



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Talleres de inteligencia emocional para mejorar el servicio
de atención al público en la UAP Filial Huancayo 2018

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Administración de la Educación

AUTORES:

Br. ESTEBAN MAYTA, Mabel Eliana

ASESOR:

Mg. HUAMÁN MUNARRIZ, Silvia

SECCIÓN:

Educación e Idiomas

LÍNEA DE INVESTIGACION

Gestión de la Calidad Educativa

PERÚ – 2018

JURADOS

Presidente

Secretaria

Vocal

A mi Dios eterno padre por su amor puro de haberme enviado a este maravilloso mundo lleno de retos y competencias, que gracias a su ayuda supe salir adelante; asimismo a mi familia por ser el núcleo de toda mi formación en todo aspecto de mi vida y a mi hijo por ser mi compañero divino.

Mabel Eliana.

AGRADECIMIENTO

Mis agradecimientos sinceros van dirigidos a mi familia por el apoyo incondicional y esa iniciativa de motivarme a culminar mis sueños de seguir estudiando.

Agradezco a los trabajadores de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo por la disposición de su tiempo e interacción en los talleres realizados en el semestre 2018-I. Asimismo agradezco a la Mg. Huamán Munarriz, Silvia, por el apoyo en la ejecución y culminación de la tesis.

Finalmente agradezco a la Universidad Cesar Vallejo, a su Escuela de Postgrado por brindarme la oportunidad de prepararme y perfeccionarme en la mención de la maestría que fui capacitada con todo sus profesionales idóneos.

Las autoras.

PRESENTACIÓN

Señores jurados con el debido respeto, presento la investigación titulada: “Talleres de inteligencia emocional para mejorar el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo 2018”, con el objetivo: Determinar la influencia de los talleres de inteligencia emocional en el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo 2018; a fin de cumplir con lo establecido dentro del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo para optar el Grado Académico de Magíster, mención psicología educativa.

A través de la investigación se desarrolló talleres de inteligencia emocional dirigida al personal trabajador de la UAP Filial Huancayo, a fin de mejorar el trato durante el servicio de atención brindada.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación Dicha investigación siguió una serie de pasos metodológicos: Capítulo I Introducción, Capítulo II método, Capítulo III resultados, discusión de resultados, conclusiones sugerencias o recomendaciones y finalmente se presenta las fuentes bibliográficas, según las normas del APA, utilizadas durante todo el proceso, así como las tablas y respectivas figuras y anexos.

El trabajo tiene carácter de preliminar y es posible que existan errores por lo que agradezco vuestras sugerencias para mejorar nuestro perfil profesional.

Las autoras

ÍNDICE

PÁGINAS PRELIMINARES	1
Página del jurado	2
Dedicatoria.....	3
Agradecimiento	4
Declaratoria de autenticidad	5
Declaratoria de autenticidad	6
Presentación	6
Índice	7
RESUMEN	9
ABSTRACT	12
I. INTRODUCCION	
1.1. Realidad problemática.....	14
1.2. Trabajos previos	16
1.3. Teorías relacionadas al tema	25
1.4. Formulación del problema.....	35
1.5. Justificación del estudio	35
1.6. Hipótesis	37
1.7. Objetivos	38
II. MÉTODO	39
2.1. Diseño de investigación	40
2.2. Variables, operacionalización.....	41
2.3. Población y muestra.....	41
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección datos, validez y confiabilidad	42
2.5. Métodos de análisis de datos	43
2.6. Aspectos éticos	43
III. RESULTADOS	49
IV. DISCUSIÓN	45
V. CONCLUSIONES	73
VI. RECOMENDACIONES	
VII. PROPUESTA (obligatorio Doctorado)	

VIII.REFERENCIAS

ANEXOS

Referencias

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Descripción de los talleres	30
Tabla 2 Diferenciación de la actitud de la persona que tiene hacia el cliente	33
Tabla 3 Ficha técnica del cuestionario servicio de atención	42
Tabla 1 Resultados del servicio de atención al público en el pre test	46
Tabla 2 Resultados del servicio de atención según dimensiones	47
Tabla 3 Resultados servicio de atención al público en el post test	48
Tabla 5 Resultados de la diferencia del servicio de atención al público en el pre y post test	51
Tabla 6 Resultados del impacto del programa de inteligencia emocional en el servicio de atención al público	57
Tabla 8 Estadísticas para la verificación de las hipótesis específicas	59

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Diagrama de pescado para la relación de las variables y dimensiones	42
Gráfico 2 Diagrama de resultados del servicio de atención pre test	47
Gráfico 3 Diagrama del servicio de atención al público según dimensiones	48
Gráfico 4 Diagrama de del servicio de atención en el post test.	49
Gráfico 5 Diagrama del servicio de atención al público según dimensiones	50
Gráfico 6 Diagrama de la diferencia del servicio de atención al público en el pre y post test	51
Gráfico 7 Estadísticas descriptivas y de bondad de ajuste en el pre test	52
Gráfico 8 Estadísticas descriptivas y de bondad de ajuste en el post test	53
Gráfico 9 Estadísticas descriptivas y de bondad de ajuste en el post test	54
Gráfico 10 Diagrama de cajas para determinar la influencia de los talleres de inteligencia emocional en el servicio de atención al público	56
Gráfico 11 Diagrama de la distribución “t”	58

RESUMEN

Se desarrollaron talleres de inteligencia emocional a fin de mejorar el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo entre docentes, con el objetivo de determinar Talleres de inteligencia emocional para mejorar el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo 2018; su hipótesis planteada fue, los talleres de inteligencia emocional influyen significativamente en el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo 2018. Los talleres fueron aplicados a 10 trabajadores y la encuesta fue dirigida a los usuarios de la UAP Filial Huancayo. Se utilizó un diseño pre experimental; La técnica fue una encuesta y un cuestionario como instrumento para medir el servicio de atención validada a juicio de expertos. Se utilizó la prueba estadística de la “t” de Student. Después de haber procesado y analizado los resultados de determinó que el programa de inteligencia emocional influye de forma positiva y significativa en el servicio de atención al público de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo periodo 2018. La intensidad de la influencia es del 85,5%. En la fase del post test el 100%.

Palabras clave:

Inteligencia emocional y el servicio de atención al público.

ABSTRACT

Emotional intelligence workshops were developed in order to improve the service of public attention in the UAP Huancayo Branch among teachers, with the objective of determining emotional intelligence workshops to improve the service to the public in the UAP Huancayo Branch 2018; Their hypothesis was that the emotional intelligence workshops significantly influence the public attention service at the Huancayo Branch 2018. The workshops were applied to 10 workers and the survey was directed to the users of the UAP Huancayo Branch. A pre-experimental design was used; The technique was a survey and a questionnaire as an instrument to measure the service of attention validated in the opinion of experts. The statistical test of the Student's "t" was used. After having processed and analyzed the results determined that the emotional intelligence program has a positive and significant impact on the customer service of the Universidad Alas Peruanas Huancayo Branch 2018. The intensity of the influence is 85.5% . In the post test phase 100%.

Keywords:

Emotional intelligence and customer service.

I. INTRODUCCION

1.1. Realidad problemática

En la actualidad la globalización ha provocado cambios en la economía, y sobre todo el comportamiento de grandes mercados así como en empresa y pequeñas empresas con la demanda y exigencia en una buena atención a sus clientes o usuarios. (Dalrymple & Cron, 2000). Esto implica que la calidad de servicio está tomando mucha importancia y demanda en las organizaciones públicas tantas privadas, toda vez que los usuarios o clientes son los que demandan una atención adecuada que genere satisfacción a través de un buen trato o servicio que los trabajadores ofrezcan en el momento de ser atendidos. Si abarcamos a tiempos pasados el tema de la atención era opacada o de poca importancia; pero a medida que pasa los años, la tecnología, el desarrollo del mercado y progresos técnicos, llegaron al usuario.

Los cambios económicos a nivel mundial han impuesto mayor competencia en el ámbito empresarial; las pequeñas empresas se enfrentan a numerosas dificultades para mantenerse en el mercado de forma competitiva, en este caso uno de los temas es el buen trato en la atención a sus usuarios practicando habilidades y destrezas, como puede ser la asertividad, habilidades sociales, inteligencia emocional entre otras que mejoren una buena atención cálida. (Porter, 2002). Implica que el brindar capacitaciones o talleres sobre habilidades sociales, inteligencia emocional entre otras a los trabajadores de una determinada empresa u organización garantizaría una atención adecuada del servicio que brindan los trabajadores de una determinada institución hacia los clientes y usuarios para satisfacer sus necesidades de los mismos, y por ende la empresa mantendría sus clientes o usuarios.

Pues a finales del siglo pasado la calidad del servicio empezó a tener un nivel competitivo destacando la satisfacción de los clientes y ser considerado como una ventaja competitiva para las empresas. Siendo necesario tener en cuenta las necesidades de los clientes, para generar ventajas competitivas, lograr lealtad e incrementar oportunidades de crecimiento y posibilidades de competencia en el mercado.

En el Perú hay empresas que toman en cuenta como factor principal la calidad de servicio, y como resultado se observa muy buenas expectativas de los clientes hacia el producto o servicio que consumen, mientras que en otras empresas no existe la concepción de calidad y satisfacción del cliente. Sin embargo hoy en día muchas empresas saben que están dando toda la capacidad ante la calidad de servicio y esto puede conllevar a una insatisfacción del cliente. Algunas empresas ofrecen un mejor servicio al cliente por ser un factor importante. La administración moderna habla de servicio personalizado, y no de servicio técnico únicamente.

Para precisar más este enfoque sobre la atención al cliente o usuario se toma en cuenta a nivel de institución organizar capacitaciones sobre inteligencia emocional, manejo de emociones, la autoestima para tratar a los demás, comunicación asertiva, habilidades sociales que el trabajador debe tener a fin de hacer lindo la atención a sus clientes o usuarios. Es importante la experiencia del servicio porque en función de ella el cliente emite un juicio de valor respaldado por los hechos que lo van a llevar a tomar una decisión favorable o desfavorable con respecto a la empresa. (Diario Economía, 2012). Si nos abocamos solo en el tema de inteligencia emocional podemos mencionar que ha evolucionado en los últimos años, ha tomado impacto en la industria ya que se aborda diferentes aspectos que las personas deben de poseer para mantener un equilibrio apropiado y una estabilidad laboral, por lo que exigen un trato humano y servicio de calidad. Las emociones influyen en el comportamiento de los trabajadores, y está ligado al trato que reciben los clientes o usuarios. 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. (Vela, 2014).

En la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo, se ha evidenciado que los asistentes de puerta, quienes son las primeras personas que

brindan servicio de atención al público, no brindan una atención de calidad, ocasionándose desinformación y conflicto en los usuarios, muchos de ellos cuentan con un nivel de inteligencia emocional bajo ,ya que vienen a laborar desmotivados , no muestran autocontrol ,empatía es por ello que se decidió implementar talleres de inteligencia emocional a los trabajadores para mejorar el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo.

Considerando que estamos en proceso de alcanzar un propósito grande de acreditación y licenciamiento de acuerdo a los estándares de calidad, la cual motiva cambios en temas de orientación a la atención y prestación del servicio.

En conclusión la calidad de atención al público es importante en toda organización, los factores tienen como función el indicar cómo se puede llegar a brindar un buen servicio, el cual contenga calidad, por ello nos planteamos realizar esta investigación, con el objetivo de determinar la influencia de los talleres de inteligencia emocional para mejorar el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

1.2. Trabajos previos

A continuación se presenta los antecedentes internacionales, nacionales y locales como parte del trabajo ejecutado, que sirvió para elegir la hipótesis como también la discusión de los resultados; asimismo nos permitió direccionar adecuadamente la investigación.

Trabajos Internacionales

Bino, (2016), en su tesis titulada *“Inteligencia emocional y atención al cliente (Estudio realizado con colaboradores del restaurante Albamar Tobogán de la zona 3 de Quetzaltenango), Guatemala”*, cuyo objetivo fue determinar la influencia que tiene la inteligencia emocional en los colaboradores al brindar atención al cliente del restaurante Albamar Tobogán, conformado por 135 sujetos como muestra a quienes se les

aplico el instrumento sobre la inteligencia emocional el Test de Inteligencia personal y un cuestionario para medir el servicio de atención. Quien después concluyó:

Que el nivel de atención al cliente es bueno y que los colaboradores manejan un equilibrio emocional estable y brindan una atención adecuada. (Bino, 2016).

Duque, García y Hurtado, (2016); en su investigación: "*Influencia de la inteligencia emocional sobre las competencias laborales: un estudio empírico con empleados del nivel administrativo*", cuyo objetivo fue de analizar la influencia de la inteligencia emocional sobre el desarrollo de las competencias laborales, dirigido a una muestra de 122 estudiantes de maestría con experiencia laboral superior a tres años y que se encuentran con cargos administrativos. Se utilizó la regresión lineal y el análisis factorial con la finalidad de agrupar aptitudes personales y sociales. Los autores concluyen que:

La inteligencia emocional representada en las aptitudes emocionales y sociales influye positivamente sobre las competencias laborales, encontrando que aspectos como el reconocimiento de emociones, el trabajo en equipo, la comunicación, la orientación al logro, la percepción y la negociación son características del individuo que favorecen la formación de competencias afectando el desempeño laboral. (Duque, García, & Hurtado, 2016).

López (2016); en su tesis titulada: "*Relación entre inteligencia emocional y satisfacción del cliente de la municipalidad de la democracia, departamento de escuintla, Guatemala*", cuyo objetivo fue determinar si existe relación entre la inteligencia emocional de los colaboradores y la satisfacción del cliente que adquiere los servicios de la Municipalidad de la Democracia, departamento de Escuintla. Aplicado a 25 personas que trabajan actualmente en dicha municipalidad, los instrumentos utilizados fue el test T.I.E. para medir inteligencia emocional con sus dimensiones

autoconocimiento, autorregulación, automotivación, empatía y habilidades sociales. Seguidamente concluyo en lo siguiente:

El nivel de inteligencia emocional resulto adecuado toda vez se sitúa en el nivel medio alto a óptimo, determinando que existe un nivel elevado respecto a la satisfacción de los usuarios toda vez que existe un gran esfuerzo de un buen trato entre ellos mismos. (López, 2016)

Rojas (2016), en su tesis titulada: *“La inteligencia emocional en los empleados que prestan servicios a los usuarios del Hospital Germán Vélez Gutiérrez del municipio de Betulia, Antioquia - Colombia”*, cuyo objetivo fue describir el estado de inteligencia emocional de los empleados que prestan servicios en el Hospital Germán Vélez Gutiérrez. La muestra utilizada fue de 25 personas que brindan atención al usuario. El instrumento utilizado fue Inventario de inteligencia emocional (IE Bar-On I-CE para adultos) que consta de 133 ítems con 5 dimensiones: Habilidades intrapersonales, habilidades interpersonales adaptabilidad, manejo del estrés, estado de ánimo general. De nivel descriptivo, de tipo no experimental de tipo transversal. De acuerdo a los resultados concluye el autor:

Existe un predominio de componentes de la inteligencia emocional en los empleados que prestan servicios a los usuarios en el Hospital Germán Vélez Gutiérrez en el municipio de Betulia Antioquia. (Rojas, 2016)

De León (2013), en su tesis titulada: *“Inteligencia emocional y su incidencia dentro del desempeño laboral” (estudio realizado con docentes del nivel medio del Municipio de San Martín Sacatepéquez, Guatemala)*, El principal objetivo del estudio Inteligencia emocional y su incidencia dentro del desempeño laboral, fue: determinar el nivel de inteligencia emocional en los trabajadores y establecer la incidencia dentro del desempeño laboral. Se trabajó con 52 maestros, de los establecimientos siguientes: Institutos Nacionales de Educación Básica y Diversificada.

Institutos Nacionales de Educación Básica de Telesecundaria, Institutos Mixtos de Educación Básica por Cooperativa y Colegio Privado. Mediante el estudio de campo se logró determinar que la inteligencia emocional incide positivamente y en gran manera dentro del desempeño laboral. En conclusión:

Se determinó que los factores de la inteligencia emocional que se aplican eficientemente dentro del desempeño laboral son: conciencia emocional de sí mismo, expresión emocional, conciencia emocional de otros y conexiones interpersonales, se aplican en un porcentaje elevado lo que genera para los centros educativos una ventaja positiva y competitiva. Por lo que se recomienda Brindar talleres y capacitaciones con temas relacionados a inteligencia emocional dentro del trabajo. (De León, 2013)

Droguett (2013), en su tesis titulada: "*Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes, Chile*" cuyo objetivo fue, identificar qué factores son los que tienen más peso en la evaluación que hacen los clientes acerca de las experiencias de servicio que tienen en esta industria. El autor utilizó 5 marcas líderes, y a la aplicación de herramientas estadísticas a una base de datos de respuestas a una encuesta de clientes reales de esta industria. Quien concluye:

Dentro de las principales conclusiones de este estudio está el hallazgo de que las causas de insatisfacción entre las marcas líderes del mercado son similares, la identificación del rol clave que juega el desempeño del vendedor en la evaluación del cliente de su experiencia en el proceso de ventas y la importancia que tiene la calidad de los trabajos realizados al vehículo en el proceso de servicio al vehículo. (Droguett, 2013)

Trabajos Nacionales

Fajardo (2017), en su tesis titulada: *“La inteligencia emocional y desempeño laboral de las teleoperadoras de Essalud en línea Lima – 2017”*, cuyo objetivo fue determinar la relación de causa efecto entre la inteligencia Emocional y el desempeño laboral en las teleoperadoras de EsSalud en Línea Lima que atienden el Centro de Atención de Llamadas del Seguro Social. Dicho estudio obedece a un enfoque cuantitativo, de tipo básico, desarrollado bajo un diseño correlacional, habiéndose utilizado la técnica de la encuesta, con una población comprendida por 175 trabajadores del Centro de Atención de Llamadas del Seguro Social, y aplicó cuestionarios a una muestra de 120 teleoperadoras y se utilizó la prueba de correlación de rho de Spearman para la contrastación de las hipótesis. Se aplicó dos instrumentos para medir la variable. Concluyo:

Que la inteligencia emocional se relaciona directa, alta y significativamente con el desempeño laboral del personal de EsSalud en Línea Lima, de acuerdo al valor p-value igual a 0,925 en el rho de Spearman. (Fajardo, 2017).

Herrera, (2016), en su tesis titulada: *“La inteligencia emocional y su relación con el desempeño laboral de los trabajadores de la municipalidad Provincial de san Martín, Región san Martín”*, cuyo objetivo fue determinar de qué manera la inteligencia emocional se relaciona con el desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de San Martín. Tomándose en cuenta cuatro aspectos principales del desempeño laboral como son: calidad, productividad, toma de decisiones y conocimiento. Corresponde a una investigación transeccional o transversal de tipo correlacional. Medido a una muestra a 152 trabajadores de esta entidad, con el instrumento de inteligencia emocional de Hernández (2008), y el instrumento de desempeño elaborado, los resultados muestran que:

Existe una relación significativa ($r=0.729^{**}; <0,01$) de la inteligencia emocional y el desempeño laboral. Es decir mientras más alta sea la inteligencia emocional en los trabajadores mayor será su desempeño. (Herrera, 2016)

Elera, (2016), en su tesis titulada: *“Tesis estudio de la inteligencia emocional de los trabajadores del banco de crédito del Perú agencia sechura - año 2016”*, cuyo objetivo fue conocer el nivel de Inteligencia emocional de los trabajadores del Banco de Crédito del Perú: Agencia Sechura. Corresponde a una investigación descriptiva transversal, de diseño no experimental. El instrumento fue un cuestionario sobre la inteligencia emocional. En conclusión:

El 100% de los trabajadores de la Agencia Sechura del Banco de Crédito del Perú, presentan una inteligencia emocional aceptable. Donde el 73.3% de los trabajadores muestran un nivel aceptable en las dimensiones autoconciencia, empatía y habilidades sociales; las dimensiones autocontrol y empatía igualmente logran niveles aceptables en el 66.7% de los trabajadores. (Elera, 2016).

Cubas, (2015), en su tesis titulada: *“Análisis de la Inteligencia Emocional de la Teoría de Robert Cooper, para verificar el Desempeño Laboral del Asociado del área de Cajas de la Empresa Sodimac – Chiclayo”*, cuyo objetivo fue determinar la relación entre la inteligencia emocional y desempeño laboral de los asociados del área de cajas de una empresa”, de tipo descriptiva correlacional. Se utilizó el Test de ICE de BarOn e y un cuestionario para medir el desempeño laboral dirigido a 30 asociados del área de cajas de la empresa “SODIMAC”, la cual se concluyó que:

Existe una relación directa y altamente significativa entre la inteligencia emocional y el desempeño laboral, al igual que sus componentes de la inteligencia emocional la mayoría presenta una correlación 0.870 , lo que significa que la inteligencia emocional tiene relación con el desempeño laboral de los colaboradores del área caja de la empresa SODIMAC- Chiclayo. (Cubas, 2015).

Saldaña, (2015), en su tesis titulada: *“Inteligencia emocional y su influencia en el desempeño laboral de la unidad microfinanciero Credimujer Region La Liberta de la ONG Manuela Ramos, Trujillo”*, cuyo

objetivo fue relacionar la variable inteligencia emocional, para desarrollar significativamente las capacidades de los trabajadores y la variable desempeño laboral. Utilizo el muestreo no probabilístico, conformado por 15 colaboradores. Corresponde a una investigación básica, nivel correlacional, diseño descriptivo correlacional – no experimental.

Los resultados demuestran que existe relación lineal positiva y fuerte entre inteligencia emocional y desempeño laboral en la institución donde se aplicó la investigación. (Saldaña, 2015).

Vela, (2014), en su tesis titulada: *“Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas claro Tottus - Mall, de la ciudad de Trujillo”* de la Universidad Privada Antenor Orrego Trujillo, cuyo objetivo fue establecer la influencia que existe entre la calidad del servicio y el nivel de ventas en tiendas de cadenas Claro Tottus - Mall de la ciudad de Trujillo. El autor llegó a la siguiente conclusión:

(a) La calidad del servicio brindada en la cadena de Tiendas Claro- Tottus influye de manera directa en el nivel de ventas lo cual implica que si existe una buena calidad de servicio esto repercute en el incremento del nivel de ventas; (b) los factores controlables como la oferta de los equipos de Claro el trato amable y buena comunicación del promotor influyen de manera positiva en el nivel de ventas; (c) la evaluación de las dimensiones de calidad de servicio, en términos de infraestructura moderna, confiabilidad, empatía, respuesta tiene un impacto positivo en los clientes, debido a que confían en los productos ofertados y son escuchados ante cualquier duda que tengan sobre los productos por parte de los promotores de ventas; y (d) Se puede decir que los niveles de calidad de servicio y los niveles de ventas se relacionan, ya que los clientes lo califican como bueno y regular; en tiendas de cadenas claro tottus – mall, de la ciudad de Trujillo. (Vela, 2014)

Trabajos locales

Miranda, (2017), en su tesis titulada: *“Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el Banco Internacional del Perú, tienda 500 Huancayo”*, cuyo objetivo fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el Banco Internacional del Perú Tienda 500 Huancayo; 2016 – 2017. El tipo de investigación es pura, de diseño no experimental, instrumentos aplicados una muestra de 384 personas. El autor concluye:

Existe suficiente evidencia muestral que afirma a un nivel de significancia del 5% que si existe correlación directa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el Banco Internacional del Perú, Tienda 500 Huancayo. (Miranda, 2017).

Arhuis y Campos, (2015), en su tesis titulada: *“Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de la empresa automotriz San Cristobal – Huancayo 2015”*, cuyo objetivo fue determinar la influencia que existe entre las variables mencionadas. Corresponde al tipo de investigación descriptivo-explicativo; método científico, inductivo-deductivo y analítico-sintético; se utilizó el instrumento SERVPERF y la escala de satisfacción del cliente. La conclusión fue:

La calidad de servicio influye directamente en la satisfacción de los clientes de la Empresa Automotriz San Cristóbal, es decir el 82.2 % de la variación de la satisfacción del cliente esta explicada por la calidad del servicio el resto está explicado por otras variables no estudiadas. Al finalizar la investigación se formuló una propuesta de mejora de calidad de servicio en la Empresa Automotriz San Cristóbal. (Arhuis & Campos, 2015)

Breña y Godoy, (2015), en su tesis titulada: *“La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la marisquería “El peje” – Huancayo”*, cuyo objetivo fue determinar cómo influye la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de la Marisquería; el tipo de fue descriptivo - explicativo, de método científico, deductivo-inductivo y

analítico-sintético; se utilizó un cuestionario, ficha de resumen y transcripción. En conclusión:

La calidad de servicio influye en la satisfacción del cliente de la marisquería “El Peje” de manera significativa tal como lo demuestra la correlación positiva baja entre las variables a un nivel de significancia de 5%. (Breña & Godoy, 2015).

Sovero y Suarez, (2014), en su tesis titulada : “*La calidad de servicio y su influencia en la fidelidad de los clientes, caso Contacom SIC E.I.R.L. en Huancayo metropolitano – 2014*”, cuyo objetivo fue medir el grado de influencia entre la calidad de servicio percibida por los clientes y su fidelidad en la empresa Contacom SIC E.I.R.L. en Huancayo Metropolitano, se aplicó un cuestionario a 206 clientes de Huancayo se utilizó el método científico, de diseño no experimental, correlacional – causal. Concluyo que:

Existe evidencias entre calidad de servicio y fidelidad de los clientes a que la hipótesis han sido demostradas con el empleo de coeficiente de correlación de Pearson resultando un valor de 0.989 ubicada en la zona donde existe una correlación directa muy alta y altamente significativa con un nivel de significancia de 0.01 y un grado de confianza estadística de 99% y además comprobándose que tanto la calidad de servicio y fidelidad de los clientes, se encuentran relacionadas. Por lo tanto: existe correlación entre calidad de servicio y fidelidad de los clientes, determinando que a un servicio de calidad se lograra la fidelidad de los clientes. (Sovero & Suarez, 2014).

Rojas y Solorzano, (2013), en su tesis titulada: “*Influencia del desarrollo de las personas en la calidad de servicio en el área académica de la I.E.P. Excéleni – Huancayo – 2013*”, cuyo objetivo fue conocer la influencia del desarrollo de las personas en la calidad de servicio en el área académica; corresponde al tipo de investigación aplicada, correlacional – causal, sigue al método científico, descriptivo - explicativo, observación y analítico

– sintético; utilizo los instrumentos para medir el desarrollo de las personas y cuestionario de calidad de servicio. Llegando a la conclusión:

Existe una influencia significativa del desarrollo de las personas en la calidad de servicio debido a que la R² ajustada es 0,90 es decir es muy próximo a 1 (90.00%). (Rojas & Solorzano, 2013).

1.3. Teorías relacionadas al tema

Inteligencia emocional

Inteligencia

De acuerdo a Sosa, el constructo sobre inteligencia ha venido sufriendo una serie de aseveraciones, evolucionando en el espacio y el tiempo, por lo que podemos abordar el estudio de la inteligencia a partir de tres enfoques primordiales. (Sosa, 2008).

En el primero, el psicométrico, prevalece una concepción de la inteligencia que puede caracterizarse por ser de naturaleza biológica y susceptible a la medición. El segundo enfoque es el cognitivo, en el que se expresa un paradigma del procesamiento de la información, en el que intervienen diversos factores que conforman un sistema complejo de interacción enfocado a los productos; enfatizando el uso de una diversidad de habilidades de pensamiento y de aprendizaje que son empleadas en la resolución de problemas académicos y extraacadémicos. El tercer enfoque pretende ir más allá del enfoque cognitivo. Es el que encabeza Gardner (1994), quien sostiene que existen distintas inteligencias que pueden ser estudiadas y estimuladas por separado. (Sosa, 2008).

Definición de Inteligencia emocional

Según Bar-On (1977), adaptado por Ugarriza (2003), la inteligencia emocional es definida como un “conjunto de habilidades emocionales, personales e interpersonales que influyen en nuestra habilidad general para afrontar las demandas y presiones del medio ambiente, influyendo en el bienestar general y tener éxito en la vida”. (Ugarriza, 2003, pág. 13).

Por su parte según Bar-On (1977), desde su percepción que la inteligencia emocional es un conjunto de habilidades emocionales, personales e interpersonales que influyen en nuestra habilidad general, centró su estudio en función a los siguientes componentes: intrapersonal, interpersonal, adaptabilidad, manejo del estrés y estado de ánimo general, y luego de analizar sus resultados:

Sostiene que las personas emocionalmente inteligentes son capaces de reconocer y expresar sus emociones, comprenderse a sí mismos, actualizar sus capacidades potenciales, llevar una vida regularmente saludable y feliz. Son capaces de comprender la manera como las otras personas se sienten, de tener y mantener relaciones interpersonales satisfactorias y responsables, sin llegar a ser dependientes de los demás. Son generalmente optimistas, flexibles, realistas, tienen éxito en resolver sus problemas y afrontar el estrés sin perder el control. (Ugarriza, 2003). En síntesis la inteligencia emocional es la capacidad para identificar, diferenciar, reconocer sentimientos propios y ajenos, y la habilidad para manejarlos en función a los intereses y necesidades circunstanciales de cada persona; caracterizándose por demostrar la capacidad para motivarse así mismo, demostrar perseverancia, controlar los impulsos, regular el estado de ánimo, evitar que la angustia interfiera la habilidad racional y la capacidad para empatizar y confiar en los demás.

Modelos de inteligencia emocional

Modelo de Goleman.

La inteligencia emocional se refiere a “la capacidad de aprender a reconocer, canalizar y dominar sus propios sentimientos y empatizar y manejar los sentimientos que aparecen en sus relaciones con los demás”. Esta capacidad engloba cinco capacidades: 1) Autoconocimiento: 2) Autocontrol. 3) Auto motivación. 4) Empatía. 5) Habilidades sociales. (p. 150). (Ugarriza, 2003).

Modelo de Bar-On, citado por Ugarriza, (2003). La inteligencia general está compuesta tanto de la inteligencia cognitiva, evaluada por el CI (coeficiente intelectual) y la inteligencia emocional, evaluada por el CE (coeficiente emocional). Las personas saludables que funcionan bien y son exitosas poseen un grado suficiente de inteligencia emocional. La inteligencia emocional se desarrolla a través del tiempo, cambia a través de la vida, y puede ser mejorada con el entrenamiento y programas remediativos como también por intervenciones terapéuticas; comprende cinco componentes principales:

Intrapersonal, interpersonal, adaptabilidad, manejo del estrés y estado de ánimo general. A su vez, cada una de estas amplias dimensiones involucra un número de subcomponentes que son habilidades relacionadas.

El cociente emocional del componente intrapersonal

Evalúa el sí mismo y el interior. Comprende los siguientes subcomponentes: comprensión emocional de sí mismo (CM), que es la habilidad para identificar y comprender nuestros sentimientos y emociones; diferenciarlos y conocer el sentido de los mismos; asertividad (AS), que 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), que es la habilidad para comprender, aceptar y respetarse así mismo, reconociendo nuestros aspectos positivos y negativos, como también nuestras limitaciones y posibilidades; autorrealización (AR), que es la habilidad para realizar lo que realmente podemos, queremos y disfrutamos de hacerlo; e independencia (IN), es la habilidad para autodirigirse, sentir seguridad de sí mismo con respecto a nuestros pensamientos, acciones y ser independientes emocionalmente para tomar nuestras decisiones.

El cociente emocional del componente interpersonal

Abarca las habilidades y el desempeño interpersonal. Comprende los siguientes subcomponentes: empatía (EM), que es la habilidad de percatarse, comprender, y apreciar los sentimientos de los demás; las relaciones interpersonales (RI), que es la habilidad para establecer y mantener relaciones mutuas satisfactorias; y la responsabilidad social (RS), que es la habilidad para demostrarse a sí mismo como una persona que coopera, contribuye y que es un miembro constructivo del grupo social.

El cociente emocional del componente de adaptabilidad

Permite apreciar cuán exitosa es la persona para adecuarse a las exigencias del entorno, evaluando y enfrentando de manera efectiva las situaciones problemáticas. Comprende los siguientes subcomponentes: solución de problemas (SP), que es la habilidad para identificar y definir los problemas como también para generar e implementar soluciones efectivas; la prueba de la realidad (PR), que es la habilidad para evaluar lo que uno piensa (lo subjetivo) y lo que en realidad existe (lo objetivo); y la flexibilidad (FL), que es la habilidad para realizar un ajuste adecuado de nuestras emociones, pensamientos y conductas a situaciones y condiciones cambiantes.

El cociente emocional del componente del manejo del estrés

Comprende los siguientes subcomponentes: tolerancia al estrés (TE), que es la habilidad para soportar situaciones adversas, estresantes y fuertes emociones sin “desmoronarse”, enfrentando activa y positivamente el estrés; y el control de los impulsos (CI), que es la habilidad para resistir o postergar un impulso o tentaciones para actuar y controlar nuestras emociones.

El cociente emocional del componente del estado de ánimo general

Mide la capacidad de la persona para disfrutar de la vida, la perspectiva que tenga de su futuro, y el sentirse contenta en general. Lo comprende

los siguientes subcomponentes: felicidad (FE), que es la habilidad para sentirse satisfecho con nuestra vida, para disfrutar de sí mismo y de otros, divertirse y expresar sus sentimientos positivos; y optimismo (OP), que 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. (p. 14).

Talleres de inteligencia emocional

Los talleres fueron dirigidos a un grupo de trabajadores de la UAP Filial Huancayo durante seis meses dos veces semanales haciendo 32 sesiones. Dicho taller tomo en cuenta una estructura metodológica de Carrió (1991) citado por (Huaman & Gonzalez, 2016):

Presentación: sección para presentar el contenido en general del programa.

Objetivos: Lo que se espera con los talleres.

Actividades de talleres

Secuencia metodológica: son las estrategias constantes que toma en cuenta el desarrollo del programa.

Desarrollo de talleres estratégicas: consiste en cumplir tres procesos (orientaciones, desarrollo de la sesión y cierre de la sesión)

Evaluación: se realiza una evaluación para ver la efectividad del programa.

Objetivo de talleres de inteligencia emocional

Contribuir en la promoción de la salud mental y bienestar emocional a fin de garantizar una atención adecuada al público.

Tabla 2

Descripción de los talleres

SUBPROGRAMAS	CONTENIDO ACTIVIDADES	DE OBJETIVOS
HABILIDADES SOCIALES:	Te conozco por la voz/ te conozco por la letra	Favorecer el inicio de nuevas relaciones. Desarrollar el conocimiento mutuo.
	Mi grupo de clase	Mejorar las capacidades de comunicación interpersonal. Desarrollar habilidades para expresar sentimientos sobre otros.
	El libro de “yo soy maravilloso”	Desarrollar habilidades para expresar los sentimientos, deseos, autoafirmaciones propias.
	El dibujo de mi vida	Desarrollar habilidades para expresar los sentimientos, deseos, autoafirmaciones.
AUTOESTIMA	Ando conociéndome	Ejercitar habilidades de autoconocimiento. Fomentar una visión realista y positiva de sí mismo / a y de las propias posibilidades. Descubrir las bases teóricas de la autoestima.
	Acepto mi figura corporal	Conocer el grado de aceptación de la figura corporal y de sus partes. Reflexionar sobre cómo favorecer la aceptación de la figura corporal.
	Anuncio publicitario de mi persona	Ejercitar habilidades de autoconocimiento y de autorrevelación hacia los demás.
	Yo soy	Aumentar la autoestima. Tomar conciencia de que nuestra autovaloración será positiva o negativa en función de con quién nos comparemos
AUTOCONTROL EMOCIONAL	Talleres de control emocional	Detectar los propios impulsos Reconocer los sentimientos que generan

	<p>Aprender a pensar antes de actuar</p> <p>Reflexionar sobre las consecuencias de la impulsividad</p> <p>Adquirir destreza para la resolución de problemas, explicándole la técnica paso a paso y mediante la aplicación de casos prácticos.</p>
--	---

F

Fuente: (Huaman & Gonzalez, 2016)

Secuencia metodológica

Se seguirá la siguiente secuencia:

Se ofrece la Bienvenida

Orientaciones de las sesiones

Desarrollo de la sesión

Cierre de la sesión

Cada sub programa durará de entre 20 a 40 minutos aproximadamente, 4 veces al mes.

El grupo de estudiantes se reunirán en un ambiente amplio brindado por la Institución.

Al terminar cada sub programa, se sugiere deberán para practicar lo que han aprendido.

Es importante que participen en el desarrollo de todos los programas.

Definición del Servicio

Según Kotler “un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra”. (Kotler G. , 2013) Por lo tanto, un servicio es esencialmente intangible y no se puede poseer. El servicio es una acción utilitaria que satisface una necesidad específica de un cliente. Los servicios son una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones ofrecidos a la venta y son básicamente intangibles ya que no tienen como resultado la obtención de la propiedad de algo. (Kotler & Armstrong, 2008).

Es el efecto de servir a disposición de una persona, organización, iglesia o estado; función desempeñada en el estado, tiempo que un ciudadano esta como un soldado culto, celebración del oficio divino, utilidad restada, organización y personal destinados a satisfacer necesidades públicas, disposición, empresa destinada a satisfacer intereses públicos, favor, gracia, beneficio, ayuda, trabajo, utilidad, provecho, cortesía con que se ofrece algo a alguien (Colunga, 1995).

Se tiene que tener en cuenta la distinción entre bienes y servicios no siempre es perfectamente clara. De hecho, puede ser muy difícil, si no es que imposible, proporcionar un ejemplo de un bien o de un servicio puros. Un bien puro implicaría que “los beneficios recibidos por el consumidor no contienen elementos proporcionados por el servicio. De manera similar un servicio puro no contendrá elementos tangibles”.(Hoffman & Bateson, 2011, pág. 4)

Los servicios son actos proceso y desempeños proporcionados o coproducidos por una entidad o persona para otra entidad o persona (Gremler, Zeithaml, & Bitner, 2009). El servicio es el mérito que se logra ofreciendo su disponibilidad a otra persona o entidad procurando éticamente proporcionarle los recursos de que se disponen (talento, inteligencia, atención, creatividad, cortesía, lealtad, honradez, etc.).

Servicio al cliente

Es el servicio proporcionado en apoyo de los productos centrales de una compañía. Las compañías, por lo común, no cobran por el servicio al cliente. “Este puede presentarse en el sitio (como cuando un empleado minorista ayuda a un cliente a encontrar un artículo deseado o responde a una pregunta) o bien acercarse por teléfono o por internet”. (Gremler, Zeithaml, & Bitner, 2009, pág. 5).

La idea principal del servicio al cliente es el trabajo que una persona hace para el beneficio de un cliente y para ello diseño un cuadro comparativo que permitirá hacer claro, al que le es aplicada de la actitud de la persona que tiene hacia el cliente. (Droguett, 2013). A continuación el cuadro de diferenciación:

Tabla 1

Diferenciación de la actitud de la persona que tiene hacia el cliente

N°	“SE TIENE ÉXITO AL PRESTAR SERVICIOS”	“SE FRACASA AL PRESTAR SERVICIOS”
1	Cuando se tiene una actitud positiva y un carácter alegre.	Cuando se está deprimido y enojado
2	Cuando se disfruta trabajando con y para otras personas.	Cuando se prefiere trabajar solo con “cosas”.
3	Cuando se es capaz de poner al cliente en el centro de atención.	Cuando se necesita ser uno el centro de atención.
4	Cuando se tiene un alto nivel de energía y disfruta trabajando a un ritmo acelerado.	Cuando se desea trabajar a un propio ritmo tranquilo.
5	Cuando se considera que el trabajo es fundamentalmente una profesión de relaciones humanas.	Cuando se espera que las cosas sucedan en forma ordenada y predecible
6	Cuando se acepta que los clientes tienen la razón (incluso en ocasiones que no la tengan)	Cuando se necesita que los demás sepan que uno está en lo correcto

Fuente. (Droguett, 2013)

Calidad de servicio

La mejor manera de empezar un análisis sobre la calidad en el servicio es intentar distinguir primero la calidad en el servicio de la satisfacción del cliente (Hoffman & Bateson, 2011).

Tiene dos atributos que deben ser entendidos por los proveedores de servicio para que estos se distingan de sus competidores. El primero es “la calidad la define el cliente, no el proveedor – vendedor” y el segundo es “los cliente evalúan la calidad de servicio comparando sus expectativas

con sus percepciones de cómo se efectúa este” (Stanton, Etzrael, & & Wlker, 2007).

Es un elemento básico de las percepciones del cliente, la calidad de servicio será el elemento dominante n las evaluaciones de los clientes (Gremler, Zeithaml, & Bitner, 2009, pág. 111).

Dimensiones de la calidad de servicio.

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

Dimensión fiabilidad y seguridad

Para garantizar una atención adecuada es importante brindar un servicio correcto basado en principios y técnicas de comunicación y atención de tal forma garantice confiabilidad y seguridad a los usuarios. A continuación alguna indicadora:

Dimensión atención y capacidad de respuesta

Consiste en la inmediata disposición con agilidad oportuna hacia los clientes o usuarios de forma rápida y amena evitando la burocracia.

Dimensión elementos tangibles

Los servicios tangibles tienen que ver con el aspecto físico y comodidades que brinda la institución tal como se refiere en los siguientes indicadores:

Dimensión empatía

Capacidad que permite al trabajador de ponerse en lugar de los usuarios y ello motive en atenderlos de manera adecuada.

1.4. Formulación del problema

Problema general

¿De qué manera influyen los talleres de inteligencia emocional en el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo 2018?

Problema específico 1

¿De qué manera influyen los talleres de inteligencia emocional en la dimensión fiabilidad y seguridad brindada al público en la UAP Filial Huancayo 2018?

Problema específico 2

¿De qué manera influyen los talleres de inteligencia emocional en la dimensión Atención y capacidad de respuesta brindada al público en la UAP Filial Huancayo 2018?

Problema específico 3

¿De qué manera influyen los talleres de inteligencia emocional en la dimensión Elementos tangibles brindada al público en la UAP Filial Huancayo 2018?

Problema específico 4

¿De qué manera influyen los talleres de inteligencia emocional en la dimensión empatía brindado al público en la UAP Filial Huancayo 2018?

1.5. Justificación del estudio

En la actualidad a nivel de la institución Educativa N° 36424 de Alto Marayniyocc, se viene observando dificultades con los docentes, en temas de clima institucional por las inadecuadas relaciones interpersonales durante las reuniones donde se trata temas como el avance de los estudiantes, su rendimiento, metodologías a utilizar, entre otros constituye un pilar fundamental para reforzar buenas o malas relaciones interpersonales entre ellos, además la frecuencia con la que éstos se reúnen es vital, pues el reunirse una vez al mes, no genera la

misma discusión o acercamiento que una o dos veces por semana. Todo esto afecta a nivel de nuestra institución. Frente a esta situación se a coordinado con el director de la institución a fin de proponer talleres de desarrollo y practica de relaciones interpersonales, razón por el cual se h seleccionado desarrollar talleres que permitan el desarrollo de las relaciones interpersonales. Se considera importante tocar este tema como actividad extracurricular y de capacitación dirigido a los docentes ya que, son aquellas interacciones que describen el trato, contacto y comunicación que se establece entre las personas en diferentes momentos. Son las interacciones que se establecen diariamente con los semejantes, llámense compañeros de trabajo, de oficina, entre otros. (Chiavenato, 2009).

En el aspecto teórico, la investigación contribuirá con un diagnóstico de un antes y después sobre el clima institucional de los docentes, y este trabajo de investigación será un antecedente para otras investigaciones de este tipo y nivel. Asimismo contribuirá con las conclusiones y resultados para quienes quieran realizar este estudio y ser una teoría modelo para las demás instituciones que en la actualidad padecen de dificultades en el clima institucional.

En el aspecto social la investigación se justifica ya que en la actualidad observamos dificultades de sociabilidad y de relaciones interpersonales con los demás, sobre todo las conductas y comportamientos inadecuados de acuerdo a su nivel profesional, puesto que estamos en una época en que la sociedad está cada vez más violenta y con problemas sociales; es por ello que se considera importante toda la investigación porque permite adecuarse a cada criterios social.

En el aspecto metodológico, la investigación fomentó los talleres interactivos, prácticos y aplicativos que garantizaron las relaciones interpersonales entre los docente, que les permitieron comunicarse con empatía, asertividad y aprendieron a ar soluciones de conflicto basado con el control emocional y asertividad. Es decir garantizar personas que

resuelven sus propios problemas y se relacionan con los demás de manera adecuada y eficiente.

Son los motivos que permitieron la realización de la investigación.

1.6. Hipótesis

Hipótesis general

Los talleres de inteligencia emocional influyen significativamente en el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

Hipótesis específicas 1

Los talleres de inteligencia emocional influyen significativamente en la dimensión fiabilidad y seguridad brindado al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

Hipótesis específicas 2

Los talleres de inteligencia emocional influyen significativamente en la dimensión Atención y capacidad de respuesta brindado al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

Hipótesis específicas 3

Los talleres de inteligencia emocional influyen significativamente en la Elementos tangibles brindado al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

Hipótesis específicas 4

Los talleres de inteligencia emocional influye significativamente en la dimensión empatía al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

1.7. Objetivos

Objetivo general

Determinar la influencia de los talleres de inteligencia emocional en el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

Objetivo específico 1

Determinar la influencia de los talleres de inteligencia emocional en la dimensión fiabilidad y seguridad brindado al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

Objetivo específico 2

Determinar la influencia de los talleres de inteligencia emocional en la dimensión Atención y capacidad de respuesta brindada al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

Objetivo específico 3

Determinar la influencia de los talleres de inteligencia emocional en la dimensión Elementos tangibles brindada al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

Objetivo específico 4

Determinar la influencia de los talleres de inteligencia emocional en la dimensión empatía brindada al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

II. MÉTODO.

1.8. Tipo de investigación

El tipo de investigación **ES EXPERIMENTAL** porque el uso del término es bastante coloquial; así, hablamos de “experimentar” cuando mezclamos sustancias químicas y vemos la reacción provocada, o cuando nos cambiamos de peinado y observamos el efecto que suscita en nuestras amistades dicha transformación. Es decir esta vez manipularemos la variable riesgos de salud mental (Hernández, Fernández, & Baptista, 1994)

La investigación a través de los talleres de inteligencia emocional pretendió mejorar la atención al público usuarios de la UAP Filial Huancayo.

1.9. Diseño de investigación

El diseño que corresponde al presente estudio es **PRE EXPERIMENTAL**, porque recibirán los tratamientos experimentales, conformado por un solo grupo experimental (Hernández, Fernández, & Baptista, 1994).

Diseño:

G.E: O₁ X O₂

Donde:

G.E: Grupo experimental

O₁.: pre test

O₂: post test

X: Representa la manipulación de la variable independiente.

1.10. Variables, operacionalización

(Ver en anexos)

1.11. Población y muestra

1.11.1. Población: La población “es un conjunto finito e infinito de elementos, seres o cosas, que tienen atributos o características comunes susceptibles de ser observados” (Valderrama, 2013, p. 182). Al respecto, la población de presente estudio está conformada por los trabajadores y usuarios de la UAP Filial Huancayo.

1.11.2. Muestra: La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. Al respecto, la muestra de presente estudio está conformada por 10 trabajadores y 30 usuarios de la UAP Filial Huancayo. Como grupo experimental los docentes y grupo de encuesta los usuarios.

1.11.3. El muestreo: el muestreo será **EL NO PROBABLISTICO**, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. Aquí el procedimiento no es mecánico ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación. (Hernández, Fernández, & Baptista, 1994). Los criterios que se tomó en cuenta para la selección de muestra fue:

Criterios de inclusión: todos los trabajadores y usuarios de la UAP Filial Huancayo y usuario que viene constantemente a realizar sus trámites y otros asuntos administrativos y académicos.

Criterios de exclusión: trabajadores que no participaron al 100% en el los talleres de inteligencia emocional y usuarios que no llenaron inadecuadamente los instrumentos.

1.12. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

1.12.1. La técnica que utilizó será una encuesta, para medir la atención al usuario de la UAP Filial Huancayo.

1.12.2. El instrumento fue un cuestionario, validado por Huaman & Gonzalez, (2016), que permitirá medir el antes y después de la atención al usuario por parte de los trabajadores.

1.12.3. Validez y confiabilidad: la validez del instrumento se realizó a través de juicio de expertos (ver en anexo)

Tabla 4

Ficha técnica del cuestionario servicio de atención

Nombre del instrumento	Cuestionario para medir el servicio de atención
Autor	Huamán, S & Gonzalez, K.D (2016)
Objetivo	Medir el servicio de atención de los funcionarios y/o administrativos
Componentes de medición e ítems	Fiabilidad y seguridad: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 Atención y capacidad de respuesta:11,12,13,14,15,16,17,18,19,20. Elementos tangibles: 21,22,23,24,25. Empatía: 26,27,28,29,30. El test consta de 30 ítems.
Dirigido	Usuarios del sector público o privado, varón o mujer a partir de los 15 años para adelante.
Forma de aplicación	Se aplica de manera individual o colectiva. Lo es marcar la numeración que cree conveniente según la escala presentada
Tiempo	Dura entre 10 a 15 minutos
Confiabilidad	Alfa de Crombach: 0,98
Validado por:	Ps. Mg. Diana Aylas. Ps. Mg. Silvia Huamán Munarriz. Dra. Gladys Espinoza Herrera.

1.13. Métodos de análisis de datos

En cuanto a la estadística descriptiva, se utilizó las tablas de frecuencia simple y de doble entrada, los diagramas de barras, diagramas de ishikawa, diagramas de cajas, medidas de tendencia central como la media, medidas de dispersión como la desviación estándar, la varianza y los valores extremos, como medidas de posición fundamentalmente la mediana.

Para la parte inferencial se ha utilizado la estadística paramétrica “t” de Student por tener mejores propiedades en cuanto a las estimaciones a fin de obtener la significancia de la relación de influencia de la variable independiente sobre la variable dependiente, la prueba de bondad de ajuste de Kolmogorov – Smirnov para la normalidad de los datos y finalmente el esquema clásico de Karl Pearson para la verificación de la significancia de las hipótesis de investigación.

Como herramienta de apoyo se han utilizado los programas estadísticos IBM SPSS versión 25 (programa estadístico para las ciencias sociales) y el Lenguaje de Programación Estadístico R 3.5.

1.14. Aspectos éticos

La investigación es propio de mi autoría, realizado con dedicación, se logró el objetivo de acuerdo a las normas vigentes de la Universidad Cesar Vallejo, por lo tanto manifiesto que mi trabajo está libre de plagio o copia, la cual puede contrastarse en el programa turnitin toda vez que se trabajó paso a paso utilizando las reglas APA.

III. RESULTADOS

En este capítulo se exponen los resultados principales de la investigación, para lo cual se tiene en cuenta fundamentalmente el diseño de la investigación (pre experimental) y el nivel de medición de las variables de tal manera que se cumplan el objetivo general y específico planteado.

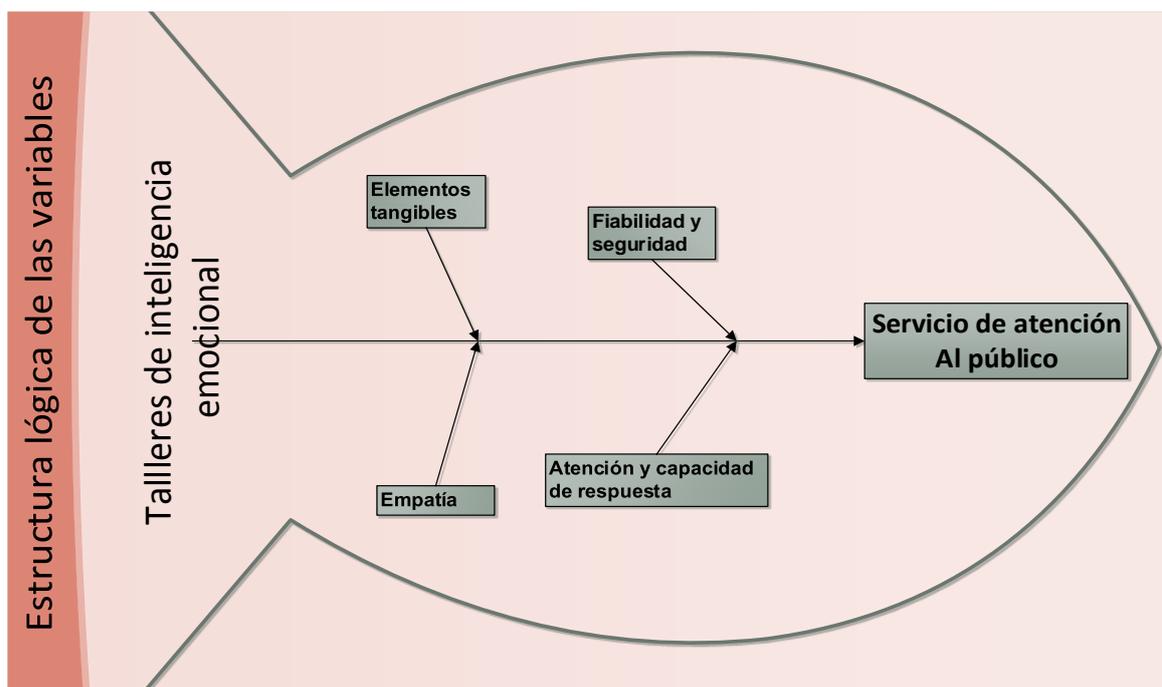
Teniendo en cuenta a Hernández (2014) el instrumento que mide la variable dependiente está elaborado según la escala de Likert; se tipifica generalmente como variables de tipo escalar y se han aplicado el mismo instrumento en dos momentos: pre test y post test.

En cuanto a la estadística descriptiva, se utilizó las tablas de frecuencia simple y de doble entrada, los diagramas de barras, diagramas de pescado, diagramas de cajas, medidas de tendencia central como la media, medidas de dispersión como la desviación estándar, la varianza y los valores extremos, como medidas de posición fundamentalmente la mediana.

Para la parte inferencial se ha utilizado la estadística paramétrica “t” de Student por tener mejores propiedades en cuanto a las estimaciones a fin de obtener la significancia de la relación de influencia de la variable independiente sobre la variable dependiente, la prueba de bondad de ajuste de Kolmogorov – Smirnov para la normalidad de los datos y finalmente el esquema clásico de Karl Pearson para la verificación de la significancia de las hipótesis de investigación.

Como herramienta de apoyo se han utilizado los programas estadísticos IBM SPSS versión 25 (programa estadístico para las ciencias sociales) y especialmente el Lenguaje de Programación Estadístico R 3.5.

Gráfico 9: Diagrama de pescado para la relación de las variables y dimensiones.



Fuente: *Software estadístico.*

En el gráfico 1 se muestra la estructura lógica de las variables en estudio; se observa que la variable independiente está referida a los *talleres de inteligencia emocional*; la variable dependiente está referida al *servicio de atención al público* que está formada por cuatro dimensiones: fiabilidad y seguridad, atención y capacidad de respuesta, elementos tangibles y empatía. El objetivo de la investigación está orientado a identificar la relación de influencia de los talleres de inteligencia emocional en el servicio de atención al público.

3.1 RESULTADOS A NIVEL DESCRIPTIVO

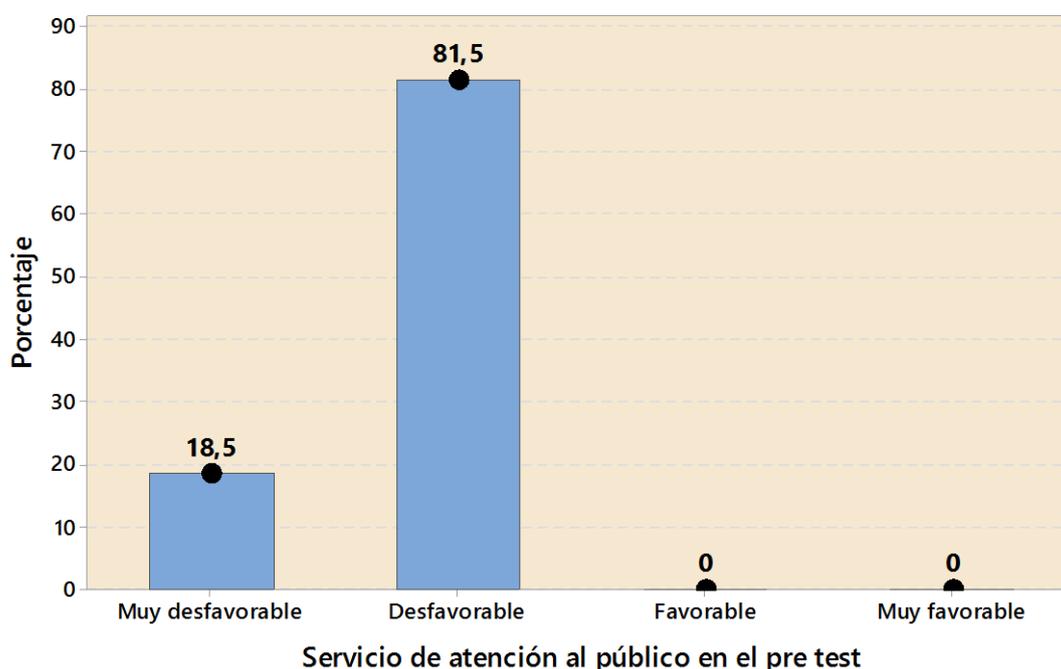
3.1.1 RESULTADOS: SERVICIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO EN EL PRE TEST

Tabla 5: *Resultados del servicio de atención al público en el pre test*

Servicio de atención al público	f	%
Muy desfavorable	5	18,5
Desfavorable	22	81,5
Favorable	-	-
Muy favorable	-	-
Total	27	100,0

Fuente: *Cuestionario de encuesta aplicado.*

Gráfico 10: *Diagrama de resultados del servicio de atención al público*



Fuente: *Cuestionario de encuesta aplicado*

La tabla 1 muestra el resultado del servicio de atención al público en el pre test, podemos observar que el 18,5% (5) de los docentes consideran que el servicio de atención al público es muy desfavorable, el 81,5% (22) consideran que es desfavorable. Prevalece el nivel muy desfavorable.

Tabla 6: *Resultados del servicio de atención al público según dimensiones*

Categoría	Fiabilidad y seguridad		Atención y capacidad de respuesta		Elementos tangibles		Empatía	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy desfavorable	3	11,1	18	66,7	4	14,8	10	37,0
Desfavorable	24	88,9	9	33,3	23	85,2	17	63,0
Favorable	-	-	-	-	-	-	-	-
Muy favorable	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	27	100,0	27	100,0	27	100,0	27	100,0

Fuente: *Cuestionario de encuesta aplicado*

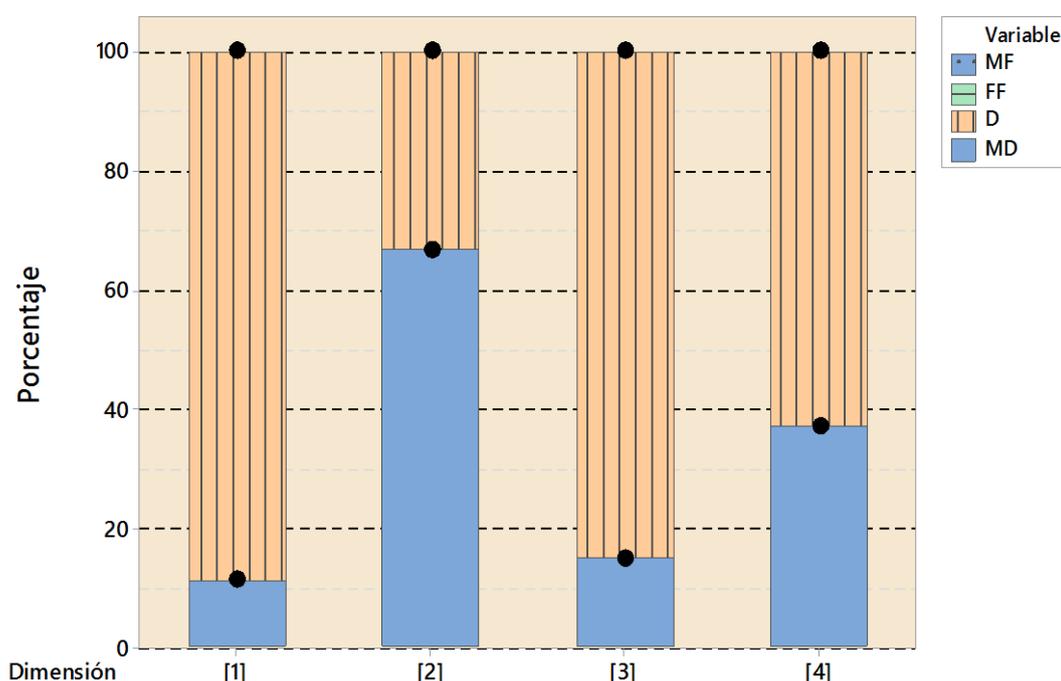
[1] Fiabilidad y seguridad: El 11,1% (3) considera que es muy desfavorable y el 88,9% (24) considera que es desfavorable.

[2] Atención y capacidad de respuesta: El 66,7% (18) considera que es muy desfavorable y el 33,3% (9) considera que es desfavorable.

[3] Elementos tangibles: El 14,8% (4) considera que es muy desfavorable y el 85,2% (23) considera que es desfavorable.

[4] Empatía: El 37,0% (10) considera que es muy desfavorable y el 63,0% (17) considera que es desfavorable.

Gráfico 11: *Diagrama del servicio de atención al público según dimensiones*



Fuente: *Cuestionario de encuesta aplicado*

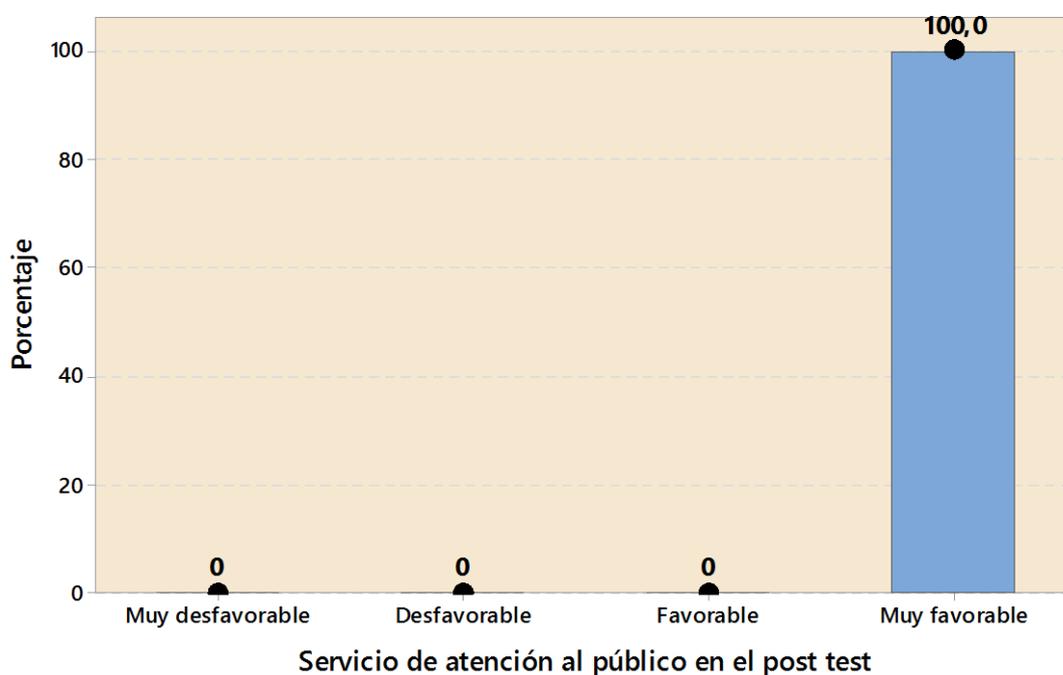
3.1.2 RESULTADOS SERVICIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO EN EL POST TEST

Tabla 7 *Resultados del servicio de atención al público en el post test*

Servicio de atención al público	f	%
Muy desfavorable	-	-
Desfavorable	-	-
Favorable	-	-
Muy favorable	27	100,0
Total	27	100,0

Fuente: *Cuestionario de encuesta aplicado*

Gráfico 12: *Diagrama de resultados: servicio de atención al público en el post test*



Fuente: *Cuestionario de encuesta aplicado*

La tabla 3 muestra el resultado del servicio de atención al público en el post test, podemos observar que el 100% (27) de los docentes consideran que el servicio de atención al público es muy desfavorable.

Tabla 8. *Resultados del servicio de atención según dimensiones en el post test*

Categoría	Fiabilidad y seguridad		Atención y capacidad de respuesta		Elementos tangibles		Empatía	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy desfavorable	-	-	-	-	-	-	-	-
Desfavorable	-	-	-	-	-	-	-	-
Favorable	-	-	-	-	-	-	2	7,4
Muy favorable	27	100,0	27	100,0	27	100,0	25	92,6
Total	27	100,0	27	100,0	27	100,0	27	100,0

Fuente: *Cuestionario de encuesta aplicado*

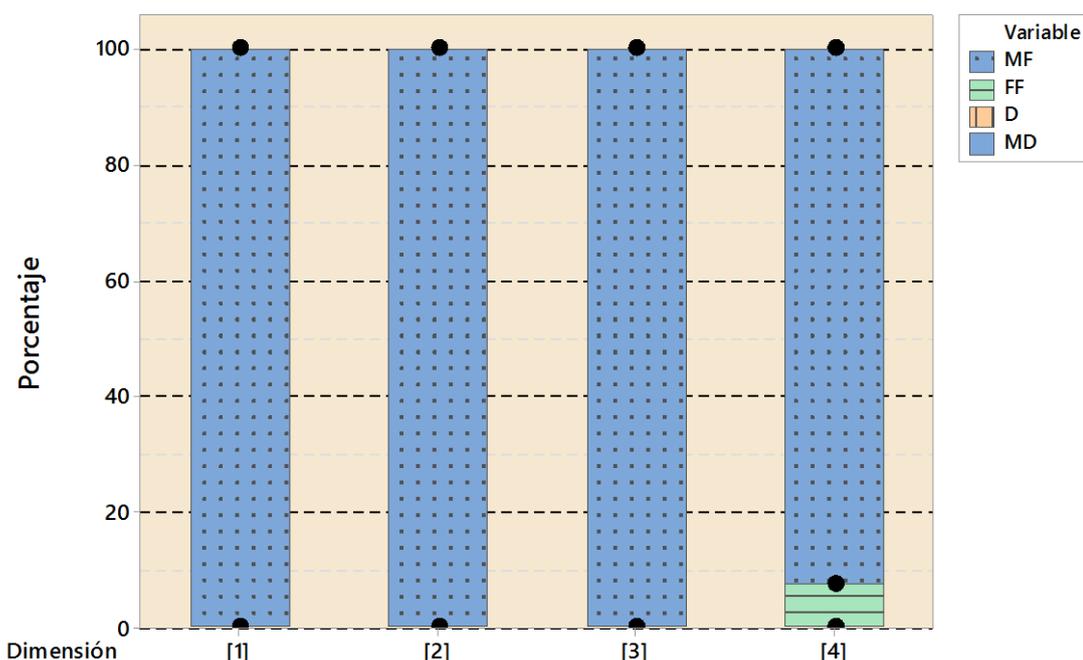
[1] Fiabilidad y seguridad: El 100,0% (27) de usuarios de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo considera que el servicio de atención al público en su dimensión fiabilidad y seguridad es muy favorable.

[2] Atención y capacidad de respuesta: El 100,0% (27) de usuarios de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo considera que el servicio de atención al público en su dimensión atención y capacidad de respuesta es muy favorable.

[3] Elementos tangibles: El 100,0% (27) de usuarios de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo considera que el servicio de atención al público en su dimensión elementos tangibles es muy favorable.

[4] Empatía: El 7,4% (2) de usuarios de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo considera que el servicio de atención al público en su dimensión empatía es favorable y el 92,6% considera que es muy favorable.

Gráfico 13: *Diagrama del servicio de atención al público según dimensiones*



Fuente: *Cuestionario de encuesta aplicado*

3.1.2 RESULTADOS DEL PRE TEST Y POST TEST DEL EXPERIMENTO

La tabla 5 muestra el resultado de la variabilidad del servicio de atención al público en las fases del pre test y post test; como podemos observar que en el nivel muy desfavorable existe una disminución del 18,5%, en el nivel favorable

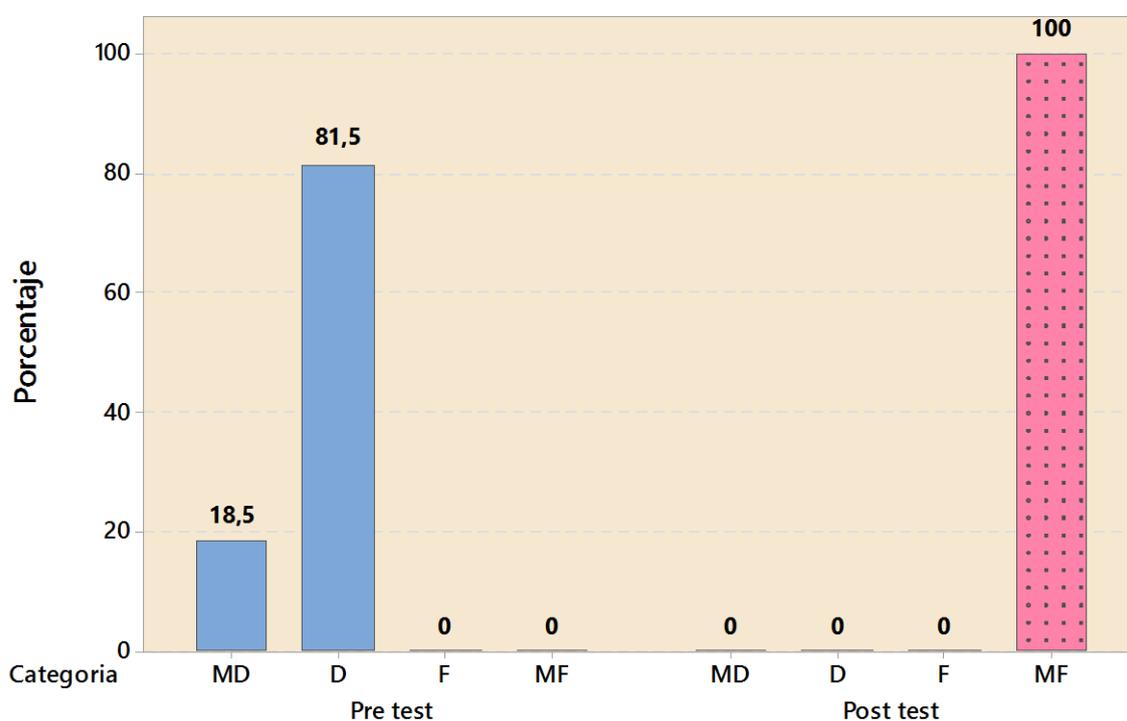
existe una disminución del 81,5%, sin embargo, en el nivel favorable no existe variación y en el nivel muy favorable existe un incremento del 100%.

Tabla 9: *Resultados de la diferencia del servicio de atención al público en el pre y post test*

Categoría	Pre test		Post test		Diferencia	
	f	%	f	%	f	%
Muy desfavorable	5	18,5	-	-	-5	-18,5
Desfavorable	22	81,5	-	-	-22	-81,5
Favorable	-	-	-	-	-	-
Muy favorable	-	-	27	100,0	27	100,0
Total	27	100,0	27	100,0	-	-

Fuente: *Cuestionario de encuesta aplicado.*

Gráfico 14: *Diagrama de la diferencia del servicio de atención al público en el pre y post test*

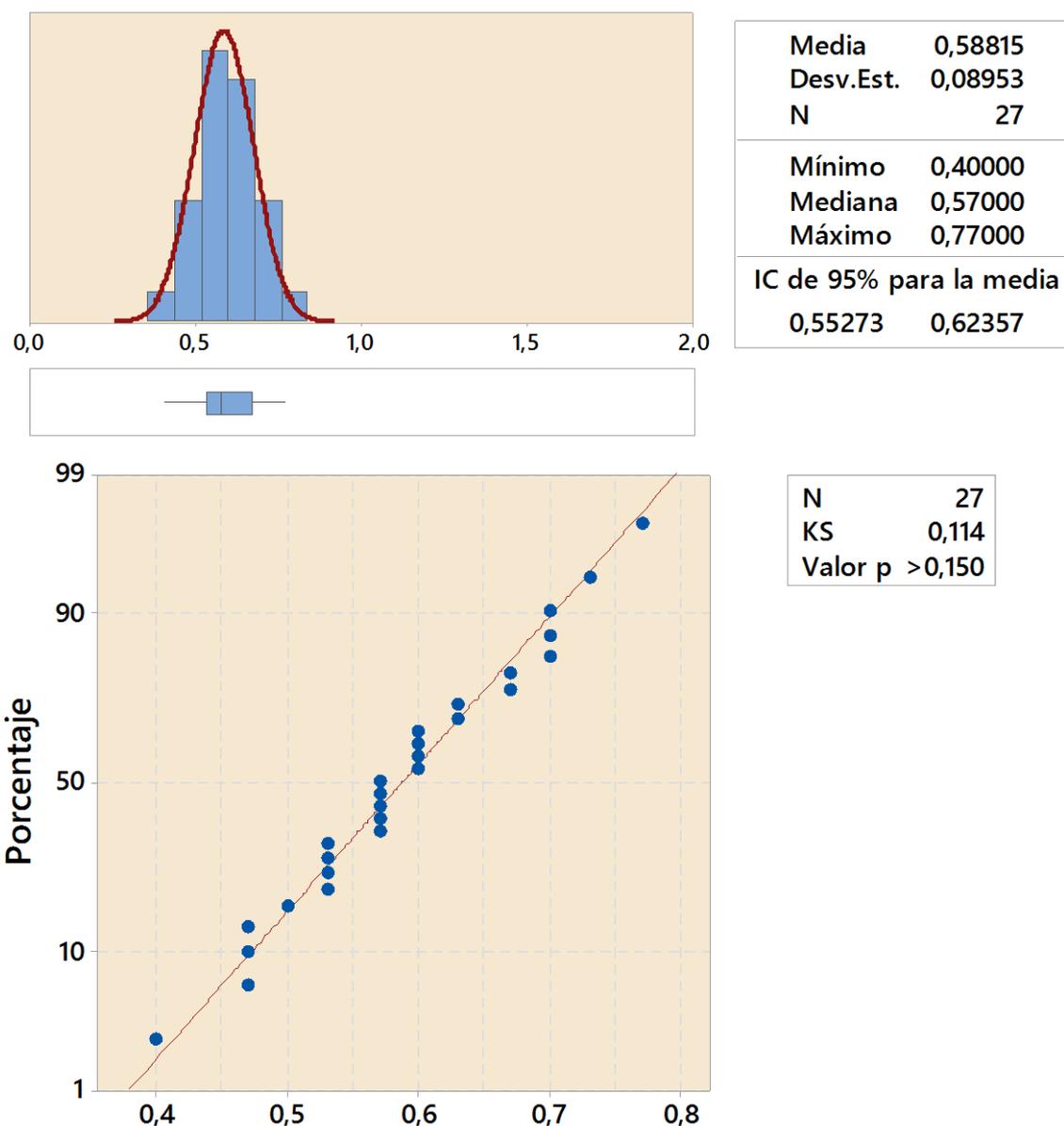


Fuente: *Cuestionario de encuesta aplicado*

3.2 RESULTADOS A NIVEL INFERENCIAL

3.2.1 PRUEBAS DE NORMALIDAD DE LAS MEDICIONES

Gráfico 10: Estadísticas descriptivas y de bondad de ajuste en el pre test



Fuente: *Software estadístico.*

Para la fase del pre test la media obtenida es 0,58815 tipificada como desfavorable, además el valor de la desviación estándar es de 0,08953 que nos representa el grado de dispersión de los datos respecto a la media; el valor mínimo obtenido es 0,40 y el valor máximo es 0,77. Asimismo se muestra los

límites del intervalo de confianza de la media poblacional al 95% [0,55273-0,62357]. El histograma de frecuencia muestra que los datos siguen distribuciones normales. Un resultado mas analítico lo obtenemos verificando un sistema de hipótesis:

- **HIPÓTESIS NULA (H₀)**

La distribución de las puntuaciones del servicio de atención al público en el pre test sigue una distribución normal.

$$X = N(0;1)$$

- **HIPÓTESIS ALTERNA (H₁)**

La distribución de las puntuaciones del servicio de atención al público en el pre test no sigue una distribución normal.

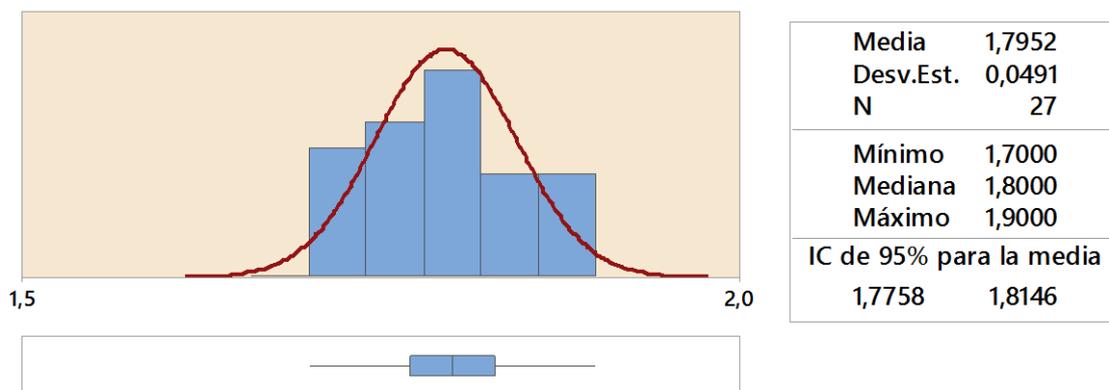
$$X \neq (0;1)$$

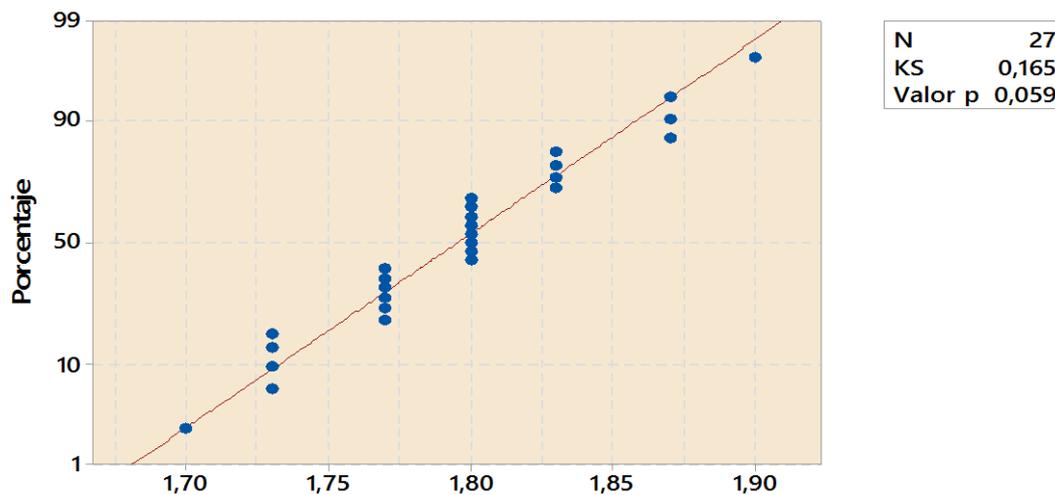
En el gráfico 7 se tienen los resultados de la estadística bondad K-S cuyo valor es:

$$D = \text{Max}|F_n(x) - F_0(x)| = 0,114$$

La misma que tienen un contraste de significancia $p > 0,15 > 0,05$ por tanto aceptamos la hipótesis nula y concluimos que los datos tienen distribución normal.

Gráfico 15: *Estadísticas descriptivas y de bondad de ajuste en el post test.*





Fuente: *Software estadístico*.

Para la fase del post test la media obtenida es 1,7952 tipificada como muy favorable, además el valor de la desviación estándar es de 0,0491 que nos representa el grado de dispersión de los datos respecto a la media; el valor mínimo obtenido es 1,70 y el valor máximo es 1,90. Asimismo se muestra los límites del intervalo de confianza de la media poblacional al 95% [1,7758-1,8146]. Nuevamente el respectivo histograma muestra que los datos siguen distribuciones normales.

- **HIPÓTESIS NULA (H_0)**

La distribución de las puntuaciones del servicio de atención al público en el post test sigue una distribución normal.

$$X = N(0;1)$$

- **HIPÓTESIS ALTERNA (H_1)**

La distribución de las puntuaciones del servicio de atención al público en el post test sigue una distribución normal.

$$X \neq (0;1)$$

En el gráfico 8 se tienen los resultados de la estadística bondad K-S cuyo valor es:

$$D = \text{Max}|F_n(x) - F_0(x)| = 0,165$$

La misma que tienen un contraste de significancia $p=0,059 > 0,05$ por tanto aceptamos la hipótesis nula y concluimos que los datos tienen distribución normal.

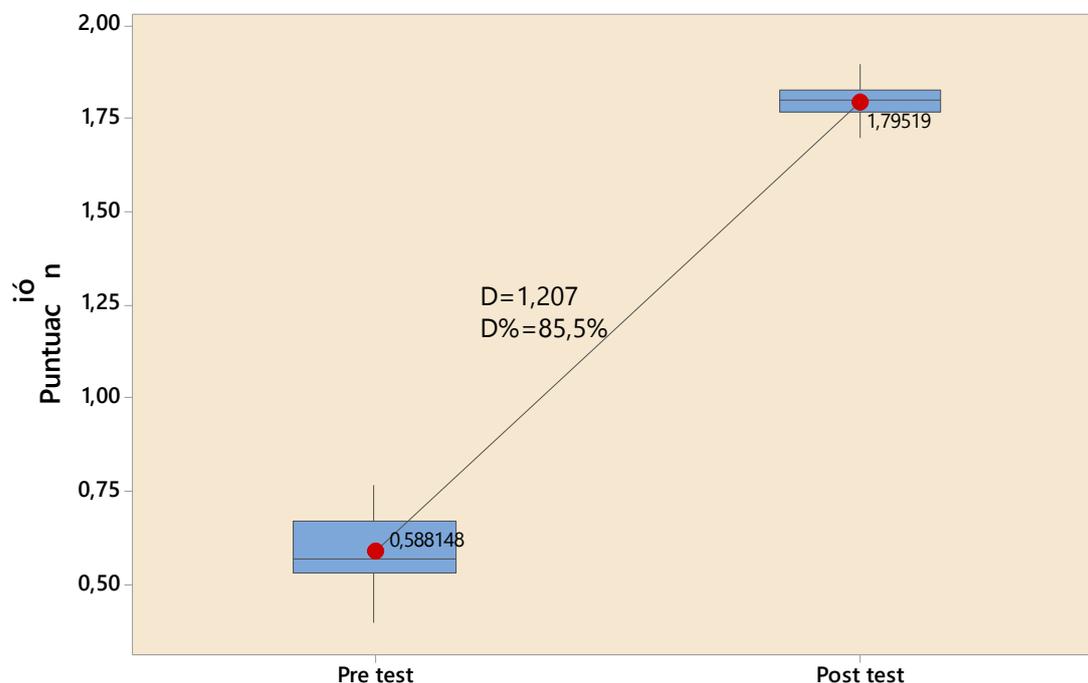
3.2.2 DETERMINACIÓN DE LA INFLUENCIA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE SOBRE LA DEPENDIENTE

De las gráficas 7 y 8 deducimos que la diferencia de medias del pre y post test es:

$$|D| = \mu_{post} - \mu_{pre} = 1,7952 - 0,58815 = 1,207$$

Esta diferencia positiva es la variación media del servicio de atención al público en la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo y se explica por la influencia positiva de la variable *talleres de inteligencia emocional* sobre la variable *servicio de atención al público*. El diagrama de caja siguiente muestra esta diferencia, además se nota que no existe la presencia de casos atípicos y que las cajas no se traslapan lo cual es una evidencia de la presencia de una diferencia significativa, por tanto, una influencia positiva de los talleres de inteligencia emocional.

Gráfico 16: *Diagrama de cajas para determinar la influencia de los talleres de inteligencia emocional en el servicio de atención al público.*



Fuente: *Software estadístico.*

Considerando a autores como Mallar et al. (1980), Smith et al. (1984) y Bloom (1984) que plantean un modelo para identificar la influencia de la variable

independiente sobre la variable dependiente, cuando ha actuado en un espacio temporal la variable.

Si suponemos que dicho modelo se asume que la media esperada de la variable resultado de los desertores del pre test y el post test es la misma. Los mencionados autores plantean el siguiente modelo:

$$D_p = \frac{E(Y_{post}) - E(Y_{pre})}{1 - t}$$

Siendo:

D_p : Efecto esperado de la variable servicio de atención al público.

$E(Y_{post})$: Media en el post test.

$E(Y_{pre})$: Media en el pre test.

t : Tasa de desertores de la muestra.

Las estimaciones de las esperanzas matemáticas lo obtenemos del diagrama de caja anterior, de igual manera por el registro de las actividades al desarrollar los talleres de inteligencia emocional en la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo sabemos que el número de usuarios desertores es cero, con lo cual el impacto esperado es:

$$D_p = \frac{E(Y_{post}) - E(Y_{pre})}{1 - t} = \frac{1,7952 - 0,58815}{1 - 0} = 1,207$$

Este resultado para representarlo en términos porcentuales, utilizamos las especificaciones del instrumento de medición, entonces el imparto de los *talleres de inteligencia emocional en el servicio de atención al público* es:

$$D_p (\%) = \left(\frac{1,207}{2 - 0,58815} \right) \times 100\% = 85,5\%$$

Tabla 11. *Resultados del impacto del programa de inteligencia emocional en el servicio de atención al público*

Dimensiones del servicio de atención al público	Estadísticas			
	E(Y _{pre})	E(Y _{post})	1-t	Influencia
Fiabilidad y seguridad	0,700	1,778	1,00	83%
Atención y capacidad de respuesta	0,467	1,785	1,00	86%
Elementos tangibles	0,630	1,904	1,00	93%
Empatía	0,563	1,741	1,00	82%

Fuente: *base de datos.*

En la tabla anterior observamos la influencia del programa de inteligencia emocional en cada una de las dimensiones del servicio de atención al público.

3.2.3 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL DE INVESTIGACIÓN

Teniendo en cuenta que las puntuaciones del pre y post test de la variable dependiente tienen distribuciones normales, procedemos a utilizar los elementos de la estadística inferencial y específicamente la estadística “t” de Student por tener una muestra pequeña. Para realizar la verificación de la hipótesis de investigación seguimos el esquema propuesto por Karl Pearson.

- **Hipótesis Nula (H₀):**

Los talleres de inteligencia emocional no influyen positiva y significativamente en el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

$$\mu_D = 0$$

Siendo:

μ_D : Diferencia de medias del post y pre test.

- **Hipótesis Alternativa (H₁):**

Los talleres de inteligencia emocional influyen positiva y significativamente en el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

$$\mu_D > 0$$

Considerando un nivel de significancia del $\alpha=5\%$ procedemos a utilizar la estadística “t” de Student para determinar el valor calculado “Vc”:

$$t = \frac{\bar{D}\sqrt{n}}{S_D} = \frac{1,207 \times \sqrt{27}}{0,09971} = 62$$

Siendo:

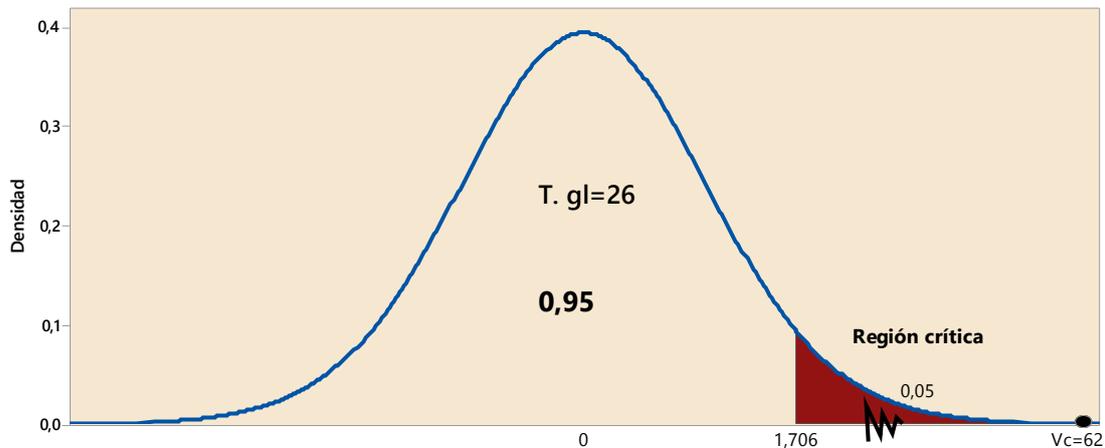
n: Tamaño de la Muestra

D: Diferencia del i-ésimo valor de las muestras.

S_D: Desviación Típica.

El valor tabulado lo ubicamos en la distribución "t" con 26 grados de libertad cuyo punto crítico es 1,706 (obtenido de las tablas estadísticas).

Gráfico 17: *Diagrama de la distribución "t" de student*



Fuente: *Software estadístico.*

Puesto que $V_c > V_t$ ($62 > 1,706$) decimos que se ha encontrado evidencia para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, es decir:

Los talleres de inteligencia emocional influyen positiva y significativamente en el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo 2018 con un 95% de confianza.

Asimismo, se deduce que la probabilidad asociado a la prueba de hipótesis general es:

$$P[t > 62] = 0,00 < 0,05$$

Puesto que esta probabilidad es menor que 0,05 se confirma en rechazar la hipótesis nula y acepta la alterna.

3.2.4 VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

En la siguiente tabla se muestra el resumen de las estadísticas para la verificación de las hipótesis específicas de investigación.

Tabla 12: *Estadísticas para la verificación de las hipótesis específicas.*

Dimensiones del servicio de atención al público	Estadísticas de la influencia con el programa de inteligencia emocional					Decisión
	D	S _D	V _c	V _t	V _C >V _T	
Fiabilidad y seguridad	1,07	0,133	42	1,706	TRUE	Rechaza Ho
Atención y capacidad de respuesta	1,31	0,179	38	1,706	TRUE	Rechaza Ho
Elementos tangibles	1,27	0,201	33	1,706	TRUE	Rechaza Ho
Empatía	1,17	0,243	25	1,706	TRUE	Rechaza Ho

Fuente: base de datos.

a) PRUEBA DE LA PRIMERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

- **Hipótesis Nula (H₀):**

Los talleres de inteligencia emocional no influyen significativamente en la dimensión fiabilidad y seguridad brindado al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

- **Hipótesis Alterna (H₁):**

Los talleres de inteligencia emocional influyen significativamente en la dimensión fiabilidad y seguridad al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

ANÁLISIS

De la tabla 7 podemos observar que el valor calculado de la “t” para muestras relacionadas es 42 y el valor crítico o valor tabulado es de 1,706 con lo cual al ser comparados resulta $42 > 1,706$ por lo cual procedemos a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna con un 95% de confianza.

b) PRUEBA DE LA SEGUNDA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

- **Hipótesis Nula (H₀):**

Los talleres de inteligencia emocional no influyen significativamente en la dimensión Atención y capacidad de respuesta brindado al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

- **Hipótesis Alternativa (H1):**

Los talleres de inteligencia emocional influyen significativamente en la dimensión Atención y capacidad de respuesta brindado al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

ANÁLISIS

De la tabla 7 podemos observar que el valor calculado de la “t” para muestras relacionadas es 38 y el valor crítico o valor tabulado es de 1,706 con lo cual al ser comparados resulta $38 > 1,706$ por lo cual procedemos a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa con un 95% de confianza.

c) PRUEBA DE LA TERCERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

- **Hipótesis Nula (H0):**

Los talleres de inteligencia emocional no influyen significativamente en la dimensión elementos tangibles brindado al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

- **Hipótesis Alternativa (H1):**

Los talleres de inteligencia emocional influyen significativamente en la dimensión elementos tangibles brindado al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

ANÁLISIS

De la tabla 7 podemos observar que el valor calculado de la “t” para muestras relacionadas es 33 y el valor crítico o valor tabulado es de 1,706 con lo cual al ser comparados resulta $33 > 1,706$ por lo cual procedemos a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa con un 95% de confianza.

d) PRUEBA DE LA CUARTA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

- **Hipótesis Nula (H0):**

Los talleres de inteligencia emocional no influyen significativamente en la dimensión empatía brindado al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

- **Hipótesis Alternativa (H1):**

Los talleres de inteligencia emocional influyen significativamente en la dimensión empatía brindado al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

ANÁLISIS

De la tabla 7 podemos observar que el valor calculado de la “t” para muestras relacionadas es 25 y el valor crítico o valor tabulado es de 1,706 con lo cual al ser comparados resulta $25 > 1,706$ por lo cual procedemos a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna con un 95% de confianza.

IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

En la actualidad la globalización ha provocado cambios en la economía, y sobre todo el comportamiento de grandes mercados así como en empresa y pequeñas empresas con la demanda y exigencia en una buena atención a sus clientes o usuarios. (Dalrymple & Cron, 2000). Esto implica que la calidad de servicio está tomando mucha importancia y demanda en las organizaciones públicas tantas privadas, toda vez que los usuarios o clientes son los que demandan una atención adecuada que genere satisfacción a través de un buen trato o servicio que los trabajadores ofrezcan en el momento de ser atendidos. Si abarcamos a tiempos pasados el tema de la atención era opacada o de poca importancia; pero a medida que pasa los años, la tecnología, el desarrollo del mercado y progresos técnicos, llegaron al usuario.

En la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo, se ha evidenciado que los asistentes de puerta, quienes son las primeras personas que brindan servicio de atención al público, no brindan una atención de calidad, ocasionándose desinformación y conflicto en los usuarios, muchos de ellos cuentan con un nivel de inteligencia emocional bajo ,ya que vienen a laborar desmotivados , no muestran autocontrol ,empatía es por ello que se decidió implementar talleres de inteligencia emocional a los trabajadores para mejorar el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo.

Realidad que motivo a formular el objetivo determinar Talleres de inteligencia emocional para mejorar el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo 2018.

Procedemos a discutir lo referente a la validez interna de los resultados de la investigación, la que se justifica por el hecho de haber elegido el diseño adecuado de la investigación y además por haber controlado los factores como:

Historia.- La variable *programa de inteligencia emocional* se ha aplicado en un grupo de usuarios de la Universidad Alas Peruanas que frecuentemente visitan las instalaciones.

Maduración.- La variable *programa de inteligencia emocional* fue aplicada en un periodo de cuatro semanas, que es un periodo adecuado para observar los efectos en la variable dependiente *servicio de atención al público*.

Instrumento.- Tanto en la fase del pre test y post test se han aplicado el mismo instrumento con sus propiedades de validez y confiabilidad.

Para la validez externa de los resultados se han tenido en cuenta los aspectos:

Validez de población.- Los usuarios de la universidad tienen condición socio económica media y similares características culturales.

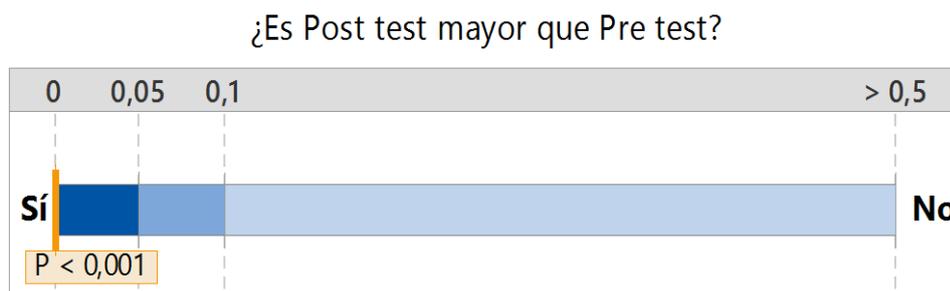
Validez ecológica.- Los resultados positivos del servicio de atención al público son exclusivamente producto de la aplicación del *programa de inteligencia emocional* y no de situaciones medio ambientales que han rodeado el medio ambiente.

Por lo tanto los resultados de la investigación muestran la influencia positiva y significativa del *programa de inteligencia emocional* en el *servicio de atención al público* de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo.

El objetivo de la investigación fue determinar la influencia del *programa de inteligencia emocional* en el *servicio de atención al público*, el impacto es de 85,5%.

Los resultados de la prueba de hipótesis general nos indican que dicha influencia de 85,5% resulta positiva y significativo al nivel de 0,05, pues según el gráfico 11 la probabilidad asociada es $p < 0,05$. Según Hernández (2014) este resultado garantiza que efectivamente la variabilidad de las puntuaciones del servicio de atención al público es causada por la influencia del programa de inteligencia emocional.

Gráfico 18: Diagrama de significancia de la influencia de la variable independiente.



La media de Post test es significativamente mayor que la media de Pre test ($p < 0,05$).

Fuente: *Software estadístico.*

Tal como corrobora Bino, en su tesis titulada *“Inteligencia emocional y atención al cliente (Estudio realizado con colaboradores del restaurante Albamar Tobogán de la zona 3 de Quetzaltenango), Guatemala”*, quien concluye que el nivel de atención al cliente es bueno y que los colaboradores manejan un equilibrio emocional estable y brindan una atención adecuada. (Bino, 2016). Asimismo Duque, García y Hurtado, en su investigación: *“Influencia de la inteligencia emocional sobre las competencias laborales: un estudio empírico con empleados del nivel administrativo”*, quien determina que la inteligencia emocional representada en las aptitudes emocionales y sociales influye positivamente sobre las competencias laborales, encontrando que aspectos como el reconocimiento de emociones, el trabajo en equipo, la comunicación, la orientación al logro, la percepción y la negociación son características del individuo que favorecen la formación de competencias afectando el desempeño laboral. (Duque, García, & Hurtado, 2016).

Se ha determinado que el programa de inteligencia emocional influye de forma positiva y significativa en la dimensión fiabilidad y seguridad del servicio de atención al público de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo periodo 2018, a un 83%.

Se ha determinado que el programa de inteligencia emocional influye de forma positiva y significativa en la dimensión atención y capacidad de respuesta del servicio de atención al público de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo periodo 2018. A un 86%.

Se ha determinado que el programa de inteligencia emocional influye de forma positiva y significativa en la dimensión elementos tangibles del servicio de atención al público de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo periodo 2018, a un 93%.

Se ha determinado que el programa de inteligencia emocional influye de forma positiva y significativa en la dimensión empatía del servicio de atención al público de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo periodo 2018, a un 82%.

De León en su tesis titulada: *“Inteligencia emocional y su incidencia dentro del desempeño laboral” (estudio realizado con docentes del nivel medio del Municipio de San Martín Sacatepéquez, Guatemala)*.

Los resultados de los objetivos específicos en sus diferentes dimensiones demuestran que trabajar temas de inteligencia emocional desarrollan en los trabajadores habilidades de una buena atención así como un buen rendimiento laboral tal como corrobora De León, quien determinó que los factores de la inteligencia emocional que se aplican eficientemente dentro del desempeño laboral son: conciencia emocional de sí mismo, expresión emocional, conciencia emocional de otros y conexiones interpersonales, se aplican en un porcentaje elevado lo que genera para los centros educativos una ventaja positiva y competitiva. (De León, 2013). Así como Fajardo en su tesis titulada: “La inteligencia emocional y desempeño laboral de las teleoperadoras de Essalud en línea Lima – 2017”, demuestra que la inteligencia emocional se relaciona directa, alta y significativamente con el desempeño laboral del personal de EsSalud en Línea Lima, de acuerdo al valor p-value igual a 0,925 en el rho de Spearman. (Fajardo, 2017).

V. CONCLUSIONES

1. Se ha determinado que el *programa de inteligencia emocional* influye de forma positiva y significativa en el *servicio de atención al público* de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo periodo 2018. La intensidad de la influencia es del 85,5%. En la fase del post test el 100% de usuarios de la universidad consideran que el servicio de atención al público es muy favorable.
2. Se ha determinado que el *programa de inteligencia emocional* influye de forma positiva y significativa en la dimensión fiabilidad y seguridad del *servicio de atención al público* de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo periodo 2018. La intensidad de la influencia es del 83%. En la fase del post test el 100% de usuarios de la universidad consideran que la fiabilidad y seguridad del servicio de atención al público es muy favorable.
3. Se ha determinado que el *programa de inteligencia emocional* influye de forma positiva y significativa en la dimensión atención y capacidad de respuesta del *servicio de atención al público* de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo periodo 2018. La intensidad de la influencia es del 86%. En la fase del post test el 100% de usuarios de la universidad consideran que la atención y capacidad de respuesta del servicio de atención al público es muy favorable.
4. Se ha determinado que el *programa de inteligencia emocional* influye de forma positiva y significativa en la dimensión elementos tangibles del *servicio de atención al público* de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo periodo 2018. La intensidad de la influencia es del 93%. En la fase del post test el 100% de usuarios de la universidad consideran que los elementos tangibles del servicio de atención al público, es muy favorable.
5. Se ha determinado que el *programa de inteligencia emocional* influye de forma positiva y significativa en la dimensión empatía del *servicio de atención al público* de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo periodo 2018. La intensidad de la influencia es del 82%. En la fase del post test el 7,4% de usuarios de la universidad consideran que la empatía es favorable y el 92,6% consideran que es muy favorable.

VI. SUGERENCIAS.

1. Implementar a nivel extracurricular programas o espacios que desarrollen habilidades de control emocional, empatía, habilidades sociales en los trabajadores de la UAP Filial Huancayo.
2. Proponer programas de desarrollo personal y profesional, a raves de capacitaciones, perfeccionamiento con la finalidad de garantizar y ofrecer un buen servicio y atención a los demás.
3. Dar continuidad y prioridad en temas de desarrollo social, personal y profesional.

BIBLIOGRAFÍA

- Arhuis, & Campos. (2015). *Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de la empresa automotriz San Cristobal*. Huancayo.
- Bino, I. (2016). *Inteligencia emocional y atención al cliente (Estudio realizado con colaboradores del restaurante Albamar Tobogán de la zona 3 de Quetzaltenango Guatemala*. Guatemala.
- Breña, & Godoy. (2015). *La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la marisquería "El peje"*. Huancayo.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones*. México: McGraw-Hill.
- Colunga, D. (1995). *Administración para la calidad*. Mexico: Panorama.
- Cubas, C. (2015). *Análisis de la Inteligencia Emocional de la Teoría de Robert Cooper, para verificar el Desempeño Laboral del Asociado del área de Cajas de la Empresa Sodimac* . Chiclayo.
- Dalrymple, J. Y., & Cron, L. (2000). *Administración de Ventas*. México: LIMUSA.
- De León, A. (2013). *Inteligencia emocional y su incidencia dentro del desempeño laboral" (estudio realizado con docentes del nivel medio del Municipio de San Martín Sacatepéquez*. Guatemala.
- Diario Economía. (diciembre de 2012). Telefonía celular potencial para hacer negocios.
- Droguett, T. (2013). *Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes*. Chile.
- Duque, J., García, N., & Hurtado, M. (2016). *Influencia de la inteligencia emocional sobre las competencias laborales: un estudio empírico con empleados del nivel administrativo"*, .
- Elera, K. (2016). *Tesis estudio de la inteligencia emocional de los trabajadores del banco de crédito del Perú agencia Sechura*. Sechura.
- Fajardo, P. (2017). *La inteligencia emocional y desempeño laboral de las teleoperadoras de Essalud en línea Lima – 2017"*, . Perú.
- Godoy, B. y. (2015). *La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la marisquería "El peje"* . Huancayo.
- Gremler, V., Zeithaml, M., & Bitner, D. (2009). *Marketing de servicios*. Mexico: McGraw Hill.

- Herrera, Y. (2016). *La inteligencia emocional y su relación con el desempeño laboral de los trabajadores de la municipalidad Provincial de san Martín*. San Martín.
- Hoffman, k. D., & Bateson, E. J. (2011). *Marketing de Servicios*. Mexico: Cengagel Learning.
- Hoffman, k. D., & Bateson, E. J. (2011). *Marketing de Servicios*. Mexico: Cengagel Learning.
- Kotler, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. Mexico: PEARSON.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing* . México: Pearson.
- López, M. (2016). *Relación entre inteligencia emocional y satisfacción del cliente de la municipalidad de la democracia, departamento de escuintla*. Guatemala.
- Miranda, N. (2017). *Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en el Banco Internacional del Perú, tienda 500 Huancayo”, cuyo objetivo fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes*. Lima.
- Porter, M. (2002). *Ventaja Competitiova - Posicionamiento de Servicios en Mercados Competitivos*. México : Continental SA.
- Riveros, S. P. (2007). *Sistema de Gestion de la Calidad del Servicio*. Bogota: Ecoe.
- Rojas, & Solorzano. (2013). *Influencia del desarrollo de las personas en la calidad de servicio en el área académica de la I.E.P. Excéltenti* . Huancayo.
- Rojas, E. (2016). *La inteligencia emocional en los empleados que prestan servicios a los usuarios del Hospital Germán Vélez Gutiérrez del municipio de Betulia*. Antioquia - Colombia.
- Saldaña, L. (2015). *Inteligencia emocional y su influencia en el desempeño laboral de la unidad microfinanciero Credimujer Region La Liberta de la ONG Manuela Ramos*. Trujillo”.
- Sosa, M. (2008). *Escala Autoinformada de Inteligencia Emocional*. España: Universidad de Complutense de Madrid.
- Sovero, & Suarez. (2014). *La calidad de servicio y su influencia en la fidelidad de los clientes, caso Contacom SIC E.I.R.L. en Huancayo metropolitano* . Huancayo.
- Stanton, J. W., Etzael, J. M., & & Wilker, J. B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Mc Graw.
- Ugarriza, N. (2003). *La evaluación de la inteligencia emocional a través del Inventario de BAR - ON (I-CE)* . Lima.

Vela, R. (2014). *Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas claro Tottus - Mall*. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.

ANEXOS

**ANEXO 1
MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**Título: TALLERES DE INTELIGENCIA EMOCIONAL PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO EN LA UAP FILIAL HUANCAYO 2018.
Autor: Mabel Eliana Esteban Mayta**

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION
Problema General: ¿De qué manera influyen los talleres de inteligencia emocional en el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo 2018?	Objetivo General: Determinar la influencia de los talleres de inteligencia emocional en el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo 2018.	Hipótesis General: Los talleres de inteligencia emocional influyen significativamente en el servicio de atención al público en la UAP Filial Huancayo 2018.		Taller de habilidades	Favorecer el inicio de nuevas relaciones. Desarrollar el conocimiento mutuo. Desarrollar habilidades para expresar sentimientos sobre otros.	1,2,3	Escala Ordinal
			Variable 1	Talleres de autoestima	Ejercitar habilidades de autoconocimiento. Fomentar una visión realista y positiva de sí mismo / a y de las propias posibilidades. Ejercitar habilidades de autoconocimiento y de autorrevelación hacia los demás.	4,5,6	
			Talleres de Inteligencia emocional	Talleres de control emocional	Detectar los propios impulsos Reconocer los sentimientos que generan Aprender a pensar antes de actuar Reflexionar sobre las consecuencias de la impulsividad	7,8,9	

MÉTODO Y DISEÑO	POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>TIPO DE ESTUDIO:</p> <p>El tipo de investigación ES EXPERIMENTAL porque el uso del término es bastante coloquial; así, hablamos de "experimentar" cuando mezclamos sustancias químicas y vemos la reacción provocada, o cuando nos cambiamos de peinado y observamos el efecto que suscita en nuestras amistades dicha transformación. Es decir esta vez manipularemos la variable riesgos de salud mental (Hernández, Fernández, & Baptista, 1994)</p> <p>DISEÑO DE ESTUDIO</p> <p>El diseño que corresponde al presente estudio es PRE EXPERIMENTAL, porque estos diseños utilizan solo un grupo experimental (Hernández, Fernández, & Baptista, 1994).</p> <p>Diseño:</p> $G:E \quad O_1 \quad X \quad O_2$ <p>Donde:</p> <p>G.E: Grupo experimental O₁: pre test O₂: post test X: Representa la manipulación de la variable independiente.</p> <p>MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS</p> <p>Para el análisis de datos se tendrá como base la estadística descriptiva e inferencial; se elaboraran las tablas de frecuencias y gráficos estadísticos que respectivamente corresponden a cada indicador, dimensión y variables.</p> <p>El procesamiento de datos se realizará mediante el Programa SPSS-25, para luego determinar el cálculo de las medidas de tendencia central y dispersión.</p> <p>La contrastación de hipótesis se realizará mediante la Prueba t de Student.</p>	<p>POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO:</p> <p>Los talleres serán dirigidos a al personal que labora en la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo, y ellos serán evaluados antes y después de los talleres de inteligencia emocional a través de los usuarios que son estudiantes de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo, entre varones y mujeres.</p> <p>POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO:</p> <ul style="list-style-type: none"> La población estará conformada por usuarios de la Universidad Alas Peruanas Filial Huancayo. <p>POBLACION:</p> <p>Usuarios:50</p> <p>MUESTRA :</p> <p>Trabajadores que participan en los talleres de inteligencia emocional :11</p> <p>Estudiantes que evalúan el servicio: 25</p> <p>Criterios de inclusión:</p> <ul style="list-style-type: none"> Personal contratado por la Uap Filial Huancayo Cargo: Asistentes de puerta (son las primeras personas que brindan atención al público que acude a la Uap Filial Huancayo). <p>Criterios de exclusión:</p> <ul style="list-style-type: none"> Personal contratado por Locación de servicios <p>Usuarios: conformada por 25 usuarios que corresponden al 50% de la población.</p> <p>Criterios de inclusión:</p> <ul style="list-style-type: none"> Estudiantes de la Uap Filial Huancayo Matriculados semestre I-2018 Estudiantes del ciclo superior <p>Criterios de exclusión:</p> <ul style="list-style-type: none"> Personas que acuden a Uap Filial Huancayo esporádicamente. <p>El Muestreo aplicado será la técnica del muestreo no probabilístico por cuotas.</p>	<p>Técnicas : Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario sobre Servicio de atención al público.</p> <ul style="list-style-type: none"> Administración: Público Usuario, UAP Filial Huancayo. Duración: 10 minutos Ámbito de aplicación: oficinas de UAP Filial Huancayo Personal: Sera aplicado por el autor de la investigación. Finalidad: Determinar la opinión del público sobre la atención de la UAP Filial Huancayo Características: lenguaje sencillo y concreto Confiabilidad: Tamaño de muestra significativa Validez: Realizado en las jornadas de trabajo

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
PE1: ¿De qué manera influyen los talleres de inteligencia emocional en la dimensión de fiabilidad y seguridad brindada al público en la UAP Filial Huancayo 2018?	OE1: Determinar la influencia de los talleres de inteligencia emocional en la dimensión de fiabilidad y seguridad brindada al público en la UAP Filial Huancayo 2018.	HE1: Los talleres de inteligencia emocional influyen significativamente en la dimensión de fiabilidad y seguridad brindada al público en la UAP Filial Huancayo 2018.	Variable 2: Servicio de Atención al público	Fiabilidad y seguridad	Muestra seguridad Muestra disponibilidad Comportamiento confiable Estilo de atención Motivación al ser atendido	1,2,3,4,5,6 7,8,9,10	Escala Ordinal
PE2: ¿De qué manera influyen los talleres de inteligencia emocional en la dimensión de Atención y capacidad de respuesta brindada al público en la UAP Filial Huancayo 2018?	OE2: Determinar la influencia de los talleres de inteligencia emocional en la dimensión de Atención y capacidad de respuesta brindada al público en la UAP Filial Huancayo 2018.	HE2: Los talleres de inteligencia emocional influyen significativamente en la dimensión de Atención y capacidad de respuesta brindada al público en la UAP Filial Huancayo 2018.		Atención y capacidad de respuesta	Atención inmediata Dosificación de tiempo Buen trato. Dosificación de tiempo	11,12,13,14,15,16,17,18,19,20	
PE3: ¿De qué manera influyen los talleres de inteligencia emocional en la dimensión de Elementos tangibles brindada al público en la UAP Filial Huancayo 2018?	OE3: Determinar la influencia de los talleres de inteligencia emocional en la dimensión de Elementos tangibles brindada al público en la UAP Filial Huancayo 2018.	HE3: Los talleres de inteligencia emocional influyen significativamente en la dimensión de Elementos tangibles brindada al público en la UAP Filial Huancayo 2018.		Elementos tangibles	Aspectos físicos Pulcritud Accesibilidad Aspecto personal	21,22,23,24,25	
PE4: ¿De qué manera influyen los talleres de inteligencia emocional en la dimensión de empatía brindada al público en la UAP Filial Huancayo 2018?	OE4: Determinar la influencia de los talleres de inteligencia emocional en la dimensión de empatía brindada al público en la UAP Filial Huancayo 2018.	HE4: Los talleres de inteligencia emocional influyen significativamente en la dimensión de empatía al público en la UAP Filial Huancayo 2018.		Empatía	Respeto Calidez de rostro Buen trato Ponerse en lugar de otro	26,27,28,29,30	

EL CUESTIONARIO SOBRE EL SERVICIO DE ATENCION

DATOS GENERALES

Sexo: Masculino Femenino Edad _____ años

Estado Civil:

Soltero Casado convive Viudo Separado

Grado de instrucción:

INSTRUCCIONES GENERALES:

El presente cuestionario es anónimo, por favor, ubique los valores en el casillero sólo una alternativa cuando corresponda. No le tomará más de 15 minutos en responder. Evite interrupciones. Si se equivoca, puede corregir su respuesta.

Agradezco su tiempo dedicado y por aceptar ser parte de esta investigación, muchas gracias.

Valores:

0	1	2
nunca	A veces	Siempre

Nº	Ítems	0	1	2
DIMENSIÓN FIABILIDAD Y SEGURIDAD				
1	La institución promueve seguridad desde el ingreso a la institución.			
2	El personal muestra disponibilidad para atenderme de manera adecuada.			
3	El comportamiento del personal que me atendió me inspiró confianza y seguridad.			
4	Me gusta la forma como atienden los trabajadores de la institución.			
5	Me siento con toda las ganas de retornar hacer tramites documentarios.			
6	Pienso que todos los trabajadores del sector público deberían ser como los que me atienden en la institución			
7	Me gusta el trato cordial y confiable de los trabajadores			

8	El personal transmite de forma clara lo que deseo conocer.			
9	La atención y comunicación de los trabajadores a los clientes es adecuado			
10	Me siento seguro al ingresar a la institución porque sé que nada malo me pasara.			
DIMENSION ATENCION Y CAPACIDAD DE RESPUESTA				
11	Existe un buen servicio, ya que evitan cualquier burocracia.			
12	Espero poco tiempo para ser atendida por los trabajadores.			
13	El trato del personal hacia los usuarios es amable, cálido y empático.			
14	Considero que el trabajador dedica un adecuado tiempo al atenderme			
15	Los trabajadores tienen buena presentación y dialogo.			
16	Atienden y satisfacen con amabilidad mis necesidades documentaria o de trámite inmediatamente.			
17	Cuando acudo al servicio, sé que encontraré las mejores soluciones a mis necesidades.			
18	No me siento ansiosa ni desesperada al esperar mi turno, porque se que cumplirán el horario establecido.			
19	El servicio ha solucionado satisfactoriamente mis demandas en ocasiones pasadas.			
20	En términos generales, considero que el servicio recibido fue satisfactorio.			
DIMENSION ELEMENTOS TANGIBLES				
21	Las instalaciones físicas (paredes, puertas, ventanas, pasillos) de la institución están bien cuidadas.			
22	La limpieza de la institución así como los jardines y pasadizos son impecables.			
23	Las señalizaciones, indicaciones y orientaciones son legibles o claras.			
24	La presentación del trabajador es impecable y adecuado.			
25	Las instalaciones físicas (paredes, puertas, ventanas, pasillos) de la institución están bien cuidadas.			
DIMENSION EMPATIA				
26	El personal trabajador me atendió respetando el orden de llegada y según el horario publicado.			
27	El trabajador me atiende con una sonrisa en el rostro de manera amable.			
28	Recibo un buen trato de los trabajadores.			
29	Me siento agradecida a los trabajadores que saben orientarme lo que desconozco.			
30	Siento que se ponen en mi lugar cuando necesito su atención del personal trabajador.			
¡MUHAS GRACIAS POR SU COLABORACION!				

EL CUESTIONARIO SOBRE EL SERVICIO DE ATENCION

DATOS GENERALES

Sexo: Masculino Femenino Edad 26 años

Estado Civil:

Soltero Casado convive Viudo Separado

Grado de instrucción: Docente.....

INSTRUCCIONES GENERALES:

El presente cuestionario es anónimo, por favor, ubique los valores en el casillero sólo una alternativa cuando corresponda. No le tomará más de 15 minutos en responder. Evite interrupciones. Si se equivoca, puede corregir su respuesta.

Agradezco su tiempo dedicado y por aceptar ser parte de esta investigación, muchas gracias.

Valores:

0	1	2
nunca	A veces	Siempre

Nº	Ítems	0	1	2
DIMENSIÓN FIABILIDAD Y SEGURIDAD				
1	La institución promueve seguridad desde el ingreso a la institución.		X	
2	El personal muestra disponibilidad para atenderme de manera adecuada.		X	
3	El comportamiento del personal que me atendió me inspiró confianza y seguridad.	X		
4	Me gusta la forma como atienden los trabajadores de la institución.	X		
5	Me siento con toda las ganas de retornar hacer tramites documentarios.	X		
6	Pienso que todos los trabajadores del sector público deberían ser como los que me atienden en la institución		X	
7	Me gusta el trato cordial y confiable de los trabajadores		X	

8	El personal transmite de forma clara lo que deseo conocer.	<input checked="" type="checkbox"/>		
9	La atención y comunicación de los trabajadores a los clientes es adecuado		<input checked="" type="checkbox"/>	
10	Me siento seguro al ingresar a la institución porque sé que nada malo me pasara.		<input checked="" type="checkbox"/>	
DIMENSION ATENCION Y CAPACIDAD DE RESPUESTA				
11	Existe un buen servicio, ya que evitan cualquier burocracia.	<input checked="" type="checkbox"/>		
12	Espero poco tiempo para ser atendida por los trabajadores.	<input checked="" type="checkbox"/>		
13	El trato del personal hacia los usuarios es amable, cálido y empático.		<input checked="" type="checkbox"/>	
14	Considero que el trabajador dedica un adecuado tiempo al atenderme	<input checked="" type="checkbox"/>		
15	Los trabajadores tienen buena presentación y dialogo.		<input checked="" type="checkbox"/>	
16	Atienden y satisfacen con amabilidad mis necesidades documentaria o de trámite inmediatamente.	<input checked="" type="checkbox"/>		
17	Cuando acudo al servicio, sé que encontraré las mejores soluciones a mis necesidades.	<input checked="" type="checkbox"/>		
18	No me siento ansiosa ni desesperada al esperar mi turno, porque se que cumplirán el horario establecido.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
19	El servicio ha solucionado satisfactoriamente mis demandas en ocasiones pasadas.		<input checked="" type="checkbox"/>	
20	En términos generales, considero que el servicio recibido fue satisfactorio.	<input checked="" type="checkbox"/>		
DIMENSION ELEMENTOS TANGIBLES				
21	Las instalaciones físicas (paredes, puertas, ventanas, pasillos) de la institución están bien cuidadas.		<input checked="" type="checkbox"/>	
22	La limpieza de la institución así como los jardines y pasadizos son impecables.		<input checked="" type="checkbox"/>	
23	Las señalizaciones, indicaciones y orientaciones son legibles o claras.	<input checked="" type="checkbox"/>		
24	La presentación del trabajador es impecable y adecuado.		<input checked="" type="checkbox"/>	
25	Las instalaciones físicas (paredes, puertas, ventanas, pasillos) de la institución están bien cuidadas.		<input checked="" type="checkbox"/>	
DIMENSION EMPATIA				
26	El personal trabajador me atendió respetando el orden de llegada y según el horario publicado.		<input checked="" type="checkbox"/>	
27	El trabajador me atiende con una sonrisa en el rostro de manera amable.		<input checked="" type="checkbox"/>	
28	Recibo un buen trato de los trabajadores.		<input checked="" type="checkbox"/>	
29	Me siento agradecida a los trabajadores que saben orientarme lo que desconozco.	<input checked="" type="checkbox"/>		
30	Siento que se ponen en mi lugar cuando necesito su atención del personal trabajador.	<input checked="" type="checkbox"/>		
¡MUHAS GRACIAS POR SU COLABORACION!				

FICHA TECNICA DEL CUESTIONARIO SERVICIO DE ATENCION

Nombre del instrumento	Cuestionario para medir el servicio de atención
Autor	Huamán, S & Gonzalez, K.D (2016)
Objetivo	Medir el servicio de atención de los funcionarios y/o administrativos
Componentes de medición e ítems	Fiabilidad y seguridad: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 Atención y capacidad de respuesta: 11,12,13,14,15,16,17,18,19,20. Elementos tangibles: 21,22,23,24,25. Empatía: 26,27,28,29,30. El test consta de 30 ítems.
Dirigido	Usuarios del sector público o privado, varón o mujer a partir de los 15 años para adelante.
Forma de aplicación	Se aplica de manera individual o colectiva. Lo es marcar la numeración que cree conveniente según la escala presentada
Tiempo	Dura entre 10 a 15 minutos
Confiabilidad	Alfa de Crombach: 0,98
Validado por:	Ps. Mg. Diana Aylas.
	Ps. Mg. Silvia Huamán Munariz.
	Dra. Gladys Espinoza Herrera.

EL CUESTIONARIO SOBRE EL SERVICIO DE ATENCION

DATOS GENERALES

Sexo: Masculino Femenino Edad 28 años

Estado Civil:

Soltero Casado convive Viudo Separado

Grado de instrucción: Estudiante

INSTRUCCIONES GENERALES:

El presente cuestionario es anónimo, por favor, ubique los valores en el casillero sólo una alternativa cuando corresponda. No le tomará más de 15 minutos en responder. Evite interrupciones. Si se equivoca, puede corregir su respuesta.
Agradezco su tiempo dedicado y por aceptar ser parte de esta investigación, muchas gracias.

Valores:

0	1	2
nunca	A veces	Siempre

Nº	Ítems	0	1	2
DIMENSIÓN FIABILIDAD Y SEGURIDAD				
1	La institución promueve seguridad desde el ingreso a la institución.			X
2	El personal muestra disponibilidad para atenderme de manera adecuada.			X
3	El comportamiento del personal que me atendió me inspiró confianza y seguridad.			X
4	Me gusta la forma como atienden los trabajadores de la institución.			X
5	Me siento con toda las ganas de retornar hacer tramites documentarios.			X
6	Pienso que todos los trabajadores del sector público deberían ser como los que me atienden en la institución		X	
7	Me gusta el trato cordial y confiable de los trabajadores			X

8	El personal transmite de forma clara lo que deseo conocer.		X	
9	La atención y comunicación de los trabajadores a los clientes es adecuado			X
10	Me siento seguro al ingresar a la institución porque sé que nada malo me pasara.			X
DIMENSION ATENCION Y CAPACIDAD DE RESPUESTA				
11	Existe un buen servicio, ya que evitan cualquier burocracia.		X	
12	Espero poco tiempo para ser atendida por los trabajadores.			X
13	El trato del personal hacia los usuarios es amable, cálido y empático.			X
14	Considero que el trabajador dedica un adecuado tiempo al atenderme			X
15	Los trabajadores tienen buena presentación y dialogo.			X
16	Atienden y satisfacen con amabilidad mis necesidades documentaria o de trámite inmediatamente.			X
17	Cuando acudo al servicio, sé que encontraré las mejores soluciones a mis necesidades.			X
18	No me siento ansiosa ni desesperada al esperar mi turno, porque se que cumplirán el horario establecido.		X	
19	El servicio ha solucionado satisfactoriamente mis demandas en ocasiones pasadas.			X
20	En términos generales, considero que el servicio recibido fue satisfactorio.			X
DIMENSION ELEMENTOS TANGIBLES				
21	Las instalaciones físicas (paredes, puertas, ventanas, pasillos) de la institución están bien cuidadas.			X
22	La limpieza de la institución así como los jardines y pasadizos son impecables.			X
23	Las señalizaciones, indicaciones y orientaciones son legibles o claras.			X
24	La presentación del trabajador es impecable y adecuado.			X
25	Las instalaciones físicas (paredes, puertas, ventanas, pasillos) de la institución están bien cuidadas.			X
DIMENSION EMPATIA				
26	El personal trabajador me atendió respetando el orden de llegada y según el horario publicado.			X
27	El trabajador me atiende con una sonrisa en el rostro de manera amable.			X
28	Recibo un buen trato de los trabajadores.			X
29	Me siento agradecida a los trabajadores que saben orientarme lo que desconozco.			X
30	Siento que se ponen en mi lugar cuando necesito su atención del personal trabajador.		X	
¡MUHAS GRACIAS POR SU COLABORACION!				

FICHA TECNICA DEL CUESTIONARIO

SERVICIO DE ATENCION

Nombre del instrumento	Cuestionario para medir el servicio de atención
Autor	Huamán, S & Gonzalez, K.D (2016)
Objetivo	Medir el servicio de atención de los funcionarios y/o administrativos
Componentes de medición e ítems	Fiabilidad y seguridad: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 Atención y capacidad de respuesta: 11,12,13,14,15,16,17,18,19,20. Elementos tangibles: 21,22,23,24,25. Empatía: 26,27,28,29,30. El test consta de 30 ítems.
Dirigido	Usuarios del sector público o privado, varón o mujer a partir de los 15 años para adelante.
Forma de aplicación	Se aplica de manera individual o colectiva. Lo es marcar la numeración que cree conveniente según la escala presentada
Tiempo	Dura entre 10 a 15 minutos
Confiabilidad	Alfa de Crombach: 0,98
Validado por:	Ps. Mg. Diana Aylas. Ps. Mg. Silvia Huamán Munarriz. Dra. Gladys Espinoza Herrera.

PRE TEST INTELIGENCIA EMOCIONAL

Nº	DIMENSION FIABILIDAD Y SEGURIDAD										DIMENSION ATENCION Y CAPACIDAD DE RESPUESTA										DIMENSION ELEMENTOS TANGIBLES					DIMENSION EMPATIA					NIVEL					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	X	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	X	21	22	23	24	25	X	26	27		28	29	30	X	
1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0.6	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0.3	1	1	0	1	1	0.8	1	1	1	0	0	0.6	0.575		
2	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0.7	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0.4	1	1	0	1	1	0.8	1	1	1	0	0	0.6	0.625	
3	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0.8	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0.6	1	1	0	1	0	0.6	1	1	1	1	1	1	0.75	
4	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0.7	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0.3	0	1	0	1	1	0.6	1	1	1	0	0	0.6	0.55	
5	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0.6	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0.4	0	1	0	1	1	0.6	1	0	1	1	1	0.8	0.6	
6	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0.7	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0.7	1	1	0	1	1	0.8	1	1	1	1	0	0	0.6	0.7
7	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0.7	0	0	1	0	1	1	0	1	1	0	0.5	1	1	0	1	0	0.6	0	0	1	1	0	0.4	0.55	
8	0	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0.5	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0.1	1	1	0	1	1	0.8	1	1	1	1	0	0.8	0.55	
9	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0.8	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0.5	0	1	0	1	1	0.6	1	1	1	1	0	0.8	0.675	
10	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0.7	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0.4	0	1	1	0	1	0.6	1	1	1	0	1	0.8	0.625	
11	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0.9	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0.7	1	1	0	1	1	0.8	0	1	1	1	0	0.6	0.75	
12	0	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0.5	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0.4	0	1	0	1	1	0.6	1	1	1	1	0	0.8	0.575	
13	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0.7	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0.6	0	1	0	1	1	0.6	1	1	1	0	0	0.6	0.625	
14	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0.7	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0.2	0	1	0	0	0	0.2	0	1	1	0	0	0.4	0.375	
15	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0.8	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0.4	0	0	1	1	1	0.6	1	1	0	0	0	0.4	0.55	
16	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0.6	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0.8	1	1	0	1	1	0.8	1	1	1	0	0	0.6	0.7	
17	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0.6	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0.6	1	0	0	1	1	0.6	1	1	0	0	0	0.4	0.55	
18	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0.7	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0.4	1	1	0	1	1	0.8	1	1	0	0	1	0.6	0.625	
19	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0.9	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0.5	1	1	0	1	1	0.8	1	1	0	1	0	0.6	0.7	
20	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0.6	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0.4	1	0	0	1	0	0.4	0	1	1	0	0	0.4	0.45	
21	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0.7	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0.7	0	1	0	1	1	0.6	1	1	0	0	0	0.4	0.6	
22	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0.9	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0.4	1	1	0	1	1	0.8	1	1	1	0	0	0.6	0.675	
23	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0.5	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0.3	1	0	0	1	1	0.6	1	1	1	0	0	0.6	0.5	
24	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0.7	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0.4	1	1	0	1	1	0.8	0	1	1	0	0	0.4	0.575	
25	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0.9	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0.6	0	0	0	1	1	0.4	0	1	0	0	0	0.2	0.525	
26	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0.7	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0.4	1	1	0	1	0	0.6	0	1	1	0	0	0.4	0.525	
27	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0.7	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0.6	1	0	0	0	0	0.2	1	0	0	0	0	0.2	0.425	

PROST TEST INTELIGENCIA EMOCIONAL

Nº	DIMENSION FIABILIDAD Y SEGURIDAD										DIMENSION ATENCION Y CAPACIDAD DE RESPUESTA										DIMENSION ELEMENTOS TANGIBLES					DIMENSION EMPATIA					NIVEL					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	X	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	X	21	22	23	24	25	X	26	27		28	29	30	X	
1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1.8	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1.8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.8	1.85		
2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1.7	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1.8	1	2	2	2	2	1.8	2	2	2	1	2	1.8	1.775	
3	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1.8	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1.7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.8	1.825		
4	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1.9	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1.5	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1.6	1.75	
5	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1.8	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1.8	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1.8	1.85	
6	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1.7	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1.7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.8	1.8		
7	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1.7	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.9	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1.6	1.8	
8	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1.6	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1.9	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.8	1.825	
9	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1.8	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1.7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.8	1.825	
10	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1.6	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1.6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.8	1.75	
11	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1.8	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1.8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.8	1.85	
12	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1.7	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1.8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.8	1.825	
13	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1.8	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.9	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1.4	1.775	
14	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1.8	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1.8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.9
15	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1.8	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1.8	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1.6	1.8	
16	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1.6	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1.8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.8	1.8
17	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1.8	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1.8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.8	1.85
18	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1.8	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1.8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.8	1.85
19	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1.7	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1.8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.8	1.825
20	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1.8	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1.7	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1.6	1.775	
21	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1.7	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1.8	2	1	2	2	2	1.8	2	2	2	2	2	2	1.825	
22	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1.8	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1.8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.8	1.85	
23	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1.8	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1.7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1.8	1.825	
24	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1.4	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1.7	2	2	1	2	2	1.8	2	2	2	2	1	1.8	1.675	
25	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1.8	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1.8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.8	1.85	
26	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1.8	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1.5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.8	1.775	
27	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1.7	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1.8	2	2	2	1	2	1.8	2	2	1	1	2	1.6	1.725	



MEMORANDO N° 064-2018-DG/UAP-F.HYO.

DE : Mg. Luis Edgardo Tapia Samaniego
Director General
UAP Filial Huancayo

A : Abg. Mabel Esteban Mayta
Encargada de la Oficina de Personal
UAP Filial Huancayo

ASUNTO : SOLICITUD DE AUTORIZACION PARA REALIZAR TRABAJO
DE INVESTIGACION

FECHA : Huancayo, 03 de julio de 2018.

Visto su solicitud de fecha 27JUN18, sobre autorización para realizar trabajo de investigación, se le comunica a través del presente, que se le autoriza la misma para los efectos que justifica en la misma.

Atentamente,


Mg. Luis Edgardo Tapia Samaniego
DIRECTOR GENERAL

C.c.: Archivo.



