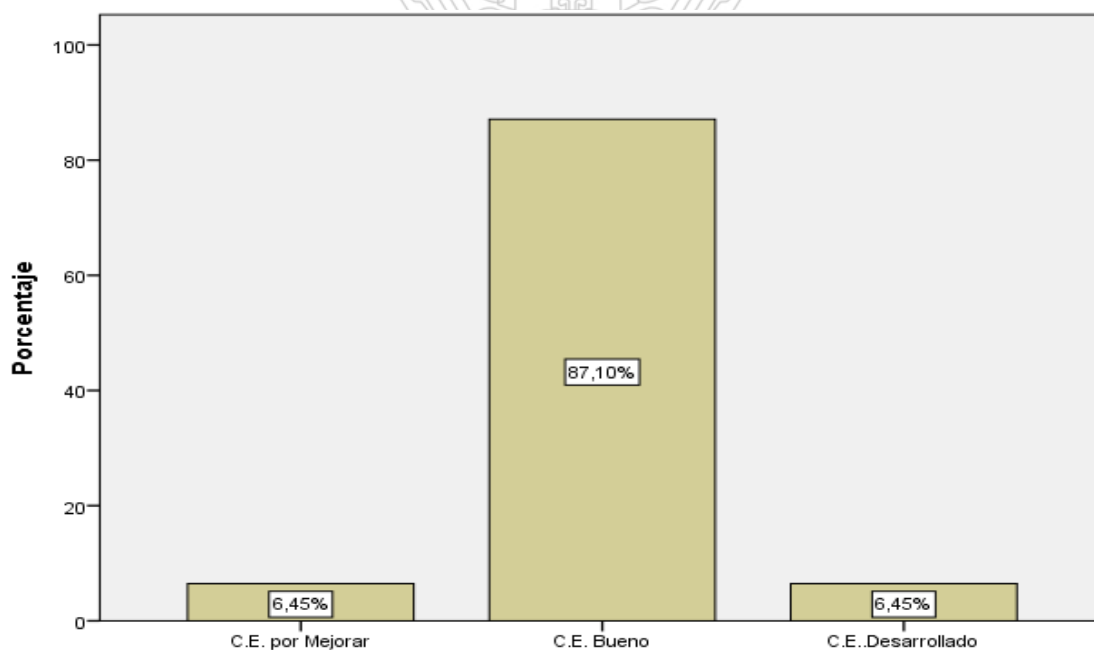


Figura 7. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente Adaptabilidad

También se presenta en la tabla 11 se presenta el nivel del cociente emocional (C.E.) se encuentra la muestra respecto al componente Manejo de Estrés, por lo que se puede apreciar la mayor agrupación de los datos se encuentra en el C.E. bueno (50,8%) por lo que interpreta que está en un nivel moderado y aceptable. Sin embargo también se muestra un nivel significativo de datos que están agrupados en el nivel C.E. por Mejorar (49,2%) por lo cual se debe tomar en consideración tomar ciertas consideraciones para mejorar este componente.

Tabla 11. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente Manejo de Estrés

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	C.E. por Mejorar	61	49,2	49,2
	C.E. Bueno	63	50,8	100,0
	Total	124	100,0	

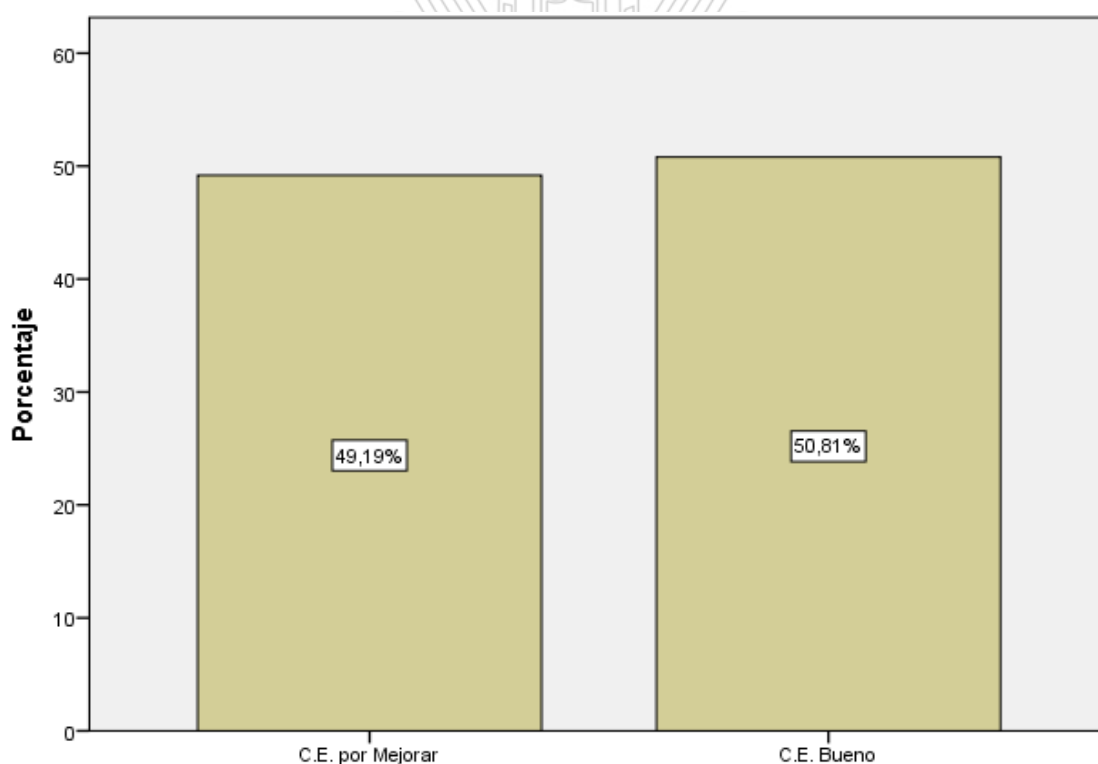


Figura 8. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente Manejo de Estrés

También se presenta en la tabla 12 se presenta el nivel del cociente emocional (C.E.) se encuentra la muestra respecto al componente Estado de Ánimo, por lo que se puede apreciar la mayor agrupación de los datos se encuentra en el C.E. por mejorar (58,1%) por lo que interpreta que está en un nivel que se necesita manejar nuevos criterios y estrategias para mejorar este componente.

Tabla 12. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente Estado de Ánimo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	C.E. por Mejorar	72	58,1	58,1
	C.E. Bueno	52	41,9	100,0
	Total	124	100,0	

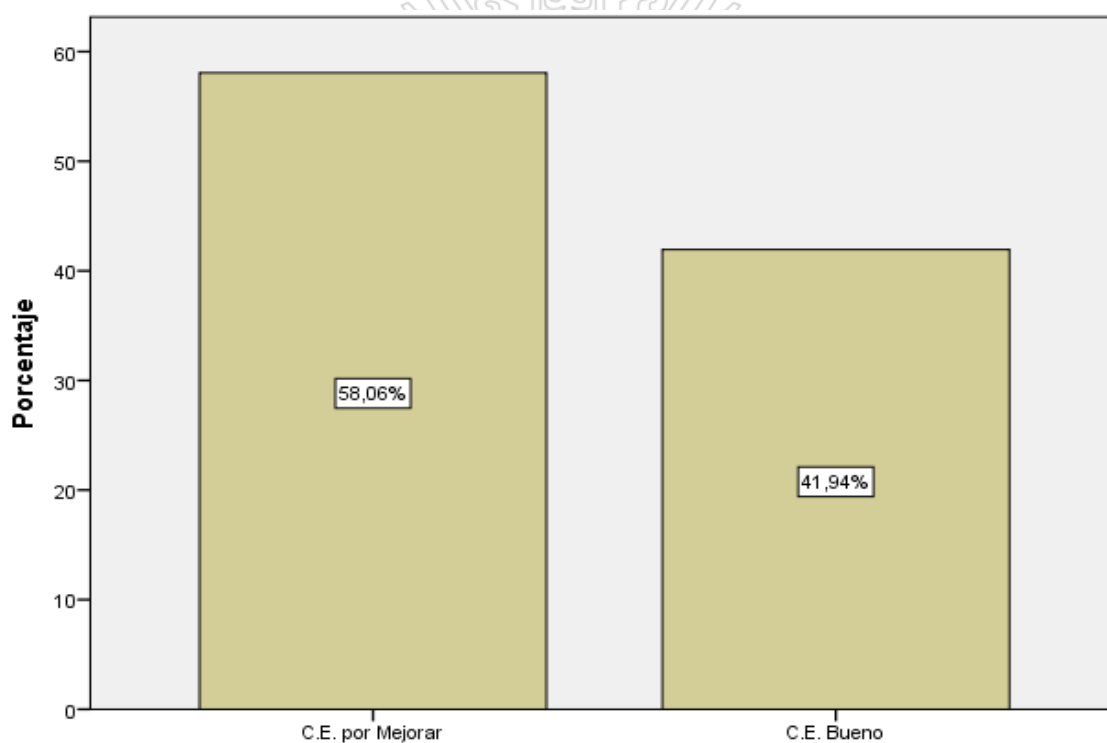


Figura 9. Distribución de frecuencia de los Niveles del componente Estado de Ánimo General

Finalmente se presenta en la tabla 13 se presenta el nivel del cociente emocional (C.E.) se encuentra la muestra respecto a la Inteligencia Emocional, por lo que se puede apreciar la mayor agrupación de los datos se encuentra en el C.E. bueno (74,2%) por lo que interpreta que está en un nivel moderado y aceptable. Además se tiene un C.E. desarrollado (14,5%) y un C.E. por mejorar (11,3%). Los cual se debe considerar desarrollar estrategias para reducir el porcentaje del C.E. por mejorar y así tender a trabajo con mayores porcentajes en el C.E. bueno y desarrollado.

Tabla 13. Distribución de frecuencia de los Niveles de la escala de Inteligencia Emocional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	C.E. por Mejorar	14	11,3	11,3
	C.E. Bueno	92	74,2	85,5
	C.E. Desarrollado	18	14,5	100,0
	Total	124	100,0	

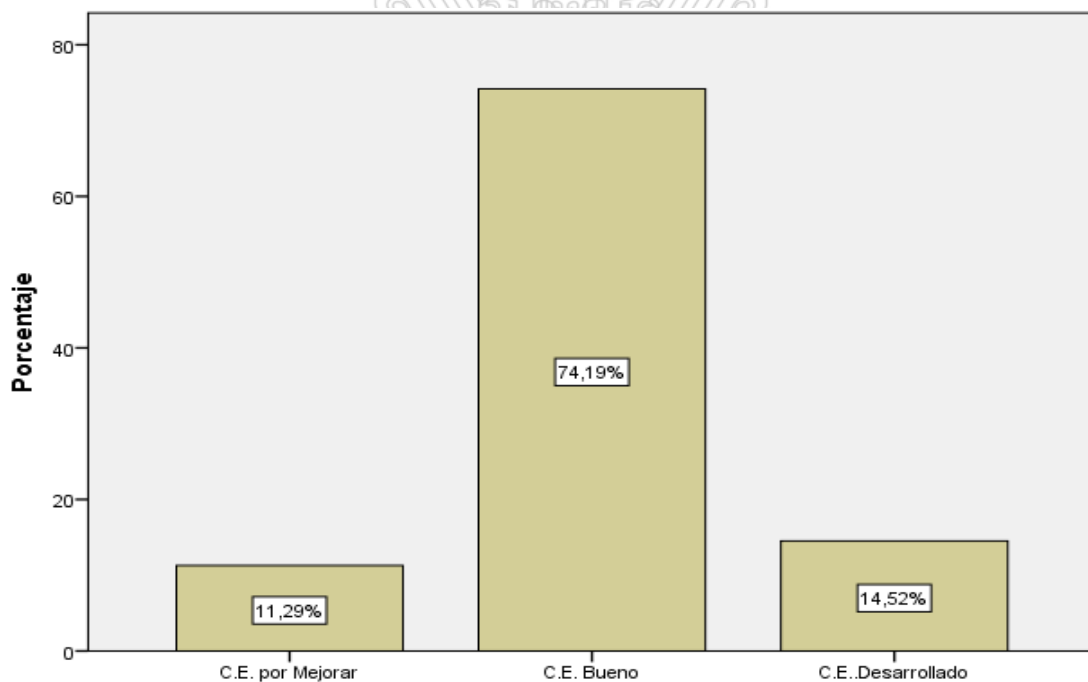


Figura 10. Distribución de frecuencia de los Niveles de la escala de Inteligencia Emocional

4.1.2 Análisis de resultados de la variable calidad de servicio

En esta sección se presenta el análisis descriptivo de la agrupación de los datos referente a la dimensión basándose en los niveles establecidos por la percepción sobre la calidad del servicio en base al instrumento SERVQUAL.

Tabla 14. Estadísticos descriptivos del análisis de la calidad de servicio y sus dimensiones

		Confiabilidad (Agrupada)	Responsabilidad (Agrupada)	Seguridad (Agrupada)	Empatía (Agrupada)	Bienes Tangibles (Agrupada)	Actitud de calidad de Servicio (Agrupada)
N	Válido	124	124	124	124	124	124
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media		2,41	1,62	2,27	2,32	2,65	2,02
Mediana		2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00
Desviación estándar		,494	,645	,639	,705	,495	,285
Varianza		,244	,416	,408	,497	,245	,081

Se presenta como primera dimensión la confiabilidad en la tabla 15 y figura 11, se aprecia que se tiene un nivel moderado (58,9%) de percepción según el rango establecido. Además otra agrupación de los datos se tiene en un nivel alto (41,1%) lo cual muestra que con respecto a la confiabilidad se muestra un buen nivel.

Tabla 15. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Confiabilidad,

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel Moderado	73	58,9	58,9
	Nivel Alto	51	41,1	100,0
	Total	124	100,0	

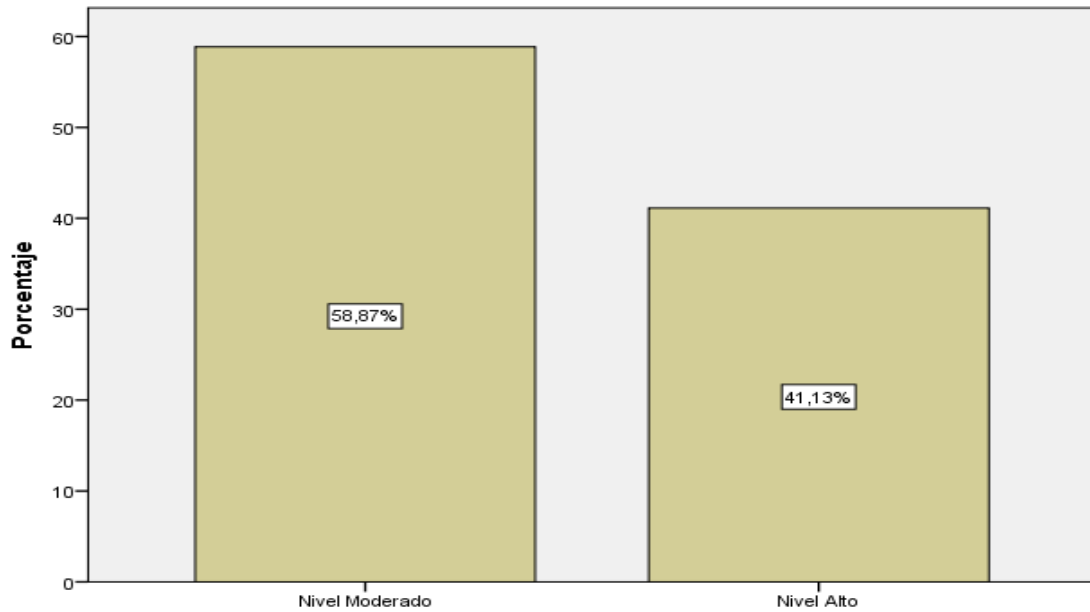


Figura 11. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Confianza

También referente a la responsabilidad se tiene que en la tabla 16 y figura 12 donde se aprecia que la mayor agrupación de los datos están en un nivel bajo (46,8%) de percepción según el rango establecido y lo que permite contrarrestar esta el nivel moderado (44,4%), sin embargo habrá que examinar qué puntos son los que están generando el nivel bajo.

Tabla 16. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Responsabilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel Bajo	58	46,8	46,8
	Nivel Moderado	55	44,4	91,1
	Nivel Alto	11	8,9	100,0
	Total	124	100,0	

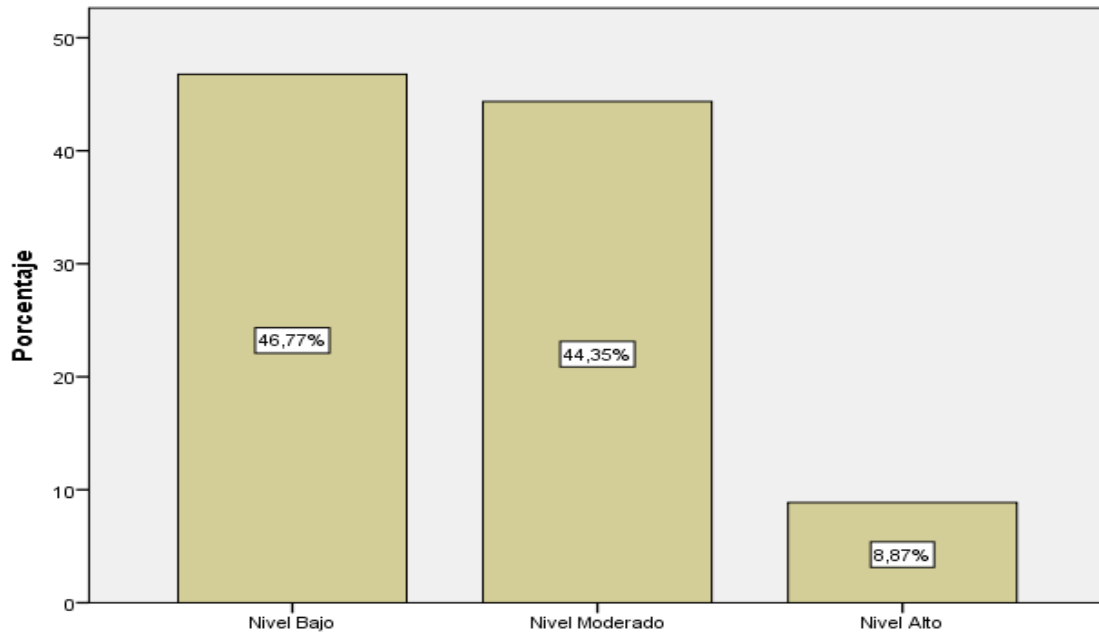


Figura 12. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Responsabilidad

También referente a la dimensión de Seguridad se tiene que en la tabla 17 y figura 13, se aprecia que la mayor agrupación de datos está en un nivel moderado (52,4%) de percepción según el rango establecido y un nivel alto (37,1%) los cuales permiten indicar un buen nivel respecto a esta dimensión.

Tabla 17. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Seguridad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel Bajo	13	10,5	10,5
	Nivel Moderado	65	52,4	62,9
	Nivel Alto	46	37,1	100,0
	Total	124	100,0	

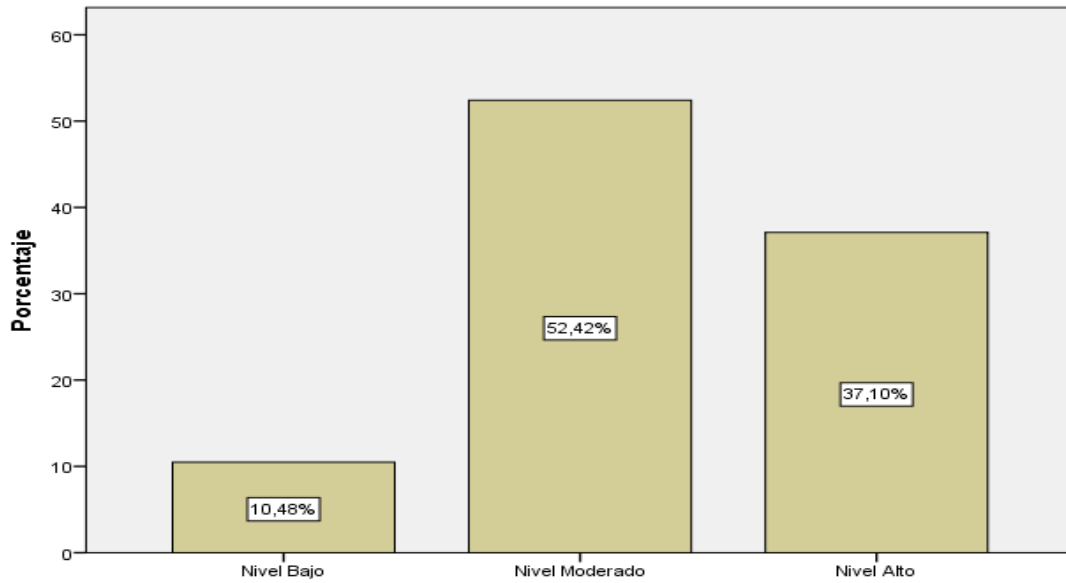


Figura 13. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Seguridad.

Referente a la dimensión de la Empatía se tiene que en la tabla 18 y figura 14, se aprecia que se tiene un nivel alto (46,0%) de percepción según el rango establecido y además se tiene un nivel moderado (40,3%) lo cual permite establecerse en un nivel bueno.

Tabla 18. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Empatía,

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel Bajo	17	13,7	13,7
	Nivel Moderado	50	40,3	54,0
	Nivel Alto	57	46,0	100,0
	Total	124	100,0	

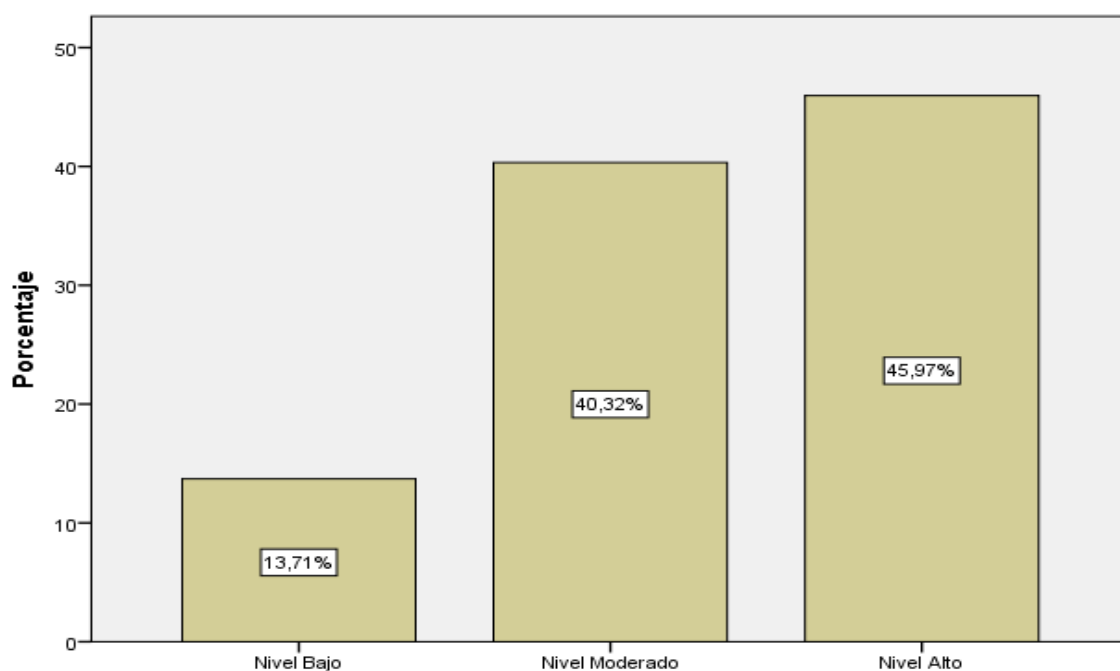


Figura 14. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Empatía.

Referente a la dimensión de los Bienes Tangibles se tiene que en la tabla 19 y figura 15, se aprecia que se tiene un nivel alto (66,1%) de percepción según el rango establecido. Además se tiene un nivel moderado (33,1%) lo cual permite establecer a la dimensión en un buen nivel.

Tabla 19. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Bienes Tangibles

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel Bajo	1	,8	,8
	Nivel Moderado	41	33,1	33,9
	Nivel Alto	82	66,1	100,0
	Total	124	100,0	

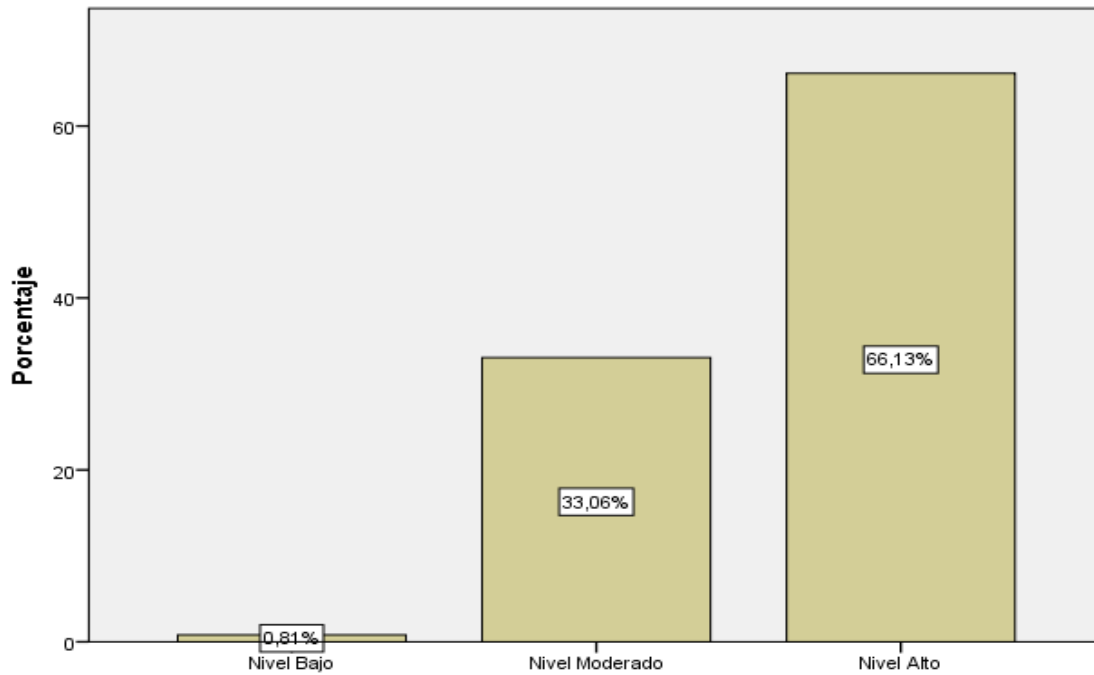


Figura 15. Distribución de frecuencia de los Niveles de la dimensión Bienes Tangibles

Finalmente se analizó la Actitud de Calidad de Servicio (Variable independiente) donde en que en la tabla 20 y figura 16, se aprecia que se tiene un nivel moderado (91,9%) de percepción según el rango establecido. Esto permite establecer que se tiene un nivel regular referente a la actitud de la calidad del servicio.

Tabla 20. Distribución de frecuencia de los Niveles de la Percepción de la Actitud de Calidad de Servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel Bajo	4	3,2	3,2
	Nivel Moderado	114	91,9	95,2
	Nivel Alto	6	4,8	100,0
	Total	124	100,0	

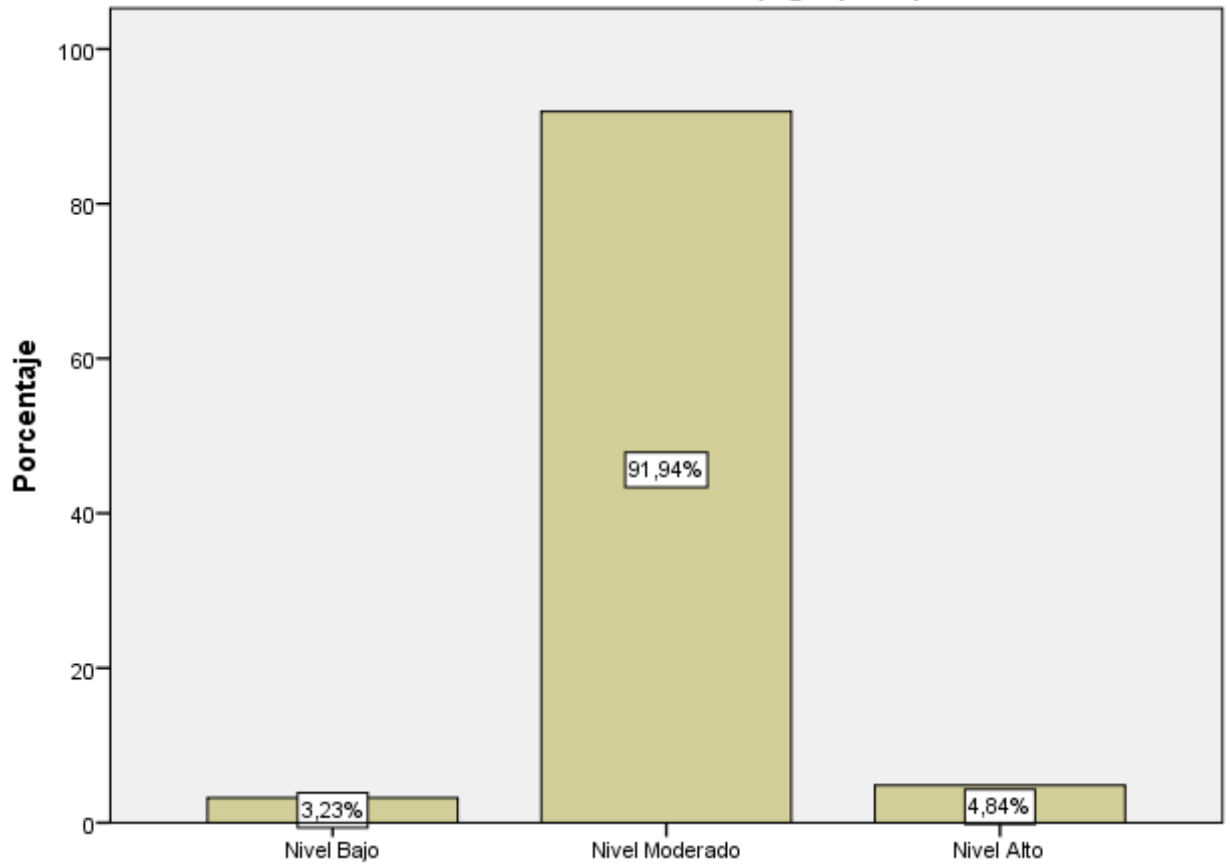


Figura 16. Distribución de frecuencia de los Niveles de la Percepción de la Calidad de Servicio, en porcentaje.

4.1.3 Resultados de la correlación de la escala de inteligencia emocional y la percepción de calidad de servicio

La contrastación de hipótesis se expresó con los siguientes supuestos previamente planteados:

Hipótesis general.

Ho: La inteligencia emocional no se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

Ha: La inteligencia emocional se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015

Regla Teórica para Toma de Decisiones: Se utilizó la Regla de Decisión, comparando el Valor p calculado por la data con el Valor p teórico de tabla = 0.05. Si el Valor p calculado \geq 0.05, se Aceptará Ho. Pero, si el Valor p calculado $<$ 0.05, se Aceptará Ha.

Tabla 21. Correlaciones de la inteligencia emocional y Actitud de calidad de Servicio

	Inteligencia Emocional (Agrupada)	Actitud de calidad de Servicio (Agrupada)
Inteligencia Emocional (Agrupada)	Correlación de Pearson	1
	Sig. (bilateral)	,221*
	N	124
Actitud de calidad de Servicio (Agrupada)	Correlación de Pearson	,221*
	Sig. (bilateral)	,014
	N	124

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: Según los resultados obtenidos para comprobar la hipótesis general se ha obtenido que el coeficiente de correlación de Pearson, que tiene el valor de 0.221*, lo interpreta como una correlación baja y el sigma es de 0,014 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05 lo que nos permite afirmar que la hipótesis alterna se cumple entonces: La inteligencia emocional se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015

Hipótesis específicas

a. Hipótesis específica 1.

Ho: El cociente emocional interpersonal no se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

Ha: El cociente emocional interpersonal se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

Se utilizó la Regla de Decisión, comparando el Valor p calculado por la data con el Valor p teórico de tabla = 0.05. Si el Valor p calculado \geq 0.05, se Aceptará Ho. Pero, si el Valor p calculado $<$ 0.05, se Aceptará Ha.

Tabla 22. Correlaciones del cociente emocional interpersonal y la actitud de calidad de servicio

		Interpersonal (Agrupada)	Actitud de calidad de Servicio (Agrupada)
Interpersonal (Agrupada)	Correlación de Pearson	1	,476**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	124	124
Actitud de calidad de Servicio (Agrupada)	Correlación de Pearson	,476**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	124	124

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: Según los resultados obtenidos para comprobar la hipótesis específica 1, se ha obtenido que el coeficiente de correlación de Pearson, que tiene el valor de 0.476**, lo interpreta como una correlación

media y el sigma es de 0,000 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05 lo que nos permite afirmar que la hipótesis alterna se cumple entonces: El cociente emocional interpersonal se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

b. Hipótesis específica 2.

Ho: Cociente emocional intrapersonal no se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

Ha: Cociente emocional intrapersonal se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

Se utilizó la Regla de Decisión, comparando el Valor p calculado por la data con el Valor p teórico de tabla = 0.05. Si el Valor p calculado \geq 0.05, se Aceptará Ho. Pero, si el Valor p calculado $<$ 0.05, se Aceptará Ha.

Tabla 23. Correlación del Cociente emocional intrapersonal y la actitud de calidad de servicio

		Intrapersonal (Agrupada)	Actitud de calidad de Servicio (Agrupada)
Intrapersonal (Agrupada)	Correlación de Pearson	1	,348**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	124	124
Actitud de calidad de Servicio (Agrupada)	Correlación de Pearson	,348**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	124	124

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: Según los resultados obtenidos para comprobar la hipótesis específica 2 se ha obtenido que el coeficiente de correlación Pearson que tiene el valor de 0,348 lo interpreta como una correlación media y el sigma es de 0,000 el mismo que es mayor al parámetro teórico de 0,05 lo que nos permite afirmar que la hipótesis nula se cumple entonces : Cociente emocional intrapersonal se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

c. Hipótesis específica 3.

Ho: El cociente emocional adaptabilidad no relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

Ha: El cociente emocional adaptabilidad relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

Se utilizó la Regla de Decisión, comparando el Valor p calculado por la data con el Valor p teórico de tabla = 0.05. Si el Valor p calculado \geq 0.05, se Aceptará Ho. Pero, si el Valor p calculado $<$ 0.05, se Aceptará Ha.

Tabla 24. Correlaciones de la Adaptabilidad y Actitud de calidad de Servicio

	Adaptabilidad (Agrupada)	Actitud de calidad de Servicio (Agrupada)
Adaptabilidad (Agrupada)	Correlación de Pearson	1
	Sig. (bilateral)	,475**
	N	124
Actitud de calidad de Servicio (Agrupada)	Correlación de Pearson	,475**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	124

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: Según los resultados obtenidos para comprobar la hipótesis específica 3 se ha obtenido que el coeficiente de correlación Pearson que tiene el valor de 0,475** lo interpreta como una correlación media y el sigma es de 0,000 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05 lo que nos permite afirmar que la hipótesis alterna se cumple entonces: El cociente emocional adaptabilidad relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

d. Hipótesis específica 4.

Ho: El cociente emocional manejo del estrés no se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

Ha: El cociente emocional manejo del estrés se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

Se utilizó la Regla de Decisión, comparando el Valor p calculado por la data con el Valor p teórico de tabla = 0.05. Si el Valor p calculado \geq 0.05, se Aceptará Ho. Pero, si el Valor p calculado $<$ 0.05, se Aceptará Ha.

Tabla 25. Correlaciones de la Manejo del estrés y Actitud de calidad de Servicio

	Manejo del Estrés (Agrupada)	Actitud de calidad de Servicio (Agrupada)
Manejo del Estrés (Agrupada)	Correlación de Pearson	1
	Sig. (bilateral)	,056
	N	124
Actitud de calidad de Servicio (Agrupada)	Correlación de Pearson	,056
	Sig. (bilateral)	,537
	N	124

Interpretación: Según los resultados obtenidos para comprobar la hipótesis específica 4 se ha obtenido que el coeficiente de correlación Pearson que tiene el valor de 0,056 lo interpreta como una correlación baja y el sigma es de 0,537 el mismo que es mayo al parámetro teórico de 0,05 lo que nos permite afirmar que la hipótesis nula se cumple entonces: El cociente emocional manejo del estrés no se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

e. Hipótesis específica 5.

Ho: El cociente emocional estado de ánimo no se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

Ha: El cociente emocional estado de ánimo se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

Se utilizó la Regla de Decisión, comparando el Valor p calculado por la data con el Valor p teórico de tabla = 0.05. Si el Valor p calculado \geq 0.05, se Aceptará Ho. Pero, si el Valor p calculado $<$ 0.05, se Aceptará Ha.

Tabla 26. Correlaciones de la Estado de Animo y Actitud de calidad de Servicio

	Estado de Animo (Agrupada)	Actitud de calidad de Servicio (Agrupada)
Estado de Animo (Agrupada)	Correlación de Pearson	1
	Sig. (bilateral)	,106
	N	124
Actitud de calidad de Servicio (Agrupada)	Correlación de Pearson	-,106
	Sig. (bilateral)	,241
	N	124

Interpretación: Según los resultados obtenidos para comprobar la hipótesis específica 5 se ha obtenido que el coeficiente de correlación Pearson que tiene el valor de 0,396 lo interpreta como una correlación media y el sigma es de 0,000 el mismo que es menor al parámetro teórico de 0,05 lo que nos permite afirmar que la hipótesis alterna se cumple entonces: El cociente emocional estado de ánimo se relaciona significativamente con la actitud de

calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.

4.2 Análisis de resultados de los sub tests aplicados al personal de servicio

La muestra estuvo conformada por 124 personas, a las cuales se les aplicó el Inventario de Inteligencia Emocional y la escala de Percepción de la calidad.

Como se observa en la tabla 27, el puntaje promedio obtenido en la escala de Inteligencia emocional fue de $89.04 \pm 0,511$ puntos. En cuanto a los componentes de la escala, observamos que el mayor puntaje se obtuvo en la escala de Intrapersonal ($110 \pm 0,73$). Así también observamos que el menor puntaje se observó en el componente manejo del estrés ($60.00 \pm 0,65$) y estado de ánimo ($68,59 \pm 0,37$), observándose una baja dispersión. En cuanto a la asimetría y curtosis, observamos que en su mayoría son bajos lo que nos indica que los puntajes se asemejan a una distribución normal.

Tabla 27. Estadísticos Descriptivos de los puntajes obtenidos en el I-CE.

	Inteligencia Emocional	Interpersonal	Intrapersonal	Adaptabilidad	Manejo del Estrés	Estado de Animo
N	Válido	124	124	124	124	124
	Perdidos	0	0	0	0	0
Media	89,0484	106,0806	110,0726	95,500	60,0000	68,5887
Error estándar	,51171	,73481	,73993	1,1577	,65101	,37353
Mediana	87,4000 ^a	104,0000 ^a	109,8095 ^a	90,091 ^a	58,1600 ^a	67,8000 ^a
Moda	85,00 ^b	103,00	109,00	90,0	56,00	67,00
Desviación estándar	5,69817	8,18247	8,23948	12,8914	7,24933	4,15945
Varianza	32,469	66,953	67,889	166,187	52,553	17,301
Asimetría	2,931	2,319	3,063	1,294	2,383	1,651
Curtosis	10,995	5,250	13,606	,269	5,824	3,611

Rango	35,00	42,00	58,00	49,0	38,00	24,00
Mínimo	83,00	95,00	105,00	81,0	51,00	61,00
Máximo	118,00	137,00	145,00	130,0	89,00	85,00
Suma	11042,00	13154,00	14269,00	11842,0	7440,00	8505,00

a. Se ha calculado a partir de datos agrupados.

b. Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño.

En cuanto a los puntajes obtenidos en la escala de Percepción de la calidad se observa en la tabla 28 un puntaje total de $116,75 \pm 0,95$, al analizar los errores estándar concluimos que no son bajos por lo que las normas no son estables. En cuanto a los coeficientes de simetría y curtosis podemos concluir que al ser estos cercanos a cero, la distribución de los puntajes se asemeja a una distribución aproximadamente normal.

Tabla 28. Estadísticos Descriptivos de los puntajes obtenidos en el cuestionario de Percepción de la Calidad de Servicios

		Confiabili- dad	Responsabi- lidad	Seguri- dad	Empatía	Bienes Tan- gibles	Actitud de calidad de Servicio
N	Válido	124	124	124	124	124	124
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media		27,3387	15,9758	22,0484	22,7419	28,6532	116,7581
Error estándar de la media		,23212	,21437	,40516	,26754	,28074	,95543
Mediana		26,8462 ^a	15,7222 ^a	21,5500 ^a	23,1875 ^a	28,6571 ^a	116,2000 ^a
Moda		26,00	14,00	20,00	25,00	29,00	110,00
Desviación estándar		2,58478	2,38717	4,51169	2,97925	3,12619	10,63922
Varianza		6,681	5,699	20,355	8,876	9,773	113,193
Asimetría		,396	,299	-1,562	-,600	-,457	-,060
Curtosis		-,394	-,834	5,748	-,258	,788	-,068
Rango		13,00	9,00	25,00	13,00	18,00	55,00
Mínimo		21,00	12,00	3,00	15,00	17,00	85,00
Máximo		34,00	21,00	28,00	28,00	35,00	140,00
Suma		3390,00	1981,00	2734,00	2820,00	3553,00	14478,00

a. Se ha calculado a partir de datos agrupados.

CAPITULO V: DISCUSIÓN

5.1. DISCUSION

A continuación se presenta el análisis y discusión de los resultados que se hallaron en la investigación y se comparan con los otros trabajos de investigaciones relacionados al tema de inteligencia emocional y servicio al cliente.

Según Huanca (2012) en el estudio realizado en la institución educativa del distrito de Ventanilla donde se analizó la inteligencia emocional en los docentes. En cuanto al componente intrapersonal, la mayoría de docentes se halla en el nivel medio, lo que indica, que se tiene desarrollado de manera adecuada la comprensión emocional de sí mismo, la asertividad, autorrealización e independencia. En el componente interpersonal, se halla en el nivel medio, lo que significa que son empáticos en su mayoría. Además se tiene un nivel medio en la dimensión adaptabilidad, lo que significa que muchos de ellos han desarrollado de manera adecuada los componentes: prueba de la realidad, flexibilidad y solución de problemas. En cuanto al manejo de estrés se halla en el nivel medio. Y para finalizar en la dimensión estado de ánimo se encuentra en nivel medio, lo que evidencia que muchos de ellos tienen habilidades para sentirse satisfechos con la vida. Sin embargo en la presente investigación, se encontró, en cuanto al componente intrapersonal, se halla en el nivel bueno (89,52%). En el componente interpersonal, se halla en el nivel bueno (91,13%). Además se tiene un nivel bueno en la dimensión adaptabilidad (87,10%). En cuanto al manejo de estrés se halla en el nivel bueno (50,81%) pero un

nivel por mejorar significativo (49,19%), es decir no todos en su mayoría están aptos para soportar eventos adversos, situaciones estresantes y fuertes emociones. Para finalizar la dimensión estado de ánimo se encuentra en nivel bajo (58,06%) y bueno (41,94%), lo que hace suponer que no todos están satisfechos con la vida que llevan, divertirse expresar sentimientos positivos.

Según Bino (2016) la inteligencia emocional influye en los colaboradores al momento de brindar atención al cliente, concluyó que al obtener un nivel estable de inteligencia emocional las personas que laboran en organizaciones que brindan un servicio, reflejan satisfacción laboral en los colaboradores, jefes y clientes. De acuerdo con esto, en la presente investigación se obtuvo que la inteligencia emocional se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015, cuyo coeficiente de correlación de Pearson, que tiene el valor de 0.221*, lo interpreta como una correlación baja y el sigma es de 0,014 lo mismo que indica que se relacionan, donde las dimensiones más comprometidas y definidas en un nivel bueno son el cociente emocional interpersonal, intrapersonal y adaptabilidad. Además teniendo al cociente emocional del manejo del estrés y estado de ánimo como dimensiones en la cual la muestra estudiada tiene un bajo nivel de respuesta.

Según Hernández (2014) los colaboradores presentan un nivel alto de inteligencia emocional, manejan adecuadamente sus emociones cuyas reacciones son aceptables. Asimismo, se identificó como principales

componentes básicos de la inteligencia emocional a la empatía, autoconfianza, persuasión, iniciativa y comunicación asertiva. Sin embargo en la presente investigación se encontró que los componentes básicos y fundamentales de la inteligencia emocional son el cociente emocional interpersonal, intrapersonal y adaptabilidad puesto que influyen significativamente sobre la actitud de calidad del servicio. Lo cual no pasa con el manejo del estrés y estado de ánimo, los cuales no se relacionan significativamente con la actitud de calidad de servicio en las tiendas de Pucallpa. Evans (2015) sostiene que si pretende cambiar y mejorar la realidad de las instituciones educativas, para que se conviertan en instituciones de calidad por su efectividad y eficacia en el aprendizaje de los estudiantes, se debe contar con un Liderazgo transformacional que recoja las dos dimensiones abordadas por este estudio, como son: ser promotor de estilo participativo y expresar un carisma personalizable. Y en cuanto al desarrollo emocional se debe contar con directivos con Inteligencia Emocional se deben asumir las siguientes dimensiones: autoestima adecuada, ejercer un control emocional - manejar las propias emociones y además estar en condiciones de influenciar y administrar los estados de ánimo y las emociones de los seguidores, aspecto de suma consideración para un directivo, ser empático y ser generador de confianza. Según Pretel & Marcelo (2015) en la investigación que realizó entre los resultados más relevantes que están relacionados en las 5 dimensiones de la inteligencia emocional de Goleman, se logró identificar las necesidades de capacitación del personal del área de atención al cliente, y aplicar el

taller de una manera correcta, lo cual repercutió favorablemente en la calidad del servicio. También Zarate (2012) sostiene que la mayoría de empleados confirmo que la inteligencia emocional, la actitud y el clima laboral es una de las causas que contribuyen a la insatisfacción laboral. Además que la incapacidad para dominar las emociones, genera que en las organizaciones haya conflictos que producen una pérdida de moral laboral y una disminución de la productividad en el personal. De acuerdo con esto, en la presente investigación se encontró que por parte de la muestra representativa que el manejo del estrés (49%) y estado de ánimo (58%) tienen que mejorarse, puesto que por parte de los encuestados se aprecia que no pueden dominar estos aspectos, lo cual contribuye a un bajo nivel de actitud de calidad de servicio.

Según Molina (2012) hay factores que pueden favorecer y perjudicar el tema de la inteligencia emocional, como trabajar un número excesivo de horas, trabajo bajo presión, llamados de atención, etc. En la empresa Casaval en la cual desarrollo el estudio se mostró que en un 75% los colaboradores tienen poco manejo emocional. Sin embargo en el presente trabajo se determinó que en un 74% tiene un buen nivel de manejo de la inteligencia emocional y 92% referente a una buena actitud de calidad del servicio lo cual hace suponer que se tiene un buen manejo calidad de servicio.

5.2. CONCLUSIONES

Las conclusiones arribadas en la presente investigación son los siguientes:

1. La inteligencia emocional se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015. Evidenciando un cociente emocional bueno lo cual hace suponer que se tiene un control de la inteligencia emocional en los trabajadores.
2. El cociente emocional interpersonal se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015. Puesto que se evidencia cociente emocional interpersonal bueno.
3. El cociente emocional intrapersonal se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015. Puesto que se evidencia cociente emocional intrapersonal bueno.
4. El cociente emocional de adaptabilidad se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015. Puesto que se evidencia cociente emocional adaptabilidad bueno.
5. El cociente emocional de manejo del estrés no se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015. Puesto que se

evidencia cociente emocional de manejo del estrés bueno pero tiene también por otra parte un cociente emocional significativo por mejorar.

6. El cociente emocional estado de ánimo no se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015. Puesto que se evidencia cociente emocional de manejo del estrés por mejorar.

5.3. RECOMENDACIONES

Se debe establecer y promover cursos o talleres de especialización en desarrollo y mejoramiento profundizado de las capacidades y habilidades de Inteligencia Emocional en sí, y de sus aportes esenciales para conseguirse cambios y mejoras sustanciales en las actitudes de servicio del personal hacia los clientes que acuden a la tienda Ochsle con sede en Pucallpa.

Se deben canalizar y maximizar las experiencias respecto a reforzar el cociente emocional de la interpersonal para tener un nivel desarrollado en la empatía, relaciones interpersonales, responsabilidad social y así seguir mejorando en la calidad de atención.

Las experiencias respecto a reforzar el cociente emocional de la intrapersonal deben ser ampliadas para tener un nivel desarrollado en la asertividad, auto concepto entre otros y así seguir mejorando en la calidad de atención.

Respecto a la adaptabilidad se recomienda capacitaciones para la solución de problemas, flexibilidad que le permitan desenvolverse y tener capacidad mejora su calidad de servicio.

Se deben poner mayor énfasis en el componente del manejo del estrés puesto que la tolerancia al estrés y control de los impulsos que permiten el desarrollo en cuanto a la calidad de servicio hacia los clientes.

En cuanto al estado de ánimo en general se puede mejorar con charlas dinámicas de motivación que generen un ambiente de trabajo de felicidad y optimismo.

5.4. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Altuzarra, M. (2005). La atención al cliente (pp. 1-17). Recuperado de http://www.portaldocomerciante.gal/Archivos/ArchivosImpBiblioteca/atencion_cliente.pdf
- Bar-On, R. (2000) .Emotional and social intelligence. Insights from the emotion-al quotient inventory. En R. Bar-On y D. Parker (Eds.) The handbook of emotional intelligence: Theory, development assessment and application at home, school and in workplace. (pp. 363- 388).San Francisco, CA: JosseyBass.
- Bino, R. (2016). Inteligencia emocional y atención al cliente (Estudio realizado con colaboradores del restaurante Albamar Tobogán de la zona 3 de Quetzaltenango). Universidad Rafael Landívar. Quetzaltenango.
- Bolivar, A. (1995). La Evaluación de valores y actitudes. Madrid.: Anaya.
- Carver, C. & Scheiler, M. (1997). Teorías de la personalidad. México: Prentice- Hall.
- Cherniss, C. (2005). La inteligencia emocional y la eficacia organizativa. Barcelona. Editorial Kairós S.A.
- Evans, E. (2015). Interacción entre inteligencia emocional y estilos de liderazgo en directivos de instituciones educativas. Universidad de Valencia. Valencia.
- Fernández, P. & Extremera, N. (2005). La inteligencia emocional y la educación de las emociones desde el Modelo de Mayer y Salovey. Revista Interuniversitaria de Formación del profesorado, 19, 63-93.

- García, E. (2005). La utilización de los principios de calidad total en el mejoramiento de la gestión escolar (pp. 1-12). Caracas. Retrieved from <http://servicio.bc.uc.edu.ve/multidisciplinarias/educacion-en-valores/a2n4/2-4-4.pdf>
- Góleman, D. (1995). Emotional Intelligence. Nueva York: Bantam Books.
- Hernández, L. (2017). Inteligencia emocional y servicio al cliente” (estudio realizado con el personal de servicio al cliente de la cooperativa Salcajá R.L.). Universidad Rafael Landívar. Quetzaltenango.
- Huacac. (2014). La inteligencia emocional y el desempeño laboral en la empresa de generación eléctrica del sur, periodo 2011-2013. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann Tacna. Perú.
- Huanca, E. (2012). Niveles de inteligencia emocional de docentes de una institución educativa del distrito de ventanilla - Callao. Universidad San Ignacio de Loyola. Perú.
- López, F. (2011). Inteligencia emocional. Universidad de Chile. Chile.
- Millán, A. Rivera, R. y Ramírez, María, S. (2001). Calidad y Efectividad en Instituciones Educativas: Editorial Trillas
- Molina, M., & Villavicencio, O. (2012). Estrategias de inteligencia emocional aplicada a la empresa distribuidora Casaval y su impacto en el desempeño laboral. Universidad Politécnica Salesiana. Cuenca.
- Montaño, A. (2002). La Inteligencia Emocional. Origen y Concepto. Recupera-do el 04 de 04 de 2011, de Sappiens: <http://www.sappiens.com/sappiens/comunidades/gconarti.nsf/La%20inteligencia%20emociona>

I.%20Origen%20y%20concepto/2EEFCE291C937A9E41256BC1003
7F75F!opendocument

- Morales, F. (1999). *Psicología Social*. Madrid: Mc Graw-Hill
- Morales, V. (2003) .Evaluación psicosocial de la calidad en los servicios municipales deportivos: aportaciones desde el análisis de variabilidad (Tesis Docto-ral). Universidad de Málaga:
- Pérez, V. (2006). *Calidad total en la atención al cliente*. España: Vigo.
- Pretell, E., & Marcelo, E. (2014). *Taller de capacitación en inteligencia emocional en el área de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio brinda-da a los socios de la cooperativa de ahorro y crédito nuestra señora del rosario en la provincia de Cajabamba – departamento de Cajamarca 2014*. Universidad Privada Antenor Orrego. Perú.
- Quintanilla, I. (2002). *Psicología social del consumidor*. Valencia.
- Retto, J. (2014). *Inteligencia emocional y actitud hacia el proyecto educativo institucional delos docentes delas instituciones educativas del distrito de Huaura*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Perú.
- Ugarriza, N. (2001) *La evaluación de la inteligencia emocional a través del inventario de BarOn (I-CE) en una muestra de Lima Metropolitana* Persona, núm. 4, pp. 129-160 Universidad de Lima, Perú
- Wechsler, D. (1958). *The Measurement and Appraisal of Adult Intelligence* (4 ed.). Baltimore (MD): Williams & Witkins.

Zarate, E. (2012). Inteligencia emocional y la actitud de los colaboradores en el ambiente laboral. Universidad Rafael Landívar. Quetzaltenango.

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
<p style="text-align: center;">Problema General</p> <p>¿Cuál es la relación de la inteligencia emocional y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores según especialidad profesional y sexo de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015?</p>	<p style="text-align: center;">Objetivo General</p> <p>Investigar la relación de la inteligencia emocional y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores según especialidad profesional y sexo de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.</p>	<p style="text-align: center;">Hipótesis General</p> <p>Existe relación significativa entre la inteligencia emocional y la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.</p>	<p style="text-align: center;">Independiente</p> <p>Inteligencia Emocional</p>	<p>Interpersonal Intrapersonal Adaptabilidad Manejo del estrés Estado de ánimo general</p>	<p>Método de investigación Descriptivo Correlacional</p> <p>Diseño de investigación Correlacional</p> <p>Tipo de investigación Descriptivo</p> <p>Población-muestra Personal de tiendas OSCHLE sede Pucallpa 2015.</p>
<p style="text-align: center;">Problema Específico</p> <p>¿Cuál es la relación del cociente emocional interpersonal y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores según especialidad profesional y sexo de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015?</p> <p>¿Cuál es la relación del cociente emocional intrapersonal y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores según especialidad profesional y sexo de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015?</p> <p>¿Cuál es la relación del cociente emocional adaptabilidad y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores</p>	<p style="text-align: center;">Objetivos Específicos</p> <p>Evaluar la relación del cociente emocional interpersonal y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores según especialidad profesional y sexo de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.</p> <p>Medir la relación del cociente emocional intrapersonal y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores según especialidad profesional y sexo de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.</p> <p>Conocer la relación del cociente emocional adaptabilidad y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores</p>	<p style="text-align: center;">Hipótesis Específica</p> <p>Existe relación significativa entre el cociente emocional interpersonal y la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.</p> <p>Existe relación significativa entre el cociente emocional intrapersonal y la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.</p> <p>Existe relación significativa entre el cociente emocional adaptabilidad y la actitud de calidad de servicio que</p>	<p style="text-align: center;">Dependiente</p> <p>Actitud a la calidad de servicio</p>	<p>Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de confiabilidad</p> <p>Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de responsabilidad</p> <p>Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de seguridad</p> <p>Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de empatía</p> <p>Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de bienes tangibles</p>	<p>Instrumentos Escala Multidimensional SERVQUAL</p> <p>Test de inteligencia emocional (Ice BarOn)</p>

<p>según especialidad profesional y sexo de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015?</p> <p>¿Cuál es la relación del cociente emocional manejo del estrés y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores según especialidad profesional y sexo de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015?</p> <p>¿Cuál es la relación del cociente emocional estado de ánimo y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores según especialidad profesional y sexo de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015?</p>	<p>según especialidad profesional y sexo de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.</p> <p>Valorar la relación del cociente emocional manejo del estrés y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores según especialidad profesional y sexo de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.</p> <p>Cuantificar la relación del cociente emocional estado de ánimo y la actitud a la calidad de servicio que presentan los trabajadores según especialidad profesional y sexo de las tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.</p>	<p>presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.</p> <p>Existe relación significativa entre el cociente emocional manejo del estrés y la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.</p> <p>Existe relación significativa entre el cociente emocional estado de ánimo y la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.</p>			
---	---	--	--	--	--

ANEXO 2:
EVALUACIÓN DE LAS PERCEPCIONES SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIOS
(SERVQUAL)

1.- Instrucciones

Piense en como lo hace la organización en estudio cuando se trata de brindar servicios al cliente e indique su percepción en cada pregunta del cuestionario.

Por favor, indique el grado que usted piensa que la organización tiene respecto a las características descritas en cada uno de los enunciados. Si usted siente que la característica no es totalmente satisfecha, encierre el número 1. Si cree que la característica es absolutamente satisfecha por la organización en estudio, encierre el número 7. Si su decisión no es muy definida, encierre uno de los números intermedios.

No existen respuestas correctas ni incorrectas, sólo interesa obtener un número que realmente refleje lo que usted piensa respecto a las empresas que ofrecen una excelente calidad en el servicio.

2.- Cuestionario sobre percepciones de calidad de servicios Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de confiabilidad Total

Codificación				
1	2	3	4	5
Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Fuertemente de acuerdo

Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de confiabilidad								
		Total desacuerdo			Total acuerdo			
		1	2	3	4	5	6	7
1	Cuando la tienda comercial promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple							
2	Cuando Ud. Tiene un problema, la tienda comercial muestra sincero interés por resolverlo.							
3	La tienda comercial desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez							
4	La tienda comercial proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo							
5	La tienda comercial mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicio							
Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de responsabilidad								
6	Los empleados de la tienda comercial le brindan el servicio con prontitud							

7	Los empleados de la tienda comercial siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes								
8	Los empleados de la tienda comercial nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente								
Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de seguridad									
9	El comportamiento de los empleados de la tienda comercial le inspira confianza								
10	Se siente seguro al realizar transacciones con la tienda comercial								
11	Los empleados de la tienda comercial lo tratan siempre con cortesía								
12	Los empleados de la tienda comercial cuentan con el conocimiento para responder sus consultas								
Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de empatía									
13	La tienda comercial le brinda atención individual								
14	La tienda comercial cuenta con empleados que le brindan atención personal								
15	La tienda comercial se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes								
16	Los empleados de la tienda comercial entienden sus necesidades específicas								
Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de bienes tangibles									
17	La apariencia de los equipos de la tienda comercial es moderna								
18	Las instalaciones físicas de la tienda comercial son visualmente atractivas								
19	La presentación de los empleados de la tienda comercial es buena								
20	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de la tienda comercial son visualmente atractivos								
21	Los horarios de actividades de la tienda comercial son convenientes								

ANEXO 3: INVENTARIO EMOCIONAL BarOn ICE NA

Este cuestionario contiene una serie de frases cortas que permite hacer una descripción de ti mismo (a). Para ello, debes indicar, en qué medida cada una de las oraciones que aparecen a continuación es verdadera, de acuerdo como te sientes, piensas o actúas la mayoría de las veces. Hay cinco respuestas por cada frase.

- 1.- Rara vez o nunca
- 2.- Pocas veces es mi caso
- 3.- A veces es mi caso
- 4.- Muchas veces es mi caso
- 5.- Con mucha frecuencia o siempre es mi caso.

Lee cada una de las frases y selecciona UNA de las CINCO alternativas, la que sea más apropiada para ti, seleccionando el número (del 1 al 5) que corresponde a la respuesta que escogiste según sea tu caso. Marca con un aspa el número.

1. Para las dificultades que se me presentan actúo paso a paso.
2. Es duro para mí disfrutar de la vida
3. Prefiero un trabajo en el que se me diga casi todo lo que tengo que hacer.
4. Sé cómo enfrentar los problemas más desagradables.
5. Me agradan las personas que conozco
6. Trato de valorar y darle el mejor sentido a mi vida.
7. Me resulta relativamente fácil expresar mis sentimientos.
8. Trato de ser realista, no me gusta fantasear ni soñar despierto (a)
9. Reconozco con facilidad mis emociones.
10. Soy incapaz de demostrar afecto.
11. Me siento seguro (a) de mí mismo (a) en la mayoría de situaciones.
12. Tengo la sensación que algo no está bien en mi cabeza.
13. Tengo problemas para controlarme cuando me enojo
14. Me resulta difícil comenzar cosas nuevas.
15. Cuando enfrento una situación difícil me gusta reunir toda la información que pueda sobre ella.
16. Me gusta ayudar a la gente.
17. Me es difícil sonreír
18. Soy incapaz de comprender cómo se sienten los demás.
19. Cuando trabajo con otros tiendo a confiar más en sus ideas que en las mías.
20. Creo que puedo controlarme en situaciones muy difíciles.
21. Realmente no sé para que soy bueno (a)
22. No soy capaz de expresar mis ideas
23. Me es difícil compartir mis sentimientos más íntimos con los demás
24. No tengo confianza en mí mismo (a)
25. creo que he perdido la cabeza.
26. Soy optimista en la mayoría de las cosas que hago.

27. Cuando empiezo hablar me resulta difícil detenerme.
28. En general, me resulta difícil adaptarme.
29. Me gusta tener una visión general del problema antes de intentar solucionarlo.
30. No me molesta aprovecharme de los demás, especialmente si se lo merecen.
31. Soy una persona bastante alegre y optimista.
32. Prefiero que otros tomen decisiones por mí.
33. Puedo manejar situaciones de estrés sin ponerme demasiado nervioso.
34. Pienso bien de las personas.
35. Me es difícil entenderme como me siento.
36. He logrado muy poco en los últimos años.
37. Cuando estoy enojado (a) con alguien se lo puedo decir.
38. He tenido experiencias extrañas que no puedo explicar.
39. Me resulta difícil hacer amigos (as)
40. Me tengo mucho respeto.
41. Hago cosas muy raras
42. Soy impulsivo (a), y eso me trae problemas.
43. Me resulta difícil cambiar de opinión
44. Soy bueno para comprender los sentimientos de otras personas.
45. Lo primero que hago cuando tengo problemas es detenerme a pensar.
46. A la gente le resulta difícil confiar en mí.
47. Estoy contento (a) con mi vida.
48. Me resulta difícil tomar decisiones por mi mismo (a).
49. No puedo soportar el estrés.
50. En mi vida no hago nada malo.
51. No disfruto lo que hago.
52. Me resulta difícil expresar mis sentimientos más íntimos
53. La gente no comprende mi manera de pensar.
54. Generalmente espero lo mejor.
55. Mis amigos me confían sus intimidades.
56. No me siento bien conmigo mismo (a)
57. Percibo cosas extrañas que los demás no ven.
58. La gente me dice que baje el tono de voz cuando discuto.
59. Me resulta fácil adaptarme a situaciones nuevas.
60. Cuando intento resolver un problema, analizo todas las posibles soluciones y luego escojo la mejor
61. Me detendría ay ayudaría a un niño que llora por encontrar a sus padres, aún cuando tuviese algo que hacer en ese momento.
62. Soy una persona divertida.
63. Soy consciente de cómo me siento.
64. Siento que me resulta difícil controlar mi ansiedad.
65. Nada me perturba
66. No me entusiasman muchos mis intereses.
67. Cuando estoy en desacuerdo con alguien soy capaz de decírselo

68. Tengo tendencia a fantasear y a perder contacto con lo que ocurre a mi alrededor.
69. Me es difícil llevarme con los demás
70. Me resulta difícil aceptarme tal como soy
71. ME siento como si estuviera separado (a) de mi cuerpo.
72. Me importa lo que le puede suceder a los demás.
73. Soy impaciente.
74. Puedo cambiar mis viejas costumbres.
75. Me resulta difícil escoger la mejor solución cuando tengo que resolver un problema.
76. Si pudiera violar la ley sin pagar las consecuencias, lo haría en determinadas situaciones.
77. Me deprimó.
78. Sé cómo mantener la calma en situaciones difíciles.
79. Nunca he mentado.
80. En general me siento motivado (a) para continuar adelante, incluso cuando las cosas se ponen difíciles.
81. Trato de continuar y desarrollar aquellas cosas que me divierten.
82. Me resulta difícil decir que "no" aunque tenga el deseo de hacerlo.
83. Me dejo llevar por mi imaginación y mis fantasías.
84. Mis relaciones más cercanas significan mucho, tanto para mí como para mis amigos.
85. Me siento feliz con el tipo de persona que soy.
86. Tengo reacciones fuertes, intensas que son difíciles de controlar.
87. En general me resulta difícil realizar cambios en mi vida cotidiana.
88. Soy consciente de lo que me está pasando, aún cuando estoy alterado (a)
89. Para poder resolver una situación que se presenta, analizo todas las posibilidades existentes.
90. Soy capaz de respetar a los demás.
91. No estoy muy contento (a) con mi vida.
92. Prefiero seguir a otros a ser el líder.
93. Me resulta difícil enfrentar las cosas desagradables de la vida.
94. Nunca he violado la ley.
95. Disfruto de las cosas que me interesan.
96. Me resulta relativamente fácil decirle a la gente lo que pienso.
97. Tiendo a exagerar.
98. Soy sensible a los sentimientos de las otras personas.
99. Mantengo buenas relaciones con los demás.
100. Estoy contento (a) con mi cuerpo.
101. Soy una persona muy extraña
102. Soy impulsivo (a)
103. Me resulta difícil cambiar mis costumbres.
104. Considero que es muy importante se un (a) ciudadano (a) que respeta la ley.
105. Disfruto de las vacaciones y de los fines de semana.
106. En general tengo una actitud positiva en todo, aún cuando surgen problemas.

107. Tengo tendencia a depender de otros.
108. Creo en mi capacidad de manejar los problemas más difíciles.
109. No me siento avergonzado (a) por nada de lo que he hecho hasta ahora.
110. Trato de aprovechar al máximo las cosas que me gustan y me divierten.
111. Los demás piensan que no me hago valer, que me falta firmeza.
112. Soy capaz de dejar de fantasear para volver a ponerme en contacto con la realidad.
113. Los demás opinan que soy una persona sociable.
114. Estoy contento (a) con la forma en que me veo.
115. Tengo pensamientos extraños.
116. Me es difícil describir lo que siento.
117. Tengo mal carácter.
118. Por lo general, me trabo cuando pienso acerca de las diferentes maneras de resolver un problema.
119. Me es difícil ver sufrir a la gente.
120. Me gusta divertirme.
121. Me parece que necesito de los demás, más de lo que ellos me necesitan.
122. Me pongo ansioso (a).
123. No tengo días malos.
124. Intento no herir los sentimientos de los demás
125. No tengo una buena idea de lo que quiero en la vida.
126. Me es difícil hacer valer mis derechos.
127. Me es difícil ser realista.
128. No mantengo relación con mis amistades.
129. Haciendo un balance de mis puntos positivos y negativos me siento bien conmigo mismo (a).
130. Tengo una tendencia a explotar de cólera fácilmente.
131. Si me viera obligado (a) a dejar mi casa actual, me sería difícil adaptarme nuevamente.
132. En general, cuando comienzo algo nuevo tengo la sensación que voy a fracasar.
133. He respondido sincera y honestamente a las frases anteriores.

CUADRO DE ESPECIFICACIONES DEL INVENTARIO EMOCIONAL BarOn (I-CE)

VARIABLES	CAPACIDAD	INDICADORES	ITEMS
COMPONENTE INTRAPERSONAL	* Demuestra capacidad para entrar en contacto con sus sentimientos, se sienten bien consigo mismo, es positivo, expresa sus sentimientos, son independientes y experimentan confianza en la realización de sus ideas y creencias.	Comprende sus sentimientos y emociones, diferenciando el porqué de los mismos.	<u>Comprensión emocional de sí mismo.</u> 7, 9, 23, 35, 52, 63, 88, 116.
		Expresa sentimientos, creencias y pensamientos sin dañar a los demás; y defiende sus derechos.	<u>Asertividad</u> 22, 37, 67, 82, 96, 111, 126.
		Comprende, acepta y se respeta, aceptando sus aspectos positivos y negativos, como también sus limitaciones y posibilidades.	<u>Autoconcepto</u> 11, 24, 40, 56, 70, 85, 100, 114, 125.
		Realiza lo que realmente puede, quiere y disfruta de hacerlo.	<u>Autorrealización</u> 6, 21, 36, 51, 66, 81, 95, 110, 125.
		Autodirige y se siente seguro de sí mismo para tomar decisiones.	<u>Independencia</u> 3, 19, 32, 48, 92, 107, 121.
COMPONENTE INTERPERSONAL	* Muestra responsabilidad, confiabilidad y capacidad para interactuar, relacionarse con los demás y el trabajo en equipo.	Comprende y aprecia los sentimientos de los demás.	<u>Empatía</u> 18, 44, 55, 61, 72, 98, 119, 124.
		Coopera, contribuye y es un miembro constructivo del grupo social.	<u>Responsabilidad social</u> 16, 30, 46, 61, 72, 76, 90, 98, 104, 119.
		Establece y mantiene relaciones satisfactorias con las personas de su entorno social.	<u>Relación interpersonal</u> 10, 23, 31, 39, 55, 62, 69, 84, 99, 113, 128.
COMPONENTE DE ADAPTABILIDAD	* Demuestra capacidad para adecuarse a las exigencias del entorno, evaluando y enfrentando de manera efectiva las situaciones problemáticas.	Genera e implementa potencialmente soluciones efectivas frente a un problema.	<u>Solución de problemas</u> 1, 15, 29, 45, 60, 75, 89, 118.
		Reconoce lo que ocurre en su entorno.	<u>Prueba de la realidad</u> 8, 35, 38, 53, 68, 83, 88, 97, 112, 127.
		Asumen con facilidad situaciones nuevas.	<u>Flexibilidad</u> 14, 28, 43, 59, 74, 87, 103, 131.
COMPONENTE DE MANEJO DE ESTRÉS	* Demuestra capacidad para resistir el estrés sin perder el control, trabajando bien bajo presión.	Soporta eventos adversos, enfrentando activa y positivamente el estrés.	<u>Tolerancia al estrés</u> 4, 20, 33, 49, 64, 78, 93, 108, 122.
		Resiste o posterga un impulso o tentación para actuar y controlar sus emociones.	<u>Control de los impulsos</u> 13, 27, 42, 58, 73, 86, 102, 117, 130.
COMPONENTE DEL ESTADO DE ÁNIMO EN GENERAL	* Demuestra capacidad para disfrutar de la vida y crear un clima institucional adecuado.	Expresa sentimientos positivos sintiéndose satisfecho con su vida.	<u>Felicidad</u> 2, 17, 31, 47, 62, 77, 91, 105, 120.
		Mantiene una actitud positiva a pesar de la adversidad y los sentimientos negativos.	<u>Optimismo</u> 11, 20, 26, 54, 80, 106, 108, 132.

