



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio en una
empresa auditora ubicada en Lima 2020**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración**

AUTOR:

Tuesta Torres, Luis Enrique (ORCID: 0000-0001-9935-7517)

ASESOR:

Dr. Fernandez Bedoya, Victor Hugo (ORCID: 0000-0002-2464-6477)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedico esta investigación a mi abuelo Luis Torres Diaz, mi esposa, mi hijo, mi madre y mis hermanas.

Agradecimiento

Agradezco a todas las personas que de una u otra maneras ayudaron para que esta investigación se haga realidad. Gracias totales.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras.....	viii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
3.1 Tipo y diseño de investigación	24
3.2 Variables y operacionalización.....	24
3.3 Población, muestra y muestreo.....	25
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad ..	25
3.5 Procedimientos	28
3.6 Método de análisis de datos.....	28
3.7 Aspectos éticos.....	29
IV. RESULTADOS	30
V. DISCUSIÓN.....	48
VI. CONCLUSIONES	55
VII. RECOMENDACIONES.....	57
REFERENCIAS.....	59
ANEXOS	65

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Tabla comparativa de antecedentes identificados I.....</i>	9
Tabla 2. <i>Tabla comparativa de antecedentes identificados</i>	10
Tabla 3. <i>Codificación de alternativas de respuesta.....</i>	26
Tabla 4. <i>Codificación de alternativas de respuesta según Chaves-Barboza y Rodríguez-Miranda. (2018)</i>	2
7	
Tabla 5. <i>Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov.....</i>	30
Tabla 6. <i>Estadísticos descriptivos generales</i>	31
Tabla 7. <i>Resultados descriptivos ítem por ítem</i>	33
Tabla 8. <i>Resultados descriptivos ítem por ítem</i>	38
Tabla 9. <i>Prueba de Chi cuadrado de Pearson en la hipótesis general.....</i>	39
Tabla 10. <i>Prueba de regresión lineal en la hipótesis general.....</i>	39
Tabla 11. <i>Tabla cruzada de hipótesis específica.</i>	40
Tabla 12. <i>Tabla cruzada de hipótesis específica.</i>	40
Tabla 13. <i>Prueba de regresión lineal en la hipótesis específica.....</i>	41
Tabla 14. <i>Tabla cruzada de hipótesis específica.....</i>	41
Tabla 15. <i>Prueba de Chi cuadrado de Pearson en la hipótesis específica</i>	42
Tabla 16. <i>Prueba de regresión lineal en la hipótesis específica.....</i>	42
Tabla 17. <i>Tabla cruzada de hipótesis específica.</i>	42
Tabla 18. <i>Prueba de Chi cuadrado de Pearson en la hipótesis específica</i>	43
Tabla 19. <i>Prueba de regresión lineal en la hipótesis específica.....</i>	43
Tabla 20. <i>Tabla cruzada de hipótesis específica.</i>	44
Tabla 21. <i>Prueba de Chi cuadrado de Pearson en la hipótesis específica.....</i>	44
Tabla 22. <i>Prueba de regresión lineal en la hipótesis específica.....</i>	45
Tabla 23. <i>Tabla cruzada de hipótesis específica</i>	45
Tabla 24. <i>Prueba de Chi cuadrado de Pearson en la hipótesis específica.</i>	46
Tabla 25. <i>Prueba de regresión lineal en la hipótesis específica.....</i>	46
Tabla 26. <i>Resultado de la medición de nivel de las variables y dimensiones</i>	46

Tabla 27. <i>Operacionalización de las variables</i>	65
Tabla 28. <i>Matriz de consistencia</i>	68
Tabla 29. <i>Validación de juicio de expertos</i>	86
Tabla 30. <i>Coeficiente de Dos mitades de Guttman</i>	90
Tabla 31. <i>Coeficiente de alfa de Cronbach si se elimina algún elemento</i>	91
Tabla 32. <i>Resultados descriptivos del ítem 1</i>	94
Tabla 33. <i>Resultados descriptivos del ítem 2</i>	94
Tabla 34. <i>Resultados descriptivos del ítem 3</i>	95
Tabla 35. <i>Resultados descriptivos del ítem 4</i>	95
Tabla 36. <i>Resultados descriptivos del ítem 5</i>	96
Tabla 37. <i>Resultados descriptivos del ítem 6</i>	96
Tabla 38. <i>Resultados descriptivos del ítem 7</i>	96
Tabla 39. <i>Resultados descriptivos del ítem 8</i>	97
Tabla 40. <i>Resultados descriptivos del ítem 9</i>	97
Tabla 41. <i>Resultados descriptivos del ítem 10</i>	98
Tabla 42. <i>Resultados descriptivos del ítem 11</i>	98
Tabla 43. <i>Resultados descriptivos del ítem 12</i>	99
Tabla 44. <i>Resultados descriptivos del ítem 13</i>	99
Tabla 45. <i>Resultados descriptivos del ítem 14</i>	100
Tabla 46. <i>Resultados descriptivos del ítem 15</i>	100
Tabla 47. <i>Resultados descriptivos del ítem 16</i>	101
Tabla 48. <i>Resultados descriptivos del ítem 17</i>	101
Tabla 49. <i>Resultados descriptivos del ítem 18</i>	102
Tabla 50. <i>Resultados descriptivos del ítem 19</i>	102
Tabla 51. <i>Resultados descriptivos del ítem 20</i>	102
Tabla 52. <i>Resultados descriptivos del ítem 21</i>	103
Tabla 53. <i>Resultados descriptivos del ítem 22</i>	103
Tabla 54. <i>Resultados descriptivos del ítem 23</i>	104
Tabla 55. <i>Resultados descriptivos del ítem 24</i>	104
Tabla 56. <i>Resultados descriptivos del ítem 25</i>	105
Tabla 57. <i>Resultados descriptivos del ítem 26</i>	105

Tabla 58. <i>Resultados descriptivos del ítem 27</i>	106
Tabla 59. <i>Resultados descriptivos del ítem 28</i>	106
Tabla 60. <i>Resultados descriptivos del ítem 29</i>	107
Tabla 61. <i>Resultados descriptivos del ítem 30</i>	107

Índice de gráficos y figuras

Figura 1. <i>Resumen de hipótesis</i>	4
Figura 2. <i>Teoría de las inteligencias múltiples según Gardner (1983)</i>	11
Figura 3. <i>Modelo de las cuatro ramas según Mayer y Salovey (1997)</i>	13
Figura 4. <i>Modelo mixto de la inteligencia emocional según Goleman (1995)</i>	14
Figura 5. <i>Áreas de la inteligencia emocional y su desarrollo según Olvera, Domínguez y Cruz (1998)</i>	1
5	
Figura 6. <i>Inventario EQ-i de Bar-On según Bar-On (1997)</i>	17
Figura 7. <i>Modelo de la Imagen según Grönroos (1994)</i>	18
Figura 8. <i>Modelo SERVQUAL según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988)</i>	19
Figura 9. <i>Modelo SERVPERF según Cronin y Taylor (1992)</i>	20
Figura 10. <i>Distribución de ítems</i>	26
Figura 11. <i>Cuadro de conclusiones</i>	55

Resumen

Investigación que planteo como objetivo determinar que la inteligencia emocional influye en la calidad de servicio (y de sus dimensiones empatía, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y tangibilidad) en una empresa auditora ubicada en Lima 2020. Investigación con enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, con nivel descriptivo y explicativo, de diseño no experimental y con corte transversal. La población estuvo conformada por 60 empleados de la empresa estudiada. Su muestra fue de 60 empleados (censal). La técnica que se aplicó fue la encuesta de modalidad virtual. El instrumento constó de 30 ítems, el cual fue validado cualitativamente y cuantitativamente, avalado por 5 jueces expertos con el coeficiente de V. Aiken de 1.00; los resultados de confiabilidad dieron valores de 0.970 alfa de Cronbach general y 0.960 de dos mitades de Guttman. Se obtuvieron resultados de pruebas de normalidad, estadísticos descriptivos generales y también por ítems, además de inferenciales. Se concluyó que la inteligencia emocional influye en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020. (sig. = 0.000; $r^2 = 0.595$), así como las dimensiones empatía, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y tangibilidad (sig. = 0.000; $r^2 = 0.328$, sig. = 0.000; $r^2 = 0.389$, sig. = 0.000; $r^2 = 0.579$, sig. = 0.000; $r^2 = 0.388$ y sig. = 0.000; $r^2 = 0.315$ respectivamente).

Palabras clave: Empatía, capacidad de respuesta, inteligencia emocional.

Abstract

The objective of this research was to determine that emotional intelligence influences the quality of service (and its dimensions empathy, reliability, security, responsiveness and tangibility) in an auditing company located in Lima 2020. Research with quantitative approach, applied type, descriptive and explanatory level, non-experimental design and cross-sectional. The population consisted of 60 employees of the company studied. Its sample was 60 employees (census). The technique applied was the virtual survey. The instrument consisted of 30 items, which was validated qualitatively and quantitatively, endorsed by 5 expert judges with the V. Aiken coefficient of 1.00; the reliability results gave values of 0.970 Cronbach's alpha general and 0.960 of two halves of Guttman. Results were obtained from normality tests, general descriptive statistics and also by items, as well as inferential statistics. It was concluded that emotional intelligence influences service quality in an auditing company located in Lima 2020. (sig. = 0.000; $r^2 = 0.595$), as well as the dimensions empathy, reliability, security, responsiveness and tangibility (sig. = 0.000; $r^2 = 0.328$, sig. = 0.000; $r^2 = 0.389$, sig. = 0.000; $r^2 = 0.579$, sig. = 0.000; $r^2 = 0.388$ and sig. = 0.000; $r^2 = 0.315$ respectively).

Keywords: Empathy, responsiveness, emotional intelligence.

I. INTRODUCCIÓN

La realidad problemática Nachtigall (2018) expuso que la inteligencia emocional es el discernimiento de cada persona para establecer una conexión con sus sentimientos, emociones y personas con las que se encuentra. En el ámbito empresarial, para un líder es de suma importancia saber trabajar esta competencia ya que le ayuda a no retener emociones negativas que puedan influenciar tanto en su desempeño como a las personas que lo rodean.

Goleman (2018) describió que la inteligencia emocional es más trascendente que la inteligencia académica porque permite interactuar y compartir con los demás en un ambiente armonioso, agradable y pacífico. Enfatiza que la inteligencia académica no puede proporcionar los preparativos necesarios para resolver las muchas dificultades u oportunidades que enfrentamos a lo largo de nuestras carreras y nuestra vida.

De acuerdo con redacción El Comercio (27 de agosto del 2014) se refirió a la inteligencia como un factor emocional fundamental en el área personal como laboral ya que permite tener mayor efectividad con las personas en su entorno, permitiéndole manejar sus conflictos interiores evitando que influyan en sus funciones, dando mejores resultados en las metas, objetivos o servicio. Una investigación publicada en el diario Gestión (25 de mayo del 2020) precisó que los empleados que mejoraron su inteligencia emocional aumentaron su eficiencia y productividad en sus funciones reflejándose en los estándares de servicio propuestos por cada área laboral, generando más confianza por parte del empleador para delegar más funciones, tener más responsabilidades o dirigir grupos de trabajo, sabiendo del éxito final.

Barría (3 de Julio del 2020) destacó a la inteligencia emocional que corresponde fundamentalmente con la adaptación a las situaciones y problemas, expone que las personas tienen que saber cómo actuar al momento de afrontar una crisis. Hace mención que al manejar y controlar bien nuestra inteligencia emocional podemos alcanzar un éxito personal y profesional, la inteligencia emocional es un concepto cada vez más abarcando. En la vida diaria, la capacidad del individuo para reconocer y controlar las emociones de uno mismo y de los demás

se ha vuelto cada vez más valiosa. Esto es indudable en el mundo laboral, donde las empresas tienen en cuenta esta aptitud a la hora de contratar a sus colaboradores.

La empresa ubicada en Lima es una firma dedicada al servicio de auditoría, impuestos y consultoría de negocios, en el área de inventarios se encarga netamente de la toma de inventarios tangibles, inventario de activo fijo y existencias contando con una planilla de 60 empleados según la necesidad de los proyectos. El gerente del área pide a cada empleado compromiso, diligencia y la dedicación que requiere cada proyecto para ofrecer un servicio de calidad. Se sabe que cada empleado lidia con sus propios desafíos, problemas y sentimientos que pueda afectarle dando poca importancia a este tema, siendo clave la capacitación y guía para saber cómo gobernarlo y así poder llegar a lograr el compromiso de calidad esperada.

Ante lo mencionado, se planteó los siguientes **problemas de investigación**:

El **problema general** fue: ¿La Inteligencia emocional influye en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020?

Problemas específicos fueron: ¿La inteligencia emocional influye en la **empatía** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020?, ¿La inteligencia emocional influye en la **fiabilidad** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020? ¿La inteligencia emocional influye en la **seguridad** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020? ¿La inteligencia emocional influye en la **capacidad de respuesta** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020? ¿La inteligencia emocional influye en la **tangibilidad** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020?

Este proyecto presentó **justificación teórica**. Según Salinas y Cárdenas (2009) este tipo de investigación busca aportar al campo científico, porque se quiere colaborar con conocimientos nuevos en la inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio, convirtiéndose en un referente para las siguientes investigaciones que quieran ampliar dichos conceptos permitiendo ser punto de referencia teórica.

La investigación se **justificó prácticamente**. De acuerdo con Del Cid, Méndez y Sandoval (2011) en la investigación planteó resolver dicho problema de investigación donde se busca establecer si la inteligencia emocional influye en la calidad de servicio, aplicando los resultados obtenidos directamente en una empresa auditora ubicada en Lima y en otras empresas auditoras y/o de servicios que puedan presentar realidades similares.

La investigación se **justificó metodológicamente**. Ñaupas, Mejía, Novoa y Villagómez (2014) exponen que las investigaciones que poseen detalles metodológicos que radican en probar soluciones para los problemas que hay interrogantes, se proponen y critican soluciones. Esta investigación propone técnicas, métodos y cuestionarios debidamente validados que pueden ser reproducidos por otros autores a fin de aportar más literatura para ser replicado en otros contextos.

El **objetivo general** fue: Determinar que la inteligencia emocional influye en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020, **los objetivos específicos** fueron: Determinar que la inteligencia emocional influye en la **empatía** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020, Determinar que la inteligencia emocional influye en la **fiabilidad** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020, Determinar que la inteligencia emocional influye en la **seguridad** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020, Determinar que la inteligencia emocional influye en la **capacidad de respuesta** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020, Determinar que la inteligencia emocional influye en la **tangibilidad** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.

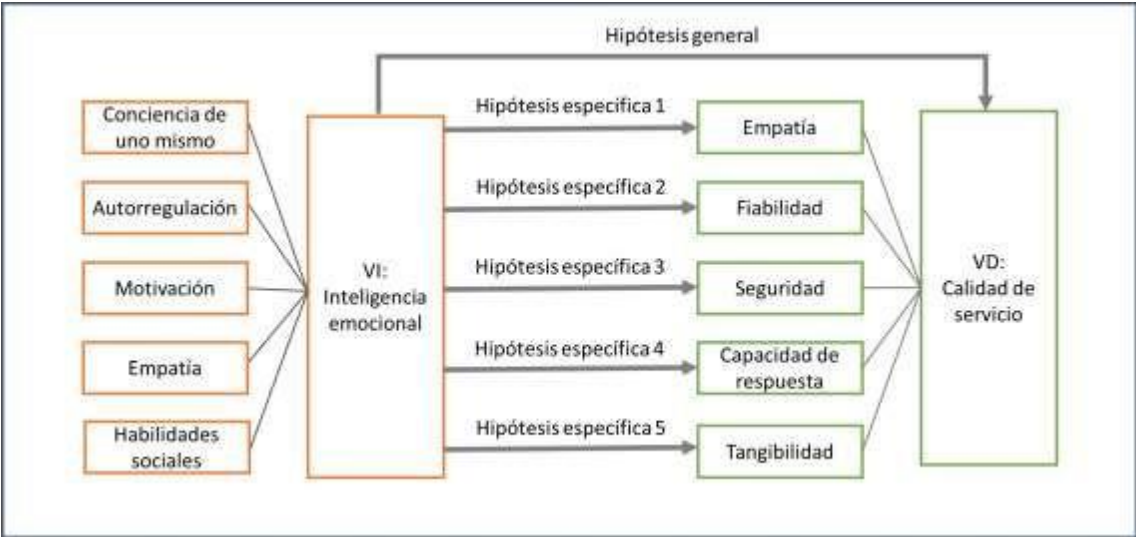
Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) En su **hipótesis** son pautas puntuales hacia un problema de investigación que se estudia en ese sentido, las hipótesis del estudio se detallan a continuación.

La **hipótesis general** fue: La inteligencia emocional influye en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020, las **hipótesis específicas** fueron: La inteligencia emocional influye en la **empatía** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020, La inteligencia emocional influye en la **fiabilidad** en una

empresa auditora ubicada en Lima 2020, La inteligencia emocional influye en la **seguridad** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020, La inteligencia emocional influye en la **capacidad de respuesta** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020, La inteligencia emocional influye en la **tangibilidad** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.

Se ha elaborado una gráfica que brinde un resumen sobre la hipótesis general y específicas planteadas, lo cual se detalla en la Figura 1.

Figura 1.
Resumen de hipótesis.



Nota: Elaborado por el autor.

II. MARCO TEÓRICO

En **estudios previos** se realizó esta encuesta se seleccionaron investigaciones que utilizaron variables iguales que tuvieron éxito en este estudio, de manera que se puedan analizar diferentes enfoques, por lo tanto, se pueda comparar esta variable y los resultados.

En el **ámbito internacional** en Ecuador, Moya (2019) propuso realizar una encuesta para identificar la relación como la inteligencia emocional puede impactar en la atención médica. Cuando concluyeron que la inteligencia emocional todos tienen para reaccionar emocionalmente ante problemas que eran incompatibles con el servicio de atención médica, encontré que era de mala calidad, lo que hacía que la atención en el hospital fuera defectuosa.

En Guatemala, López (2016) En el trabajo de investigación que realizó, Determinó que, para obtener resultados positivos, si las ciudades centrales del país se comprometieron a adoptarla, la calidad del servicio cambiaría radicalmente, por lo tanto, se necesitan instalaciones necesarias para mejorar, actualizarse y esto contribuye al desarrollo de la ciudad. Dicho estudio fue aplicado en la Municipalidad teniendo alrededor de 25 personas que actualmente trabajan en educación y desempeño social, las edades de los colaboradores están entre los 26 a 55 años, incluye hombre como mujeres.

En México, Guardiola (2014) guió un estudio la cual su finalidad fue identificar la relación e importancia de un buen desempeño laboral con el uso de la inteligencia emocional. La encuesta se realizó entre gerentes de la corporación, 73 participantes con excelentes grados y educación, arrojó resultados favorables, concluyendo que los gerentes son personas influyentes, que aplican la inteligencia emocional para llegar a las personas y con ello entregar un servicio de calidad con un ambiente de trabajo adaptable.

En Venezuela, Revilla (2006) sostuvo en su investigación analizar la relación que existía entre sus variables, para ello utilizó una población de 269 personas, médicos y enfermeros, donde su muestra es un total de 130 personas, 50 son pacientes y 80 especialistas asistenciales de la industria médica. En consecuencia, la inteligencia emocional en el análisis del conocimiento, la empatía y la motivación

se encuentra en un nivel satisfactorio y de igual manera la calidad del servicio en términos de confiabilidad, seguridad y responsabilidad también se encuentra en un nivel satisfactorio. Este análisis condujo a mejoras y resultados consolidados en beneficio de los doctores del centro de salud y los pacientes atendidos.

A nivel nacional en Lima - Perú, Tarazona (2019) En su investigación realizó un estudio a los guardias de seguridad del hospital nacional, con una población de 70 trabajadores en todo el hospital, se utilizó como muestra a 59 guardias de seguridad, aplicándose una encuesta de 29 preguntas, los resultados se concluyen como empleados. tienen deficiencias relacionadas con la inteligencia emocional, que conducen a una mala atención en cuanto a su calidad que brindan en el mencionado hospital.

En Pucallpa - Perú, Ponce de León (2018) guio un estudio la cual su finalidad fue identificar la relación entre la variable inteligencia emocional y la calidad de servicio con los colaboradores. Su estudio fue aplicado mediante una encuesta a 124 colaboradores, obteniendo sus variables son independientes no tienen una relación entre sí, por ende, se necesitó implementar una mejora para ayudar al buen desenvolvimiento de los colaboradores con capacidades y habilidades, y así esperando mejoras en la calidad que ofrecían dentro de sus servicios.

En Jaén - Perú, Ocas y Rocillo (2018) sostuvieron con investigación donde el autor busca identificar la relación que existe entre sus variable inteligencia emocional con la calidad de servicio. Dicha investigación fue realizada mediante una encuesta a 100 personas con el objetivo de aumentar de un 65% a un 75% la calidad de servicio. Dichos resultados proporcionaron a los autores dar validez a su hipótesis, señalando que, su relación es positiva moderada entre la calidad que otorgan y el uso de la inteligencia emocional como factor clave.

Así mismo en Andahuaylas - Perú, Damiano (2016) realizó una investigación en la región Apurímac. Se agregaron los datos de 95 empleados de esta ciudad provincial, utilizados como muestra para realizar el estudio a través de una encuesta aleatoria con 45 preguntas. Donde el resultado fue que sus variables de inteligencia emocional y la calidad guardan una relación favorable, validando su hipótesis.

En Chiclayo - Perú, Barsallo (2016) se propuso a comprobar cuál es la relación entre la variable inteligencia emocional y el servicio laboral de la empresa SODIMAC PERU, teniendo como principal objetivo analizar cuánto influye positivamente sobre empoderamiento de los colaboradores para ellos de una población de 250 trabajadores se tomó una muestra de 58 colaboradores donde se recolectó los datos mediante la encuesta a través del cuestionario, teniendo como conclusión que si un vínculo positivo entre las 2 variables, y así también los ayuda a identificar los factores desfavorables dentro de la organización que serán mejorados con incentivos y motivación al colaborador.

Tabla 1.*Tabla comparativa de antecedentes identificados I.*

Autor	Karina Moya	Walter López	María Guardiola	Mayra Revilla
Año	2019	2016	2014	2006
País	Ecuador	Guatemala	México	Venezuela
Variables	Inteligencia emocional y calidad de la atención	Inteligencia emocional y satisfacción del cliente	Inteligencia emocional y desempeño laboral	Inteligencia emocional y calidad de servicio
Enfoque	Cuantitativo	Cuantitativo	Cuantitativo	Cuantitativo
Nivel	Correlacional	Correlacional	Correlacional	Correlacional
Técnica	Encuesta	Encuesta	Encuesta	Encuesta
Instrumento	Cuestionario	Cuestionario	Cuestionario	Cuestionario
Muestra	147 empleados	25 empleados	73 empleados	120 personas
Prueba estadística	Rho Spearman	Rho Spearman	Rho Spearman	Rho Spearman
Resultados	($p= 0.000$; $r: 0.568$)	($p= 0.000$; $r: 0.585$)	($p= 0.000$; $r: 0.614$)	($p= 0.000$; $r: 0.775$)
Conclusión	Se determino que existe correlación significativa entre la inteligencia emocional y la calidad de la atención médica en el hospital municipal Nuestra Señora de la Merced.	Existe relación moderada entre la inteligencia emocional y satisfacción del cliente de la Municipalidad de la Democracia, departamento de Escuintla.	Existe una influencia positiva y significativa entre el nivel de inteligencia emocional y el desempeño laboral de los directivos del corporativo adventista del norte de México.	Se determino que existe correlación alta significativa entre la inteligencia emocional y calidad de servicio del personal médico y enfermería en hospitales públicos.

Nota: Elaborado por el autor basado en Moya (2019), López (2016), Guardiola (2014) y Revilla (2006).

Tabla 2.*Tabla comparativa de antecedentes identificados*

Autor	Nilo Tarazona	Hochimin Ponce	Marisol Ocas y Luzveida Rocillo	Dhany Damiano	Emily Barsallo
Año	2019	2018	2018	2016	2016
País	Lima - Perú	Pucallpa - Perú	Jaén - Perú	Andahuaylas - Perú	Chiclayo - Perú
Variables	Inteligencia emocional y calidad de servicio	Inteligencia emocional y calidad de servicio	Inteligencia emocional y calidad de servicio	Inteligencia emocional y calidad de servicio	Inteligencia emocional y desempeño laboral
Enfoque	Cuantitativo	Cuantitativo	Cuantitativo	Cuantitativo	Cuantitativo
Nivel	Correlacional	Correlacional	Correlacional	Correlacional	Explicativo
Técnica	Encuesta	Encuesta	Encuesta	Encuesta	Encuesta
Instrumento	Cuestionario	Cuestionario	Cuestionario	Cuestionario	Cuestionario
Muestra	70 empleados	124 empleados	100 usuarios	95 empleados	58 trabajadores
Prueba estadística	Rho Spearman	Rho Spearman	Rho Spearman	Rho Spearman	Rho Spearman
Resultados	($p= 0.000$; $r: 0.758$)	($p= 0.014$; $r: 0.221$)	($p= 0.014$; $r: 0.422$)	($p= 0.015$; $r: 0.249$)	($p= 0.000$; $r: 0.882$)
Conclusión	Se determinó una correlación alta entre la inteligencia emocional y la calidad del servicio en el centro de salud.	La inteligencia emocional se relaciona significativamente con la actitud de calidad de servicio que presentan los trabajadores de tiendas comerciales sede Pucallpa 2015.	Existe relación positiva moderada entre inteligencia emocional y calidad de servicio percibida por los usuarios de la empresa Electro Oriente.	Hay una relación significativa entre las variables Inteligencia Emocional y la calidad en el servicio de la Municipalidad Provincial de Andahuaylas, Región Apurímac 2016.	Se obtuvo una correlación alta significativa entre la inteligencia emocional y el desempeño laboral de los trabajadores de la Empresa Sodimac Perú SA

Nota: Elaborado por el autor basado en Tarazona (2019), Ponce (2018), Ocas y Rocillo (2018), Damiano (2016) y Barsallo (2016)

Con respecto a las **teorías relacionadas sobre inteligencia emocional** es importante mencionar a Thorndike (1920) utilizó el término inteligencia social, donde menciona que es la habilidad de analizar y poder tratar con hombres, mujeres y niños, sabiendo actuar de manera inteligente en las relaciones.

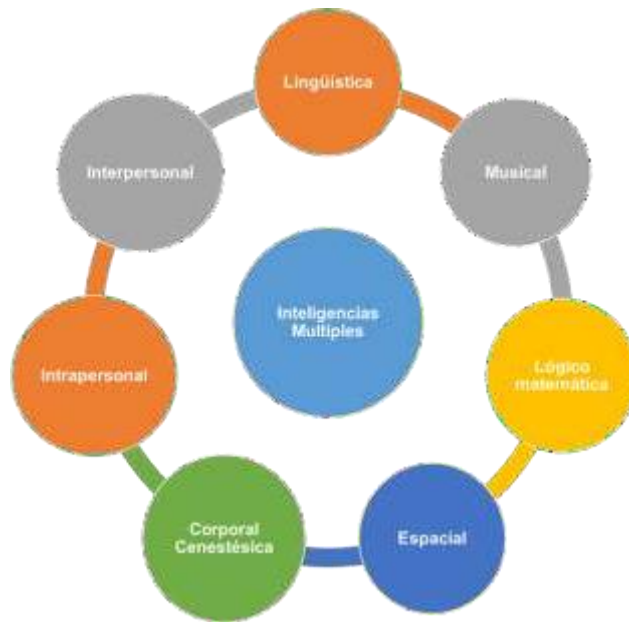
El trabajo del autor despertó posteriormente repercusiones en el trabajo de Gardner (1983) en su teoría sobre las inteligencias múltiples, descubrió que existen inteligencias múltiples en una variedad de formas diferentes de conocimiento o habilidades, teniendo cada una de ellas su propio desarrollo y solución.

Nos dice que las inteligencias múltiples de un individuo están conectadas a ciertas partes del cerebro y que existen hasta el momento 7 tipos de inteligencias, detallando cada una de ellas:

- a) **Inteligencia Lingüística:** La habilidad de comprender con facilidad el lenguaje y poder dominarlo para comunicarse con los demás.
- b) **Inteligencia Musical:** Son todas las formas de música, el proceso de elaboración y de la manera en que se aprecia el ritmo y sus variaciones.
- c) **Inteligencia Lógico matemática:** Es una capacidad que permite usar los números, analizándolos lógicamente, usando razonamientos deductivos e inductivos.
- d) **Inteligencia Espacial:** La capacidad de poder reconocer los objetos y crear una idea de sus respectivas características.
- e) **Inteligencia Corporal-Cenestésica:** La capacidad que tienen aquellas personas que aprenden rápidamente las habilidades físicas.
- f) **Inteligencia Intrapersonal:** Es la capacidad de conocernos, comprender y explicar nuestros sentimientos.
- g) **Inteligencia Interpersonal:** La capacidad tener empatía con las personas que están a nuestro alrededor.

Figura 2.

Teoría de las inteligencias múltiples según Gardner (1983)



Nota: Elaborado por el autor.

De los 7 tipos de inteligencias mencionadas, rescatamos dos de ellas: la Inteligencia Interpersonal, que ayuda a identificar de manera correcta los estados de ánimo, emociones, deseos y la Inteligencia Intrapersonal, abarcando el autoconocimiento de uno mismo y la elección de sentimientos que tenemos para dar un manejo y respuesta adecuada para su desarrollo.

Mayer y Salovey (1990) sintetizaron estas dos inteligencias: inteligencia interpersonal e intrapersonal, llamándola Inteligencia emocional acuñando por primera vez el término, con el objetivo de enfatizar la importancia que tienen las emociones al saber gobernarlas. Creen que es la habilidad y capacidad de manejar sus emociones y sentimientos, saber cómo comportarse unos con otros y controlar completamente nuestras acciones y pensamientos.

Mayer y Salovey (1997) identificaron cuatro factores de la inteligencia emocional:

a) **Percepción, evaluación y expresión de la emoción:** La capacidad de identificar y aceptar las emociones internas y las emociones de otros para expresar acciones con precisión.

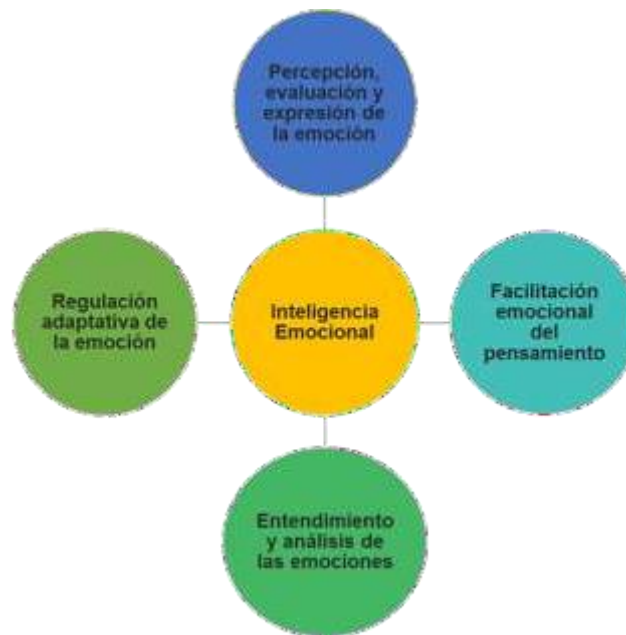
b) **Facilitación emocional del pensamiento:** Habilidad para aprovechar los cambios de estado anímico para poder ver los diferentes puntos de vista que podamos tener.

c) **Entendimiento y análisis de las emociones:** Habilidad para percibir que relaciones tiene las diversas emociones.

d) **Regulación adaptativa de la emoción:** Poder siempre estar receptivo a los sentimientos que nos agradan y a los que no.

Figura 3.

Modelo de las cuatro ramas según Mayer y Salovey (1997)



Nota: Elaborado por el autor.

Es Goleman (1995) que hace mundialmente famoso el término, vendiendo millones de copias de su libro llamado: La inteligencia emocional se refiere como la habilidad de un individuo para identificar, actuar correcta y eficazmente sus propias emociones y las de los demás.

Goleman identifica cinco áreas de la inteligencia emocional:

a) **Conciencia de uno mismo:** Habilidad para reconocer nuestros propios sentimientos.

- b) **Autorregulación:** Habilidad para poder controlar nuestros impulsos.
- c) **Motivación:** Habilidad para mantener las situaciones y los pensamientos que nos guían a nuestras metas, logros y objetivos.
- d) **Empatía:** Habilidad para percibir las emociones de los demás y poder entenderlas.
- e) **Habilidades sociales:** La habilidad que permite poder influenciar en los actos de las personas que nos vinculamos sin que se perciba como manipulación.

Figura 4.

Modelo mixto de la inteligencia emocional según Goleman (1995)



Nota: Elaborado por el autor.

Olvera, Domínguez y Cruz (1998) afirmaron que la inteligencia por emociones tiene la capacidad de hacer que los individuos puedan mejorar y ejecutar sus propias habilidades, por ejemplo: reconocer y evaluar sus propias emociones como los demás, ser capaces de medir y expresar adecuadamente las propias emociones.

Ellos proponen cinco áreas de la inteligencia emocional:

a) **Lenguaje emocional:** Esta área hace mención a la variedad y funcionalidad del repertorio de palabras emocionales que tiene un individuo, para poder expresarse verbalmente.

b) **Control de impulsos:** Esta área se refiere a poder manejar las emociones a través de la realización de una respuesta de relajación natural.

c) **Revelación emocional:** Esta área se refiere a la habilidad que poseen algunas personas para expresar verbalmente sus emociones negativas.

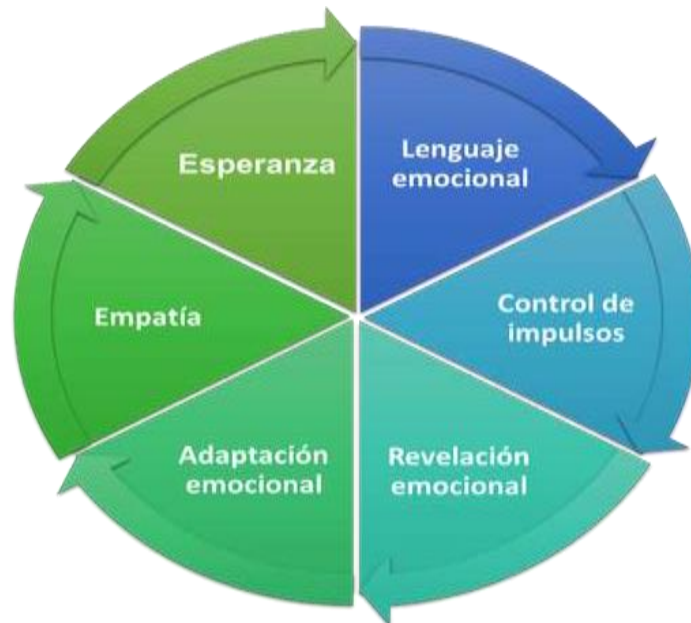
d) **Adaptación emocional:** Esta área hace mención a la capacidad de saber diferenciar una situación negativa mediante diferentes puntos de vista.

e) **Empatía:** Esta área se refiere a la habilidad que tienen algunas personas para ponerse en el lugar de otras personas.

f) **Esperanza:** Esta área se refiere a la motivación que desarrollan algunas personas para lograr mantener el optimismo y la motivación por tiempos prolongados, aun así, se encuentren en situaciones adversas.

Figura 5.

Áreas de la inteligencia emocional y su desarrollo según Olvera, Domínguez y Cruz (1998)



Nota: elaborado por el autor.

Bar-On (1997) manifiesta como la capacidad de comprender y guiar nuestras propias emociones para nuestro bien y no en contra, lo que puede ayudarnos a ser más efectivos y tener mucho éxito en lo que hagamos.

Bar-On propone un modelo de cinco componentes, las cuales se subdividen en 3 factores a su vez, los modelos son:

Percepción de uno mismo:

El auto concepto: Ser respetuoso con uno mismo, aceptando y comprendiendo nuestras fortalezas y debilidades.

La Autoconciencia emocional: Saber comprender y poder reconocer nuestras emociones.

La autorrealización: Habilidad para mejorar por propia voluntad, cumpliendo los objetivos trazados.

Expresión de uno mismo:

El asertividad: Con lleva a exponer tus sentimientos, creencias y pensamientos libremente, así como defenderlos pacíficamente.

La expresión emocional: Poder demostrar los sentimientos verbales y no verbalmente de manera libre.

La independencia: Tener la actitud a no ser emocionalmente dependiente a otras personas.

Interpersonal:

La empatía: Es poder saber y entender como las personas a nuestro alrededor se sienten.

Las relaciones interpersonales: Mantener las relaciones con otras personas.

La responsabilidad social: Cumplir con nuestros deberes y obligaciones con la sociedad.

Toma de decisiones:

Resolución de problemas: Saber dar soluciones a aquellos problemas que tengan emociones de por medio.

Contrastar la realidad: Conservar la compostura sin dejar que las emociones alteren nuestro punto de vista de las situaciones.

Control de impulsos: Evitar tener impulsos de actuar premeditadamente.

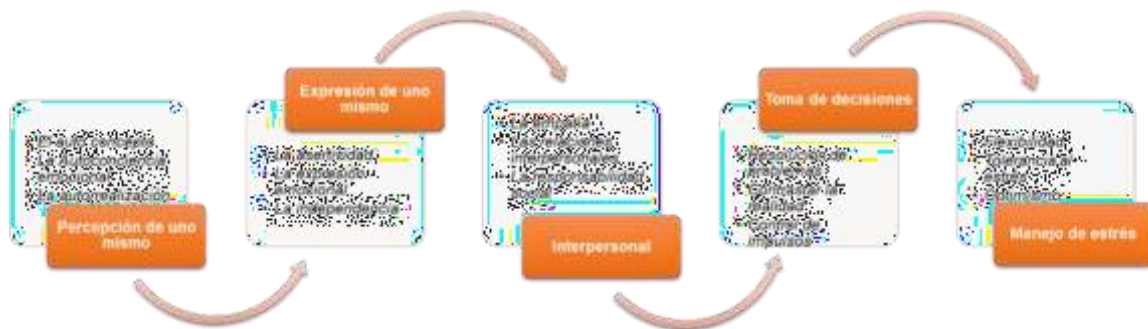
Manejo de estrés:

Flexibilidad: Control de los pensamientos, comportamientos y emociones ante situaciones poco lógicas.

Tolerancia al estrés: Afrontar las situaciones complicadas y de tensión de manera favorable.

Optimismo: Tener una actitud positiva a pesar de la situación poco favorable.

Figura 6.
Inventario EQ-i de Bar-On según Bar-On (1997)



Nota: Elaborado por el autor.

Con mención a las **teorías relacionadas sobre calidad de servicio** es conveniente mencionar que Grönroos (1984) existen dos dimensiones para poder plantear la calidad de servicio:

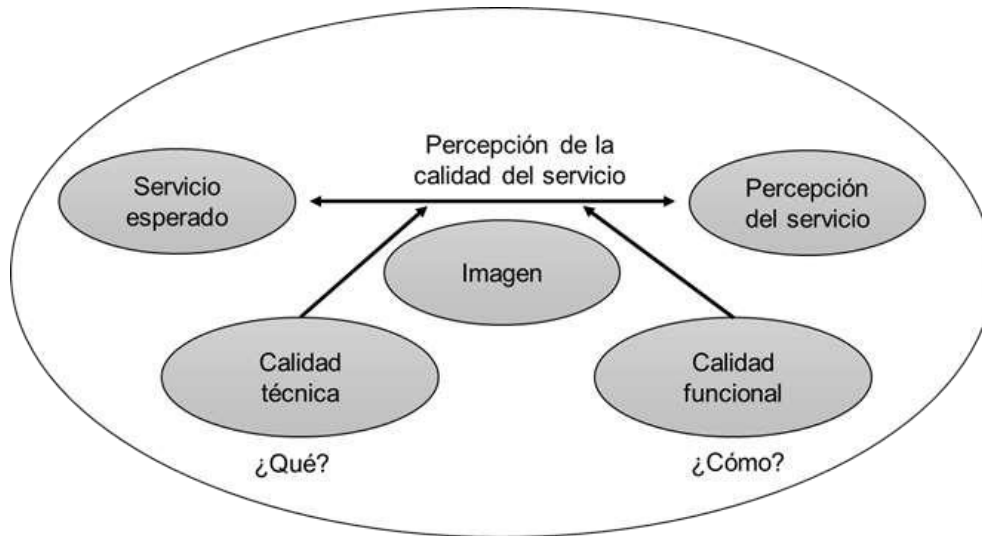
La calidad técnica: Lo que ofrecemos al cliente, al final del servicio.

La calidad funcional: Como entregamos el servicio en el propio proceso.

El modelo de Grönroos (1984) También conocido como modelo de imagen, que afirma que la calidad del servicio no está determinada por los niveles de calidad técnica y funcional, al contrario por la diferencia de la calidad de la experiencia y la calidad esperada.

Figura 7.

Modelo de la Imagen según Grönroos (1994)



Nota: Elaborado por el autor.

La investigación en calidad de servicio toma un nuevo giro con la creación del modelo y escala SERVQUAL planteado por los autores Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) exponen que el servicio y su calidad en términos de las experiencias de sus clientes sobre los servicios prestados, de modo que puedan comparar sus expectativas con la percepción de los servicios prestados.

De primera identificaron dimensiones para la calidad de servicio los cuales son diez:

- a) **Elementos tangibles:** Es la apariencia de instalaciones, equipos y personal.
- b) **Fiabilidad:** Brindar los servicios prometidos de manera prudente y generando confianza.
- c) **Capacidad de respuesta:** Brindar un servicio rápido a los clientes.
- d) **Profesionalidad:** Tener todas las habilidades con el conocimiento que requiere el proceso de servicio.
- e) **Cortesía:** Brindar respeto, empatía, siendo amables con las personas que se dará el servicio.

- f) **Credibilidad:** La honestidad y confiabilidad de los servicios prestados.
- g) **Seguridad:** No se presentará dudas, peligros o riesgos.
- h) **Accesibilidad:** Manera de acceder de manera fácil.
- i) **Comunicación:** Estar comunicados con los clientes, usando un lenguaje que puedan comprender.
- j) **Compresión del cliente:** Conocer sus necesidades.

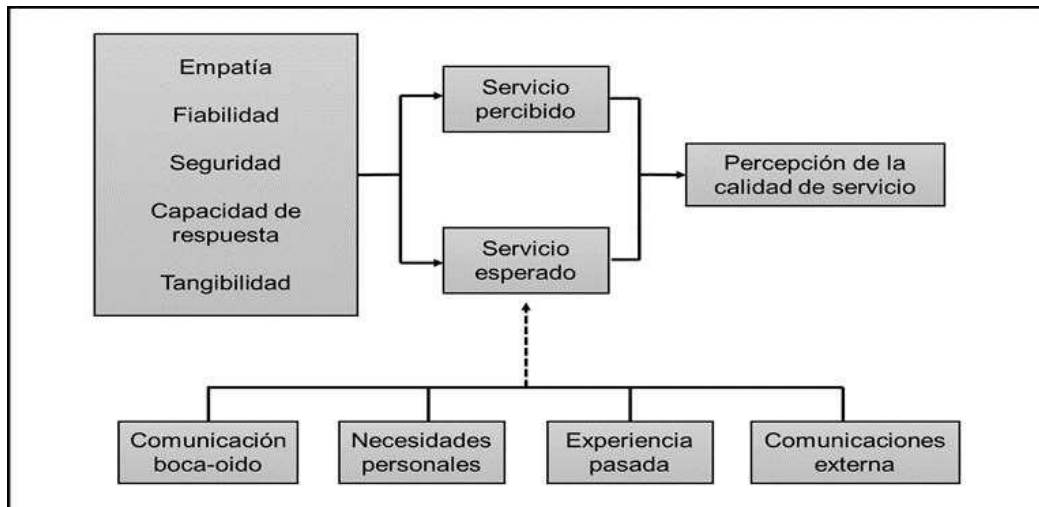
Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) años más tarde y como resultado de más investigaciones vieron conveniente resumir esas diez dimensiones en cinco ya que se encontró una considerable correlación entre alguno de ellos.

- a) **Empatía (empathy):** Hacer conocer que existe un interés y nivel de atención hacia los clientes.
- b) **Fiabilidad (reability):** Brindar los servicios que se prometió de manera confiable y cuidadosa.
- c) **Seguridad (assurance):** Inspirar confianza y credibilidad al realizar el servicio requerido.
- d) **Capacidad de respuesta (responsiveness):** Realizar una manera rápida y oportuna el servicio desde el momento requerido por el cliente.
- e) **Tangibilidad (tangibles):** Aspecto de como se ve las instalaciones, equipos y personal.

SERVQUAL viene siendo el método más utilizado por los estudiosos.

Figura 8.

Modelo SERVQUAL según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988)



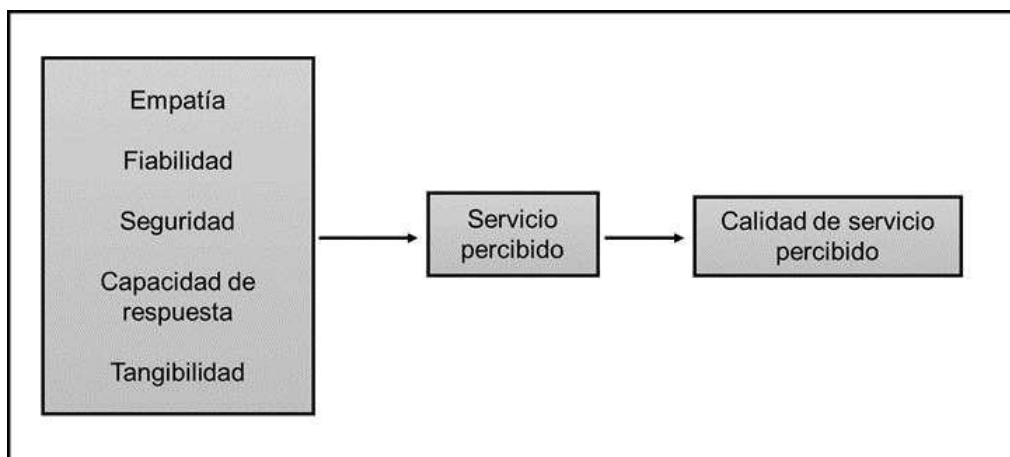
Nota: Elaborado por el autor.

Años más tarde Cronin y Taylor (1992) Propusieron una escala menor que SERVQUAL, la llamaron SERVPERF y la definieron la forma en que los clientes podrán realizar comentarios sobre sus propias opiniones. Esta nueva escala se basa específicamente en la evaluación de la percepción, y su evaluación es similar a la escala SERVQUAL, señalaron que la escala será un modelo alternativo basado en el desempeño, que solo se utiliza para la medición de la visión del cliente sobre el desempeño del servicio.

La escala SERVPERF Cronin & Taylor, (1992) está establecida en los fundamentos teóricos de la escala SERVQUAL de (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985) hacen evaluación de las primeras teorías propuestas y concluyen que hay superioridad de la nueva escala habiendo sido aplicada en otros sectores como bancos, tintorerías, comida rápida, etc., donde SERVQUAL no fue probada.

La ventaja de SERVPERF es que puede explicar mejor la variación general de una métrica de QoS y también tiene mejores propiedades psicométricas de eficiencia y confiabilidad.

Figura 9.
Modelo SERVPERF según Cronin y Taylor (1992)



Nota: Elaborado por el autor.

En cuanto al enfoque conceptual, según Goleman (1995) la **inteligencia emocional** es poder conocer a un individuo para identificar y analizar las emociones de uno mismo y de las otras formas correctas y eficaces.

Weisinger (1998) afirmó que la inteligencia emocional es una manera de utilizar deliberadamente las emociones para ayudar a guiar el pensamiento individual y colectivo para mejorar los resultados.

Casado (2009) considera que es una capacidad o habilidad caracterizada por la apropiada gestión de las emociones propias y ajenas.

Arrabal (2018) Agrega que tenemos la capacidad para poder manejar nuestras emociones y aceptarla, haciendo que nuestras decisiones tomen su importancia y pasos que damos en nuestra vida.

A continuación, se hace la definición las dimensiones de la primera variable: para Covey (2003) **la conciencia de uno mismo** es una característica únicamente humana y es la capacidad de procesar cada pensamiento que tenemos, podemos evaluar nuestra propia experiencia y aprender de la experiencia de los demás.

Según Panadero y Tapia (2014) la **autorregulación** es la forma de manejar nuestros sentimientos, comportamientos, emociones y pensamientos a través de estrategias personales para lograr las metas propuestas.

Robbins y Judge (2009) define a la **motivación** como el deseo de esforzarse para poder lograr una meta u objetivo sea personal o profesional.

De acuerdo con Locke y Latham (2004) la motivación son elementos internos y externos que llevan a la acción para el cumplimiento de metas trazadas con anterioridad.

Fernández, López y Márquez (2008) definen a la **empatía** como el proceso de intentar entender los pensamientos de las demás personas para comprenderlos y ponernos en su lugar.

López, Arán y Richaud, M. (2014) declaran a la empatía como la capacidad de dar, interpretar y percibir los pensamientos y sentimientos de los que nos rodean.

Caballo (2005) señala que las **habilidades sociales** son una serie de actitudes que ayuda a las personas a desarrollarse de forma interpersonal expresando deseos, actitudes, sentimientos, opiniones según amerite la situación.

De acuerdo con Kelly (2002) las habilidades sociales se refieren como un grupo de comportamientos aprendidos que las personas utilizan en un entorno interpersonal para lograr o mantener la mejora del entorno.

Con respecto a los enfoques conceptuales de **la calidad de servicio** Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) exponen que la calidad de está vinculado con lo que el cliente espera sobre los servicios prestados, de modo que puedan comparar sus expectativas con la percepción de los servicios prestados.

Crosby (1988) define al servicio como la calidad que es el reconocimiento de peticiones y requerimientos, la calidad del servicio debe medirse constantemente para que no haya diferencias entre clientes.

Deming (1989) argumenta que la calidad de servicio son las necesidades futuras nuestros clientes que se puedan medir, así el servicio puede ser perfilado y elaborado para dar satisfacción al cliente.

A continuación, se definen las dimensiones de la segunda variable: para Eisenberg y Strayer (1987) La **empatía** juega un rol importante en el

comportamiento social de las personas, definen la empatía como comportamientos que benefician a quienes nos rodean y que se realiza a voluntad propia.

Por otro lado, Davis (1996) expone a la empatía como un conjunto de constructos que contienen métodos para ponerse en el lugar de otra persona.

Denton (1991) define a la **fiabilidad** como la capacidad de realizar los servicios entregados de manera confiable y cuidadosa.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) mencionan la seguridad que es lo que transmiten los empleados al brindar un servicio justo y seguro al cliente.

La seguridad es el conocimiento, la habilidad y la etiqueta que los empleados deben brindar seguridad y confianza al realizar los servicios.

Christopher, Payne y Ballantyne (1994) dan a conocer que la **capacidad de responder** es la disposición que tienen los colaboradores en satisfacer todo lo que se les demanda de una manera pronta.

Para Cottle (1991) la capacidad de responder es la forma en que los colaboradores ayudan a todos los clientes de manera oportuna y precisa. Schiffman y Kanuk (2005) agregan que la tangibilidad es una característica que ofrece al consumidor de cómo percibe las instalaciones, al equipo y personal.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

El enfoque fue cuantitativo. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) Se basa de manera cuantificada mediante la escala de Likert, utilizando la recopilación de datos para verificar las hipótesis.

El tipo fue aplicada. Teniendo en cuenta a CONCYTEC (2018) Se caracteriza por dar a conocer los resultados de un problema y a su vez la solución, así mismo conocer la realidad que se relacionan con el tema.

El nivel de estudio fue descriptivo y explicativa. Respecto con Jiménez (1998) este tipo de estudio es necesario para la formulación de hipótesis en las cuales pretendan explicar los principios del problema relacionado.

El diseño de investigación fue no experimental. Para Baena (2017) este diseño se realiza sin manipular variables y su diseño se basa básicamente en la investigación del fenómeno a analizar que ocurre en su entorno natural.

Además, el corte fue **transversal** ya que la información se recopiló por solo una vez (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

3.2 Variables y operacionalización

Determinamos que el estudio fue de nivel relacional, se presentaron dos variables; Inteligencia emocional y calidad de servicio.

La variable independiente fue: **Inteligencia emocional** en relación a las dimensiones, estas fueron: conciencia de la motivación, autorregulación, empeño, habilidades sociales y la empatía.

La variable dependiente fue: Calidad de servicio, en relación a las dimensiones, estas fueron: empatía, el análisis de respuesta y tangibilidad, la confiabilidad.

Cabe indicar que las dos variables fueron cualitativas, por tanto, han sido cuantificadas mediante la escala Likert de manera ordinal ya que siguen un orden numérico.

Se elaboró una matriz de operacionalización de variables, la cual se encuentra en el **ANEXO 1**.

3.3 Población, muestra y muestreo

Cruz, Socorro y Gonzales (2014) define a la **población** como el conjunto de personas que se quiere estudiar en una investigación. Este conjunto también puede ser personas, registros médicos, animales, muestras de laboratorio, accidentes, entre otros.

La **población** está conformada por todas las personas que laboran en el puesto de inventarios ubicada en Lima y los empleados que hayan tenido cuatro o más proyectos en su haber.

En dicha investigación la población fue finita. Según Cruz, Socorro y Gonzales (2014) una población finita es aquella en la cual sabes el número exacto de los individuos a los que vas a investigar. Siendo la población de 60 empleados.

Dentro de los criterios de inclusión de dicha investigación se consideraron todos los empleados del área de inventarios de una empresa auditora ubicada en Lima y los empleados que hayan tenido cuatro o más proyectos en su haber.

Por otra lado se consideró a los criterios de exclusión y estos fueron todos los individuos que no son empleados del área de inventarios de una empresa auditora ubicada en Lima y los empleados que no hayan tenido cuatro o más proyectos en su haber.

En esta investigación se trabajó con una **muestra censal** ya que la población ascendió a 60 individuos. Según Cruz, Socorro y Gonzales (2014) La muestra se considera censal cuando se toma el total de la población, al considerarse un número manejable de individuos.

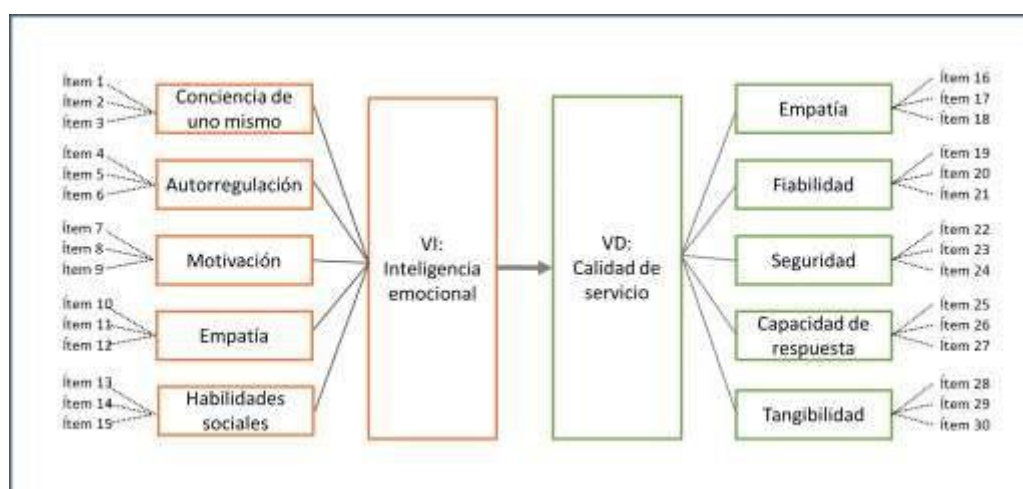
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

La técnica empleada fue la **encuesta**, como señala Tamayo (2008) las encuestas son técnicas utilizadas en el campo de la investigación y tienden a

obtener los datos necesarios para el análisis adecuado de determinados temas, haciendo que el proceso de obtención de información sea más rápido y eficiente.

El instrumento fue **cuestionario**, según Hernández, Fernández y Baptista (2010) permite al investigador realizar una serie de preguntas para poder conocer datos importantes del cliente que son fuente de información para la investigación y ante ello se consideraron realizar 30 preguntas como se detalla en la Figura 10.

Figura 10.
Distribución de ítems.



Nota: Elaborado por el autor.

Nuestro cuestionario se encuentra en la estaca de Likert siendo ordinal ya que existe un orden numérico con cinco opciones (de 1 a 5), y su codificación se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3.
Codificación de alternativas de respuesta.

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

Nota: Elaborado con Microsoft Excel 2019.

La validez es el paso final donde los validadores dan su conformidad, siendo los 5 expertos quienes coincidieron en unanimidad que el instrumento utilizado es aplicable.

La confiabilidad fue medida mediante el coeficiente **alfa de Cronbach** y las dos mitades de Guttman, cuyos coeficientes se explican con base en las evaluaciones de Chaves-Barboza y Rodríguez-Miranda. (2018) Tabla 4.

Tabla 4.

Codificación de alternativas de respuesta según Chaves-Barboza y Rodríguez-Miranda. (2018)

Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0; 0,49[Inaceptable
[0,5; 0,59[Pobre
[0,6; 0,69[Débil
[0,7; 0,79[Aceptable
[0,8; 0,89[Bueno
[0,9; 1[Excelente

Nota: Elaborado por el autor.

En cuanto a la confiabilidad de herramienta, se recolectó a través de una prueba piloto, dirigida y aplicada a 23 personas de una empresa con las mismas categorías y problemas similares para la empresa estudiada, y este resultado se obtuvo y procesó en el programa **estadístico SPSS**. Estadística utilizando la confiabilidad **alfa de Cronbach**. Empresas conjuntas y asociadas. (2017) que la confiabilidad es una propiedad importante para informar, ya que le permite al lector un grado de precisión en la evidencia de las herramientas utilizadas. Esta herramienta se implementó por primera vez en un simulacro de prueba, con el objetivo de orientar sobre las preguntas y su nivel de construcción. Además, después de la adquisición de datos, la confiabilidad del instrumento se calculó mediante el alfa de Cronbach. Indica que el instrumento es un indicador utilizado para medir la confiabilidad, la escala, y se utiliza para analizar el grado del instrumento consistentemente elaborado de manera exacta. En resumen, creó una correlación para cada pregunta para enfatizar, y esta se descompone por los valores entre el parámetro 0 a 1, mientras que el puntaje es más cercano a 1, lo que significa que los ítems están más relacionados con uno mismo. Los resultados pueden ser verificados y analizados en los ANEXOS 10 y 11.

Según la prueba de confiabilidad se obtuvo como resultado 0.960 que es una fiabilidad (excelente), el resultado del alfa de Cronbach en la primera fue 0.938 (excelente) y la segunda de 0.947(excelente), así como se especifica en el **ANEXO 11**.

3.5 Procedimientos

Para la realizar la recolección de los datos y los resultados, se vio pertinente realizarla en diferentes etapas.

Etapa 1: Identificar la muestra para luego seleccionarla.

Etapa 2: Recopilación de la data mediante un cuestionario que se realizó en el mes de abril de 2021 durante de una pandemia que fue a mundial llamada covid-19 por lo que se realizó de forma remota usando los formularios de google.

3.6 Método de análisis de datos

Se realizó la **prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov**, debido a que nuestra muestra de estudio fue >50 individuos.

El análisis descriptivo se utiliza con el fin de agrupar mediante los resultados obtenidos en la recogida de los datos generados por la encuesta. Acerca de Hernández et al. (1991) En este tipo de análisis se tiene la ventaja favorable de que trabaja sobre los hechos de los acontecimientos y la principal ventaja se puede decir que se basa en las interpretaciones correctas que dan los resultados obtenidos en el cuestionario.

3.7 Aspectos éticos

De acuerdo con el Código de Ética de la Universidad Cesar Vallejo 2021, el investigador y el coautor otorgan los derechos de autor de que el material es original, pertinente y adecuado.

En cuanto a la pertinencia, la investigación se realiza a partir de un problema que satisface un problema o necesidad que enfrentan las empresas, por lo que se hará recomendaciones para la investigación que se debe realizar para lograr una estrategia estratégica para las organizaciones dedicadas al sector de las telecomunicaciones.

De acuerdo con la Sección 9 de la Política Antiplagio, es importante que la investigación sea original y no copiada de un investigador a otro, por lo que el proyecto debe ser enviado al sistema Turnitin, ya que este sistema determinará si el estudio mantiene su originalidad. O si es así, debe ser editado y escrito con las propias palabras del autor.

Asimismo, los documentos fueron presentados y examinados por el Comité de Ética de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Cesar Vallejo donde luego fueron elevados a un panel de jueces quienes decidirán si el estudio era válido o no. **Anexo 5.**

Mantenimiento de la absoluta confidencialidad de la empresa donde se realizó la investigación. Se puede contratar más información sobre la empresa anónima en el **Anexo 4.**

IV. RESULTADOS

Resultados de prueba de normalidad.

Tabla 5.
Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov

		(D1) Conciencia de uno mismo	(D2) Autorregulación	(D3) Motivación	(D4) Empatía	(D5) Habilidades sociales	(D6) Empatía	(D7) Fiabilidad	(D8) Seguridad	(D9) Capacidad de respuesta	(D10) Tangibilidad	(VX) Inteligencia emocional	(VY) Calidad de servicio
N		60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Parámetros normales ^{a,b}	Media	4.43	4.53	4.22	4.32	4.20	4.28	4.42	4.45	4.50	4.33	4.38	4.35
	Desv. Desviación	0.698	0.650	0.691	0.676	0.708	0.715	0.696	0.649	0.701	0.629	0.640	0.685
Máximas diferencias extremas	Absoluto	0.308	0.364	0.327	0.264	0.261	0.258	0.299	0.318	0.345	0.302	0.282	0.262
	Positivo	0.216	0.236	0.306	0.264	0.261	0.237	0.225	0.239	0.238	0.302	0.275	0.262
	Negativo	0.308	-0.364	-0.327	-0.261	-0.255	-0.258	-0.299	-0.318	-0.345	-0.255	-0.282	-0.262
Estadístico de prueba		0.308	0.364	0.327	0.264	0.261	0.258	0.299	0.318	0.345	0.302	0.282	0.262
Sig. asintótica(bilateral)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

Nota: Elaborado con SPSS versión 25.

De acuerdo con la Tabla 03, cuando la significación asintótica es menor a 0,05, en comparación con la "prueba estándar de Kolmogorov-Smirnov", aunque no es normal, el resultado correspondiente a la variable independiente "inteligencia emocional" es 0,000, y la variable dependiente KS El coeficiente es 0,000 para Calidad de servicio y, de manera similar, el valor KS para la dimensión recomendada es 0,00. Concluya que las variables y dimensiones tienen frecuencias anómalas. Se realizaron estadísticas descriptivas generales en detalle, revelando rangos estadísticos, medias de respuesta y varianzas y desviaciones estándar para cada pregunta. Esto se detalla en la **Tabla 4**.

Tabla 6.
Estadísticos descriptivos generales

ITEM	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	Varianza
1.- Reconozco mi autoconciencia emocional al saber cuáles son mis emociones, sensaciones y estados de ánimo.	60	3	2	5	4.45	0.723	0.523
2.- Con frecuencia me hago una autoevaluación para identificar cuáles son mis fortalezas y debilidades.	60	3	2	5	4.37	0.663	0.440
3.- Al estar frente a un problema o situación, muestro autoconfianza para poder elegir la mejor alternativa.	60	3	2	5	4.42	0.696	0.484
4.- Ejercer autocontrol en mis propias emociones, comportamiento y deseos al estar frente a una situación tensa.	60	3	2	5	4.37	0.637	0.406
5.- Demuestro confiabilidad al desempeñar una función requerida, en las condiciones establecidas durante un período de tiempo determinado.	60	3	2	5	4.45	0.675	0.455
6.- Muestro mi responsabilidad al responder por mis propios actos.	60	3	2	5	4.55	0.649	0.421
7.- La motivación de logro que tengo me impulsa a adquirir hábitos, destrezas o habilidades para mejorar mi estatus profesional.	60	3	2	5	4.40	0.669	0.447
8.- Tomo la iniciativa para comenzar un proyecto o buscar soluciones a alguna problemática sin que nadie me lo pida o sugiera.	60	3	2	5	4.35	0.685	0.469
9.- Cuando me asignan realizar una tarea o función tengo el compromiso de finalizarlo sin dejarlo inconcluso.	60	3	2	5	4.07	0.634	0.402
10.- Por la capacidad de sentir, imaginar y experimentar las emociones, las personas a mi alrededor sienten que tengo comprensión a los demás.	60	3	2	5	4.28	0.613	0.376
11.- Con frecuencia ofrezco ayuda sin nada a cambio a todas las personas que me rodean.	60	3	2	5	4.27	0.710	0.504
12.- Ofrezco a menudo orientación al servicio al tener la convicción de ayudar, tener interés por conocer las necesidades y expectativas de las personas.	60	3	2	5	4.40	0.694	0.481
13.- Existe comunicación entre todo el personal al realizar una función o tarea.	60	2	3	5	4.28	0.585	0.342
14.- Ante una situación de tensión o confrontación aplico la gestión de conflictos para evitar problemas no deseados.	60	3	2	5	4.17	0.693	0.480
15.- Me esfuerzo por trabajar en equipo en las diferentes tareas y con todas las personas que me asignan.	60	3	2	5	4.18	0.676	0.457
16.- Las personas a su alrededor perciben el interés genuino que tiene por ellos.	60	3	2	5	4.25	0.795	0.631

17.- Los clientes pueden sentir la preocupación que transmite cuando interactúa con ellos.	60	2	3	5	4.22	0.691	0.478
18.- El nivel de atención ofrecido es reflejado en la satisfacción del cliente.	60	3	2	5	4.38	0.640	0.410
19.- Cumplo con puntualidad las tareas o funciones que se me han requerido.	60	3	2	5	4.35	0.633	0.401
20.- Cuando las personas a mi alrededor interactúan conmigo se ve reflejado el compromiso que tengo con ellos.	60	3	2	5	4.42	0.720	0.518
21.- Realizo de manera cuidadosa todos los requerimientos que se me asignan.	60	3	2	5	4.45	0.699	0.489
22.- Al realizar mis funciones demuestro amabilidad con las personas a mí alrededor.	60	3	2	5	4.48	0.651	0.423
23.- La confianza que género es importante para que los clientes se sientan más tranquilos.	60	3	2	5	4.37	0.663	0.440
24.- Genero la credibilidad necesaria para que el cliente se sienta tranquilo al desempeñar mis actividades.	60	3	2	5	4.47	0.700	0.490
25.- Realizo con voluntad y de manera oportuna las funciones encomendadas.	60	3	2	5	4.42	0.696	0.484
26.- Procuero desempeñar mis funciones con la rapidez necesaria.	60	3	2	5	4.37	0.712	0.507
27.- Al ejecutar las labores encomendadas lo hago con precisión y dedicación.	60	3	2	5	4.47	0.700	0.490
28.- La empresa ofrece un aspecto de las instalaciones adecuado para poder trabajar.	60	2	3	5	4.28	0.613	0.376
29.- Le inspira confianza el aspecto de los equipos con los que trabaja.	60	3	2	5	4.42	0.696	0.484
30.- El aspecto de los empleados refleja la imagen de la empresa.	60	3	2	5	4.27	0.634	0.402
(D1) Conciencia de uno mismo	60	3	2	5	4.43	0.698	0.487
(D2) Autorregulación	60	3	2	5	4.53	0.650	0.423
(D3) Motivación	60	3	2	5	4.22	0.691	0.478
(D4) Empatía	60	3	2	5	4.32	0.676	0.457
(D5) Habilidades sociales	60	3	2	5	4.20	0.708	0.502
(D6) Empatía	60	3	2	5	4.28	0.715	0.512
(D7) Fiabilidad	60	3	2	5	4.42	0.696	0.484
(D8) Seguridad	60	3	2	5	4.45	0.649	0.421
(D9) Capacidad de respuesta	60	3	2	5	4.50	0.701	0.492
(D10) Tangibilidad	60	3	2	5	4.33	0.629	0.395
(VY) Inteligencia emocional	60	3	2	5	4.38	0.640	0.410
(VX) Calidad de servicio	60	3	2	5	4.35	0.685	0.469

Nota: SPSS versión 25

En cuanto a la Tabla 4, se pueden ver los resultados descriptivos generales. Como se puede apreciar, el ítem 6 “Demostrar mi responsabilidad respondiendo a mis acciones” es el ítem más aceptable de la muestra, con un valor promedio de 4,55; En el mismo sentido, el ítem 9 “Cuando me asignan una tarea o trabajo, me comprometo a realizarla sin rendirme” es el ítem menos aceptable por la muestra, con una puntuación media de 4,07.

En cuanto a las **dimensiones**, se puede observar que la dimensión 2 “autorregulación” es la que tiene mejor respuesta recibiendo un valor promedio de 4.53, para la dimensión número 5 “habilidades sociales” se responde al menos cuando se obtiene un promedio de 4.53. Se recibe 4.20.

Asimismo, la **variable independiente** “inteligencia emocional” obtuvo un valor promedio de 4,38 mientras que la **variable dependiente** “calidad de servicio” obtuvo un valor promedio de 4,35.

Se detallan los **datos que describen cada ítem**. Se recopiló un resumen del número de encuestados y alternativas con las respuestas más altas para cada pregunta del cuestionario. El histograma está representado por colores, con el naranja que indica "totalmente de acuerdo", el verde "de acuerdo", el rojo "no estoy de acuerdo o en desacuerdo" y el azul claro es la sección "de acuerdo o en desacuerdo". Los resultados se presentan con más detalle en el **Anexo 14**.

Tabla 7

Resultados descriptivos ítem por ítem.

		(V2) Variable Dependiente: Calidad de servicio				
		En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
(V1) Variable independiente: Inteligencia emocional	En desacuerdo	1	0	0	0	1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1	0	0	2
	De acuerdo	0	0	25	5	30
	Totalmente de acuerdo	0	0	6	21	27
Total		2	1	31	26	60

Nota: SPSS versión 25

Según la Tabla 7, hay 25 casos que muestran un sentimiento de acuerdo con la variable independiente: inteligencia emocional y la variable dependiente: calidad del servicio. Esto le indica al investigador que puede haber una relación entre las variables.

Tabla 8

Prueba de Chi cuadrado de Pearson en la hipótesis general

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	97,519 ^a	9	0.000
Razón de verosimilitud	47.810	9	0.000
Asociación lineal por lineal	35.118	1	0.000

Nota: SPSS versión 25.

De acuerdo con la Tabla 8, el chi-cuadrado de Pearson tiene un valor de 97.519 con una significación asintótica calculada de 0,00. Menos de 0,05, concluimos que no existe independencia entre las variables, por lo que puede existir una relación causal.

Tabla 9

Prueba de regresión lineal en la hipótesis general.

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,772 ^a	0.595	0.588	0.439

Nota: SPSS versión 25

Según la Tabla 9, el R-cuadrado calculado es 0,595. Se demostró una relación causal en el 59,5%. Cada vez que la variable inteligencia emocional independiente cambie en 1.000 unidades, la calidad del servicio cambiará en 0,595 unidades.

Hipótesis específica 1: La inteligencia emocional influye en la **empatía** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.

Tabla 10
Tabla cruzada de hipótesis específica.

		(D6) Empatía				Total
		En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
(V1) Variable independiente: Inteligencia emocional	En desacuerdo	0	1	0	0	1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1	0	0	2
	De acuerdo	0	4	18	8	30
	Totalmente de acuerdo	0	0	10	17	27
Total		1	6	28	25	60

Nota: SPSS versión 25

Según la Tabla 10, existen 18 casos en los que los sentimientos corresponden a la variable independiente: inteligencia emocional y la dimensión: empatía. Esto le indica al investigador que puede haber una relación entre la variable y la dimensión.

Tabla 11
Tabla cruzada de hipótesis específica.

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	52,222 ^a	9	0.000
Razón de verosimilitud	28.249	9	0.001
Asociación lineal por lineal	19.377	1	0.000

Nota: SPSS versión 25

Según con la Tabla 11, el chi-cuadrado de Pearson tiene un valor de 52,222 con una asíntota calculada de 0.00. Menos de 0,05, concluimos que no existe independencia entre la variable y la dimensión, por lo que puede existir una relación de causalidad.

Tabla 12

Prueba de regresión lineal en la hipótesis específica.

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,573 ^a	0.328	0.317	0.591

Nota: SPSS versión 25

Según la Tabla 12, el R-cuadrado calculado es 0,328. Se demostró una relación causal en el 32,8%. Cada vez que la variable independiente de inteligencia emocional cambia 1.000 unidades, la dimensión empatía cambia 0,328 unidades.

Hipótesis específica 2: *La inteligencia emocional influye en la **fiabilidad** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.*

Tabla 13

Tabla cruzada de hipótesis específica.

		(D7) Fiabilidad				Total
		En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
(V1) Variable independiente: Inteligencia emocional	En desacuerdo	1	0	0	0	1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1	0	0	2
	De acuerdo	0	0	19	11	30
	Totalmente de acuerdo	0	0	8	19	27
Total		2	1	27	30	60

Nota: SPSS versión 25

Según la Tabla 13, hay 19 casos que muestran que el sentimiento está en completa concordancia con la variable independiente: inteligencia emocional y con la dimensión: confiabilidad. Esto le indica al investigador que puede haber una relación entre la variable y la dimensión.

Tabla 14

Prueba de Chi cuadrado de Pearson en la hipótesis específica

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	81,816 ^a	9	0.000
Razón de verosimilitud	31.484	9	0.000
Asociación lineal por lineal	23.003	1	0.000

Nota: SPSS versión 25

Según con la Tabla 14, el chi-cuadrado de Pearson tiene un valor de 81816 con una significancia asintótica calculada de 0.00. Menos de 0,05, concluimos que no existe independencia entre la variable y la dimensión, por lo que puede existir una relación de causalidad.

Tabla 15

Prueba de regresión lineal en la hipótesis específica.

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,624 ^a	0.390	0.379	0.548

Nota: SPSS versión 25

Según la Tabla 15, el R cuadrado calculado es 0,390. Se demostró una relación de causa y efecto en el 39,0%. Cada vez que la variable independiente inteligencia emocional cambia en 1000 unidades, la dimensión de confianza cambia en 0,328 unidades.

Hipótesis específica 3: *La inteligencia emocional influye en la **seguridad** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.*

Tabla 16

Tabla cruzada de hipótesis específica.

		(D8) Seguridad				
		En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
(V1) Variable independiente: Inteligencia emocional	En desacuerdo	1	0	0	0	1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	2	0	0	2
	De acuerdo	0	0	22	8	30
	Totalmente de acuerdo	0	0	4	23	27
Total	acuerdo	1	2	26	31	60

Nota: SPSS versión 25

Según la Tabla 16, hay 23 casos que muestran que el sentimiento está en completa concordancia con la variable independiente: inteligencia emocional y la dimensión: seguridad. Esto le indica al investigador que puede haber una relación entre la variable y la dimensión.

Tabla 17

Prueba de Chi cuadrado de Pearson en la hipótesis específica.

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	140,648 ^a	9	0.000
Razón de verosimilitud	48.774	9	0.000
Asociación lineal por lineal	34.148	1	0.000

Nota: SPSS versión 25

Según la Tabla 17, Pearson tiene un valor de chi-cuadrado de 140,648 con una significación asintótica calculada de 0,00. Menos de 0,05, concluimos que no existe independencia entre la variable y la dimensión, por lo que puede existir una relación causal.

Tabla 18

Prueba de regresión lineal en la hipótesis específica.

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,761 ^a	0.579	0.572	0.425

Nota: SPSS versión 25

Según la Tabla 18, el R cuadrado calculado es 0,579. Se demostró una relación causal en el 57,9%. Cada vez que la variable independiente inteligencia emocional cambia en 1000 unidades, la dimensión de confianza cambia en 0,579 unidades.

Hipótesis específica 4: *La inteligencia emocional influye en la **capacidad de respuesta** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.*

Tabla 19

Tabla cruzada de hipótesis específica.

		(D9) Capacidad de respuesta				Total
		En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
(V1) Variable independiente: Inteligencia emocional	En desacuerdo	1	0	0	0	1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1	0	0	2
	De acuerdo	0	0	16	14	30
	Totalmente de acuerdo	0	0	6	21	27
Total		2	1	22	35	60

Nota: SPSS versión 25

Según la Tabla 19, hay 21 casos que muestran que el sentimiento está en completa concordancia con la variable independiente: inteligencia emocional y la dimensión: respuesta. Esto le indica al investigador que puede haber una relación entre la variable y la dimensión.

Tabla 20

Prueba de Chi cuadrado de Pearson en la hipótesis específica.

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	81,109 ^a	9	0.000
Razón de verosimilitud	30.836	9	0.000
Asociación lineal por lineal	22.904	1	0.000

Nota: SPSS versión 25

Según con la Tabla 20, el chi-cuadrado de Pearson tiene un valor de 81,109 con una significancia asintótica calculada de 0.00. Menos de 0,05, concluimos que no existe independencia entre la variable y la dimensión, por lo que puede existir una relación causal.

Tabla 21

Prueba de regresión lineal en la hipótesis específica.

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,623 ^a	0.388	0.378	0.553

Nota: SPSS versión 25

Según la Tabla 21, el R cuadrado calculado es 0,388. Se explicó una relación de causa y efecto en el 38,8%. Cada vez que la variable independiente de inteligencia emocional cambia en 1000 unidades, la magnitud de la confianza cambia en 0,388 unidades.

Hipótesis específica 5: La inteligencia emocional influye en la **tangibilidad** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.

Tabla 22

Tabla cruzada de hipótesis específica.

		(D10) Tangibilidad			Totalmente de acuerdo	Total
		En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo		
(V1) Variable independiente: Inteligencia emocional	En desacuerdo	1	0	0	0	1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	2	0	0	2
	De acuerdo	0	0	21	9	30
	Totalmente de acuerdo	0	0	12	15	27
Total	acuerdo	1	2	33	24	60

Nota: SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 22, existen 21 casos que evidencian sentirse de acuerdo con la variable independiente: Inteligencia emocional y con la dimensión:

tangibilidad. Esto sugiere al investigador de que podría existir una asociación entre la variable y la dimensión.

Tabla 23

Prueba de Chi cuadrado de Pearson en la hipótesis específica.

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	124,008 ^a	9	0.000
Razón de verosimilitud	31.485	9	0.000
Asociación lineal por lineal	18.588	1	0.000

Nota: SPSS versión 25

De acuerdo con la Tabla 23, el chi-cuadrado de Pearson tiene un valor de 124.008 con una significación asintótica calculada de 0,00. Menos de 0,05, concluimos que no existe independencia entre la variable y la dimensión, por lo que puede existir una relación causal.

Tabla 24

Prueba de regresión lineal en la hipótesis específica.

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,561 ^a	0.315	0.303	0.525

Nota: SPSS versión 25

Según la Tabla 24, el R cuadrado calculado es 0,315. Se demostró una relación causal en el 31,5%. Cada vez que la variable independiente inteligencia emocional cambia en 1000 unidades, la dimensión de confianza cambia en 0,315 unidades.

Resultado de la medición de nivel de las variables y dimensiones.

Tabla 25

Resultado de la medición de nivel de las variables y dimensiones.

Variables y dimensiones	Valores			Porcentajes		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
(D1) Dimensión 1: Conciencia de uno mismo	57	3	0	95.00%	5.00%	0.00%
(D2) Dimensión 2: Autorregulación	57	3	0	95.00%	5.00%	0.00%
(D3) Dimensión 3: Motivación	57	3	0	95.00%	5.00%	0.00%
(D4) Dimensión 4: Empatía	55	4	1	91.67%	6.67%	1.67%
(D5) Dimensión 5: Habilidades sociales	52	8	0	86.67%	13.33%	0.00%
(D6) Dimensión 6: Empatía	53	7	0	88.33%	11.67%	0.00%
(D7) Dimensión 7: Fiabilidad	57	2	1	95.00%	3.33%	1.67%
(D8) Dimensión 8: Seguridad	57	3	0	95.00%	5.00%	0.00%
(D9) Dimensión 9: Capacidad de respuesta	57	1	2	95.00%	1.67%	3.33%
(D10) Dimensión 10: Tangibilidad	57	3	0	95.00%	5.00%	0.00%
(VY) Variable independiente: Inteligencia emocional	57	3	0	95.00%	5.00%	0.00%
(VX) Variable dependiente: Calidad de servicio	57	2	1	95.00%	3.33%	1.67%

Nota: Elaborado con Microsoft Excel 2019

De acuerdo con la Tabla 25, se observa que Aspecto 1: Autoconocimiento, la mayoría de los encuestados son altamente calificados (57 personas, 95% del total). Asimismo, la Dimensión 2: Autorregulación fue muy expresada (57 sujetos, 95% del total). La tercera opción: el incentivo es alto (57 personas, 95% del total). Dimensión 4: La empatía también es alta (55 personas, 91,67% del total). Quinto: las habilidades sociales se expresan en un nivel alto (52 personas, que representan el 86,67% del total). Dimensión 6: La empatía es la más alta (53 personas, 88,33% del total). Séptimo: la fiabilidad también está al más alto nivel (57 personas, el 95% del total). Noveno: La respuesta también es alta (57 personas, el 95% del total). Tamaño 10: los tangibles se expresan en el nivel más alto (57 personas, 95% del total).

En cuanto a las variables, la variable independiente: la inteligencia emocional se encontró alta (57 personas, 95% del total), y la variable dependiente: la calidad del servicio también se encontró en el nivel más alto (57 personas, 95 personas del total).

V. DISCUSIÓN

De acuerdo con Kerlinger y Lee (1986) definen que la discusión se desarrolla interpretando los resultados y explicando las conclusiones a que conducen, es en este punto donde se aclara la contribución y valor de estudio realizado.

Discusión con los antecedentes:

Hipótesis general, es posible demostrar cómo la inteligencia emocional afecta la calidad del servicio en una firma auditora ubicada en Lima 2020, el estudio presentado por Moya (2019) propone una encuesta para determinar la relación cómo la inteligencia emocional puede afectar la atención médica. Moya (2019) presenta un enfoque de nivel cuantitativo e ilustrativo, y utiliza encuestas, método de cuestionarios como herramientas para aplicar en 60 empleados. Moya (2019) cuando concluyó que la inteligencia emocional necesita responder emocionalmente a cuestiones que son incompatibles con los servicios de salud, encontró que era de mala calidad, lo que hacía que los hospitales de atención médica no fueran los ideales. Búsqueda enviada por López (2016) En el trabajo de tesis que realizó, Determinó que, para obtener resultados positivos, si las ciudades centrales del país se comprometieron a adoptarla, la calidad del servicio cambiaría radicalmente, por lo tanto, se necesitan instalaciones necesarias para mejorar, actualizarse y esto contribuye al desarrollo de la ciudad. Dicho estudio fue aplicado en la Municipalidad teniendo alrededor de 25 personas que actualmente trabajan en educación y desempeño social, las edades de los colaboradores están entre los 26 a 55 años, incluye hombre como mujeres. El presente estudio López (2016) presento un nivel explicativo y así mismo se aplicaron encuestas a 60 empleados. López (2016) concluyó que existe relación significativa de la influencia de las variables en una empresa auditora ubicada en Lima.

Según las hipótesis específicas se estableció como la inteligencia emocional influye en la empatía en una empresa auditora ubicada en Lima 2020, la investigación presentada por Guardiola (2014) guio un estudio la cual su finalidad fue identificar la relación e importancia de un buen desempeño laboral con el uso

de la inteligencia emocional. La encuesta se realizó entre gerentes de la corporación, 73 participantes con excelentes grados y educación, arrojó resultados favorables, concluyendo que los gerentes son personas influyentes, que aplican la inteligencia emocional para llegar a las personas y con ello entregar un servicio de calidad con un ambiente de trabajo adaptable. En cuanto a las características metodológicas, el estudio desarrollado por Guardiola (2014) presentó un enfoque cuantitativo a nivel de correlación, en el que se aplicaron 73 directivos. El presente estudio presenta las mismas características metodológicas del estudio detallado por Guardiola (2014), que presentó el nivel de interpretación, ya que se utilizó encuestas como método y un cuestionario como herramienta para su aplicación a 60 empleados. La prueba estadística utilizada por Guardiola (2014) fue la rho de Spearman, que tuvo una significancia de convergencia bidireccional de 0,000 y un coeficiente de correlación de 0,614; Mientras que en este estudio se realizó la prueba de chi-cuadrado de Pearson y el resultado fue que la asíntota bidireccional es mucho menor que 0,05. Mientras que el presente estudio concluyó que la inteligencia emocional incide en la calidad del servicio de una firma auditora ubicada en Lima. De igual forma, el estudio presentado por Revilla (2006) se realizó en Venezuela, mientras que la presente investigación se realizó en Perú. En consecuencia, la inteligencia emocional en el análisis del conocimiento, la empatía y la motivación se encuentra en un nivel satisfactorio y de igual manera la calidad del servicio en términos de confiabilidad, seguridad y responsabilidad también se encuentra en un nivel satisfactorio. Este análisis condujo a mejoras y resultados consolidados en beneficio de los doctores del centro de salud y los pacientes atendidos.

La inteligencia emocional influye en la **fiabilidad** en una empresa auditora ubicada en Lima 2020. Ante ello la investigación presentada por Tarazona (2019) En su investigación realizó un estudio a los guardias de seguridad del hospital nacional, con una población de 70 trabajadores en todo el hospital, se utilizó como muestra a 59 guardias de seguridad, aplicándose una encuesta de 29 preguntas, los resultados se concluyen como empleados. tienen deficiencias relacionadas con la inteligencia emocional, que conducen a una mala atención en cuanto a su calidad que brindan en el mencionado hospital. En cuanto a las características metodológicas, el estudio

La metodología de investigación desarrollada por Tarazona (2019) emplea un enfoque correlativo utilizando como herramientas métodos de encuesta y una aplicación de cuestionario a 70 empleados. Este estudio tiene las mismas características metodológicas que Tarazona (2019). Debido a que este estudio ofrece un enfoque ejemplar y cuantitativo, utiliza encuestas como método y encuestas como herramienta para aplicar a 60 empleados. La prueba estadística utilizada en Tarazona (2019) es la rho de Spearman con un significado de convergencia binaria de 0,000 y un coeficiente de correlación de 0,758. En este estudio, se realizó una prueba de chi-cuadrado de Pearson y la asíntota bidireccional estaba muy por debajo de 0,05. Guardiola (2014) concluyó que existe una relación entre la inteligencia emocional y la calidad del servicio en la seguridad hospitalaria nacional, y este estudio encontró que la inteligencia emocional impactó la calidad del servicio en la seguridad hospitalaria y concluye que da. La investigación presentada por Ponce de León (2018) guio un estudio la cual su finalidad fue identificar la relación entre la variable inteligencia emocional y la calidad de servicio con los personales. Su estudio fue aplicado mediante una encuesta a 124 colaboradores, obteniendo sus variables son independientes no tienen una relación entre sí, por ende, se necesitó implementar una mejora para ayudar al buen desenvolvimiento de los colaboradores con capacidades y habilidades, y así esperando mejoras en la calidad que ofrecían dentro de sus servicios. El presente estudio presenta las mismas características metodológicas que lo descrito por Ponce de León (2018) porque presenta un enfoque cuantitativo y además utiliza el nivel de interpretación y la encuesta como método y el cuestionario como herramienta para aplicarlo a 60 empleados. La prueba estadística utilizada por Ponce de León (2018) es la rho de Spearman con una significancia asintótica binaria de 0.014 y un coeficiente de correlación de 0.221. Ponce de León (2018) concluyó que existe una relación entre las variables de inteligencia emocional y las actitudes hacia la calidad de servicio de los empleados de tiendas comerciales de Pucallpa, pero en el presente estudio se concluye que la inteligencia emocional incide en la calidad de servicio de la firma auditora.

La inteligencia emocional afecta la respuesta en una firma auditora ubicada en Lima 2020. Ante esto, el estudio presentado por Ocas y Rocillo (2018) tiene como objetivo determinar la relación entre las variables de inteligencia emocional y calidad

de atención al cliente en Electro Oriente S.A. El estudio presentado por Ocas y Rocillo (2018) se realizó en Jaén - Perú, mientras que la presente investigación se realizó en Lima - Perú. En cuanto a las características metodológicas, el estudio desarrollado por Ocas y Rocillo (2018) presentó un enfoque cuantitativo a nivel de correlación, en el que se utilizó como herramienta la técnica de encuesta y el uso de cuestionario aplicado a 100 usuarios. El presente estudio presenta características metodológicas similares a las detalladas por Ocas y Rocillo (2018). Este estudio se realizó encuestando a 100 trabajadores con el objetivo de mejorar la calidad del servicio del 65% al 75%. Estos resultados permitieron a los autores confirmar su hipótesis, confirmando que su relación era algo positiva entre su calidad y el uso de la inteligencia emocional como factor clave. Ocas y Rocillo (2018) concluyó que existe relación entre las variables inteligencia emocional y la calidad de servicio al cliente en la empresa Electro Oriente S.A, mientras que el presente estudio concluyó que la inteligencia emocional influye en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima. La investigación presentada por Damiano (2016) realizó una investigación en la región Apurímac. Se agregaron los datos de 95 empleados de esta ciudad provincial, utilizados como muestra para realizar el estudio a través de una encuesta aleatoria con un cuestionario de 45 preguntas. Se obtuvo como resultado que sus variables de inteligencia emocional y la calidad guardan una relación favorable, validando su hipótesis. Damiano (2016) introdujo un enfoque cuantitativo a nivel de correlación, en el que se utilizó como herramienta una técnica de encuesta y el uso de un cuestionario aplicado a 95 empleados. El presente estudio presenta las mismas características metodológicas que el estudio detallado por Damiano (2016) en cuanto presenta un enfoque cuantitativo y un nivel explicativo. La prueba estadística utilizada por Damiano (2016) fue de Spearman, con un nivel de significancia de 0,015 y un coeficiente de correlación de 0,249; Mientras que en este estudio se realizó la prueba de chi-cuadrado de Pearson y el resultado fue que la asíntota bidireccional es mucho menor que 0,05.

La inteligencia emocional influye en especificidades para las firmas de auditoría en Lima 2020. Por ello, la investigación presentada por Barsallo (2016) se enfoca en examinar si efectivamente existe una dependencia entre las variables de la inteligencia emocional y el sector laboral de SODIMAC PERÚ. El estudio presentado

por Barsallo (2016) se realizó en Chiclayo, Perú, mientras que la presente investigación se realizó en Lima, Perú. En cuanto a las características metodológicas, la encuesta fue desarrollada por Barsallo (2016). Presenta un enfoque de nivel descriptivo y cuantitativo y también se utiliza la encuesta como cuestionario como método y herramienta para aplicar a 60 empleados. La prueba estadística utilizada por Barsallo (2016) fue la prueba de Spearman, la cual arrojó un nivel de significación de 0,000 y un coeficiente de correlación de 0,882. Por otro lado, en este estudio se realizó una prueba de chi-cuadrado de Pearson y mostró una asíntota bidireccional muy por debajo de 0,05. Barsallo (2016) concluyó que la inteligencia emocional influye en la calidad del servicio de las firmas de auditoría en Lima.

Discusión con la teoría:

La variable “inteligencia emocional” fue estudiada tomando en consideración con la teoría presentada por Goleman (1995), que hace mundialmente famoso el término, vendiendo millones de copias de su libro llamado: La inteligencia emocional se refiere como la destreza de una persona para identificar, actuar correcta y eficazmente sus propias emociones y las de los demás.

Olvera, Domínguez y Cruz (1998) afirmaron que la inteligencia por emociones tiene la destreza de hacer que los individuos puedan mejorar y ejecutar sus propias habilidades, por ejemplo: reconocer y evaluar sus propias emociones como los demás, ser capaces de medir y expresar adecuadamente las propias emociones.

La variable “calidad de servicio” fue estudiada tomando en consideración con la teoría presentada por Cronin y Taylor (1992), Propusieron una escala menor que SERVQUAL, la llamaron SERVPERF y la definieron entre la verdadera percepción del cliente y sus expectativas anteriores. De esta forma, los clientes podrán realizar comentarios sobre sus propias opiniones. Esta nueva escala se basa específicamente en la evaluación de la percepción, y su evaluación es similar a la escala SERVQUAL, señalaron que la escala será un modelo alternativo basado en el desempeño, que solo se utiliza para la medición de la visión del cliente sobre el desempeño del servicio.

Este estudio analizó el desempeño de estos aspectos en el contexto estudiado de “Empresa auditora ubicada en Lima 2020”, y encontró que el nivel de logro en estas variables es en su mayoría alto, consistente con la teoría.

VI. CONCLUSIONES

Según Lamm (2015), las conclusiones son generalizaciones a partir de los hallazgos, ya que establecen o constituyen aportes e innovaciones de estudios desarrollados. Esto también puede entenderse como productivo en los resultados de encuestas y discusiones. Las conclusiones de este estudio se detallan a continuación. La inteligencia emocional influye en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020. Esto fue validado mediante las pruebas de chi cuadrado de Pearson y regresión lineal (sig. = 0.000; $r^2 = 0.595$).

1. La inteligencia emocional influye en la empatía en una empresa auditora ubicada en Lima 2020. La cual fue validado a través las pruebas de chi cuadrado de Pearson y regresión lineal (sig. = 0.000; $r^2 = 0.328$).

2. La inteligencia emocional influye en la fiabilidad en una empresa auditora ubicada en Lima 2020. La cual validado a través las pruebas de chi cuadrado de Pearson y regresión lineal (sig. = 0.000; $r^2 = 0.389$).

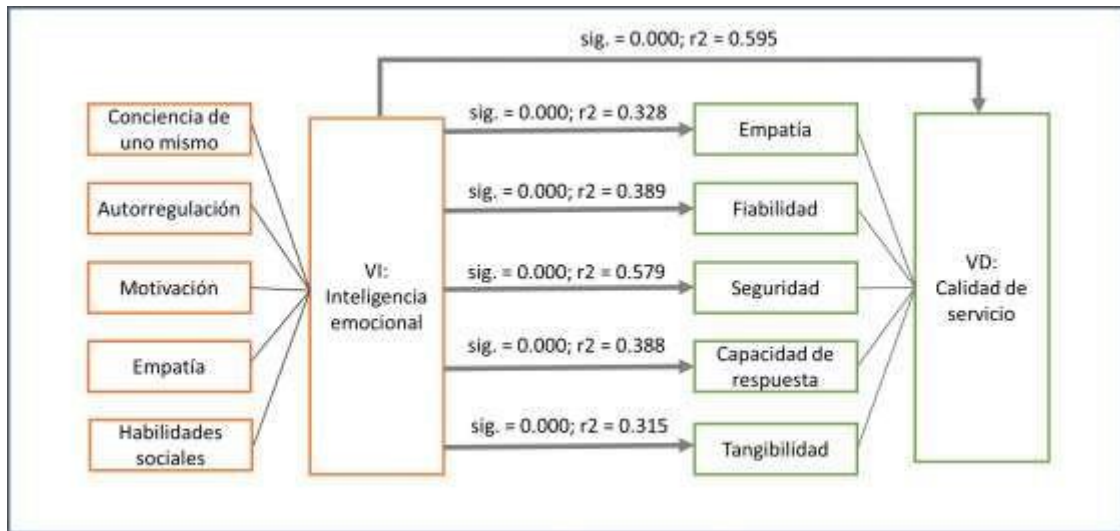
3. La inteligencia emocional influye en la seguridad en una empresa auditora ubicada en Lima 2020. La cual validado a través las pruebas de chi cuadrado de Pearson y regresión lineal (sig. = 0.000; $r^2 = 0.579$).

4. La inteligencia emocional influye en la capacidad de respuesta en una empresa auditora ubicada en Lima 2020. La cual validado a través las pruebas de chi cuadrado de Pearson y regresión lineal (sig. = 0.000; $r^2 = 0.388$).

5. La inteligencia emocional influye en la tangibilidad en una empresa auditora ubicada en Lima 2020. La cual validado a través las pruebas de chi cuadrado de Pearson y regresión lineal (sig. = 0.000; $r^2 = 0.315$).

Las conclusiones obtenidas son mostradas de forma gráfica en la Figura 11.

Figura 11.
Cuadro de conclusiones.



Nota: Elaborado por el autor.

VII. RECOMENDACIONES

Los socios de una firma de auditoría ubicada en Lima, donde se realizó el estudio, deberían prestar más atención e importancia a la inteligencia emocional, ya que se ha evidenciado que afecta la calidad del servicio de traducción. Tener una mejor autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales correctamente aplicadas conduce a mejores niveles de calidad del servicio, con el objetivo final de mejores resultados comerciales en línea con la teoría.

Los socios de una firma de auditoría ubicada en Lima, donde se realizó el estudio, deberían prestar más atención e importancia a la inteligencia emocional, ya que se ha evidenciado que afecta la calidad del servicio de traducción. La atención, la ansiedad y el nivel de atención prestado se verán muy potenciados por los estímulos de inteligencia emocional. La propuesta de mejora se preocupa por el bienestar de cada colaborador para que lo haga en el desempeño de sus funciones con la mayor tranquilidad y benevolencia posible.

Los socios de una firma de auditoría ubicada en Lima, donde se realizó el estudio, deberían prestar más atención e importancia a la inteligencia emocional, ya que se ha evidenciado que afecta la calidad del servicio de traducción. La puntualidad, el compromiso y la discreción se mejoran mucho al estimular la inteligencia emocional. Una sugerencia de mejora podría ser el intercambio regular de información y confianza con los colaboradores para que estén completamente seguros en el desempeño de su trabajo.

Los socios de una firma de auditoría ubicada en Lima, donde se realizó el estudio, deberían prestar más atención e importancia a la inteligencia emocional, ya que se ha evidenciado que afecta la calidad del servicio de traducción. La amabilidad, la confianza y la credibilidad mejorarán enormemente al mejorar la inteligencia emocional. La sugerencia de mejora sería la capacitación continua de todos los colaboradores para que se la tomen muy en serio a la hora de desempeñar sus funciones en cada proyecto.

Los socios de una firma de auditoría ubicada en Lima, donde se realizó el estudio, deberían prestar más atención e importancia a la inteligencia emocional, ya que se ha evidenciado que tiene un impacto en la calidad del servicio. La fuerza de voluntad, la velocidad y la precisión se verán muy potenciadas por los estímulos de la inteligencia emocional. La propuesta de mejora incluirá aclarar la importancia de cada proyecto para tener mayor flexibilidad en el desempeño de sus funciones.

Los socios de una firma de auditoría ubicada en Lima, donde se realizó el estudio, deberían prestar más atención e importancia a la inteligencia emocional, ya que se ha evidenciado que tiene un impacto en la calidad del servicio. Se mejorará mucho el aspecto físico, el aspecto de la máquina y el aspecto del empleado estimulando la inteligencia emocional. Las sugerencias de mejora incluirán contar con un equipo y ambiente de trabajo óptimo para desempeñar las funciones de cada colaborador, tanto a nivel externo como interno.

REFERENCIAS

- Arrabal, E. (2018). *Inteligencia emocional*. (1ra ed.). Málaga, España: Editorial E-learning.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. Serie integral por competencias. (3ra ed.). México D.F., México: Grupo Editorial Patria.
- Bar-On, R. (1997). *The Emotional Quotient (EQ-i): A Test of Emotional Intelligence*. Toronto, Canadá: Multi-Health Systems.
- Barsallo, E. (2016). *La inteligencia emocional y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa SODIMAC Perú S.A. Open Chiclayo 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/31882>
- Barría, C. (3 de Julio del 2020) *Las 3 poderosas habilidades que manejan las personas con alta "inteligencia emocional" en el trabajo*. BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-53259526>
- Caballo, V. (2005). *Manual de Evaluación y entrenamiento de las habilidades sociales*. (6ta ed.). Madrid, España: Siglo XXI.
- Casado, C. (2009). *Entrenamiento emocional en el trabajo*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Chaves-Barbosa, E. y Rodríguez-Miranda, L. (2018). *Análisis de confiabilidad y validez de un cuestionario sobre entornos personales de aprendizaje (PLE)*. Revista Ensayos Pedagógicos. 1(VIII), 71-106. <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/ensayospedagogicos/article/view/10645/13202>
- Christopher, M., Payne, A. y Ballantyne, D. (1994). *Marketing relacional: Integrando la calidad, el servicio al cliente y el marketing*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Cottle, D. (1991). *Servicio centrado en el cliente: Como lograr que regresen y sigan utilizando sus servicios*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.

- Covey. (2003). *Los 7 Hábitos de la Gente Altamente Efectiva*. (1ra ed.). Barcelona, España: Paidós Plural.
- Cronin, J. y Taylor, S. (1992). *SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality*. *Journal of Marketing*, 58(1), 125-131.
<https://doi.org/10.1177/002224299405800110>
- Crosby, P. (1988). *La organización permanece exitosa*. México D.F., México: McGraw-Hill Interamericana S.A. de C.V.
- Cruz, C., Socorro, O. y Gonzales, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F., México: Grupo Editorial Patria.
- Damiano, D. (2016). *Inteligencia emocional y la calidad en el servicio de la municipalidad provincial de Andahuaylas, región Apurímac – 2016*. (Tesis pregrado). Universidad Nacional José María Arguedas, Perú.
<http://repositorio.unajma.edu.pe/handle/123456789/453>
- Davis, M. (1996). *Empathy. A social psychological approach*. Colorado, USA: Boulder-Westview Press.
- Del Cid, A., Méndez, R. y Sandoval, F. (2011). *Investigación. Fundamentos y metodología*. (2da ed.). Juárez, México: Pearson Education.
- Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- Denton, K. (1991). *Quality service: How america's top companies are competing in the customer-service revolution and how you can too*. Texas, USA: Gulf Publishing Company.
- Eisenberg, N., y Strayer, J. (1987). *Empathy and its development*. New York, USA: University Press.
- Fernández, I., López, B. y Márquez, M. (2008). *Empatía: Medidas, teorías y aplicaciones en revisión*. *Anales de Psicología*, 24(2), 284-298.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16711589012>

- Gardner, H. (1993). *Frames of Mind. The Theory of Multiple Inteligences*. New York, USA: Basic Books, división de Harper Collins Publisher Inc.
- Goleman, D (2018). *Inteligencia emocional en la empresa*. Barcelona, España: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Goleman, D. (1995). *Emotional intelligence*. New York, USA: Bantam books.
- Guardiola, C. (2014). *Inteligencia emocional y desempeño laboral de los directivos del corporativo adventista del norte de México*. (Tesis pregrado). Universidad de Montemorelos, México.
<http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/xmlui/handle/20.500.11972/105>
- Grönroos, C. (1984). *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*. Helsinfors, Finlandia: Swedish School of Economics and Business Administration.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (3ra ed.). México D. F., México: McGraw-Hill.
- Jiménez, R. (1998). *Metodología de la investigación. Elementos básicos para la investigación clínica*. La Habana, Cuba: Editorial Ciencias médicas.
- Kelly, J. (2002). *Entrenamiento de las habilidades sociales*. Bilbao, España: Editorial Desclée De Brouwer.
- Kerlinger, F. y Lee, H. (1986). *Investigación del comportamiento*. (4ta ed.). México D. F., México: McGraw-Hill.
- Lam, R. (2015). *La redacción de un artículo científico*. *Revista Cubana de Hematología, Inmunología y Hemoterapia*, 32(1).
<http://www.revhematologia.sld.cu/index.php/hih/article/view/309/218>
- Ley N° 30806 (5 de julio de 2018). *Ley que modifica diversos artículos de la ley 28303, ley marco de ciencia, tecnología e innovación tecnológica; y de la ley 28613, ley del consejo nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica (CONCYTEC)*. Diario Oficial el Peruano.
https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/ADLP/Normas_Legales/30806-LEY.pdf

- Locke, E. y Latham, G. (2004). *What should we do about motivation theory? Six recommendations for the twenty-first century*. *Academy of Management Review*, 29 (3), 388-403. <http://www.jstor.org/stable/20159050>
- López, M., Arán F. y Richaud, M. (2014). *Empathy: From Automatic Perception to Controlled Processes*. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 32(1), 37-51. dx.doi.org/10.12804/apl32.1.2014.03
- López, W. (2016). *Relación entre inteligencia emocional y satisfacción del cliente de la municipalidad de la democracia, departamento de escuintla*. (Tesis pregrado). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2016/05/43/LopezWalter.pdf>.
- Mayer, J.D. y Salovey, P. (1990). *Emotional Intelligence. Imagination, Cognition and Personality*. Baywood Publishing 9 (3), 185-211. 10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG
- Mayer, J.D. y Salovey, P. (1997). *What is emotional intelligence?* In P. Salovey y D. Sluyter (Eds.), *Emotional development and emotional intelligence: Educational implications* (pp. 3-31). New York, USA: Basic Books.
- Moya, K. (2019). *La inteligencia emocional y su incidencia en la calidad de la atención médica en el Hospital Municipal Nuestra Señora de la Merced*. (Tesis pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador. <http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2813>
- Nachtigall, P. (2018). *Inteligencia emocional en la empresa*. (1ra ed.). Ciudad autónoma de Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica.
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. (4ta ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Ocas, M. y Rocillo, L. (2018). *Inteligencia emocional y su relación con la calidad de servicio al cliente en la empresa electro oriente s.a. Jaén – 2017*. (Tesis pregrado). Universidad Señor de Sipán, Perú. <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/5216>

- Olvera, Y., Dominguez B. y Cruz, A. (1998). *Inteligencia emocional: manual para profesionales en el ámbito industrial*. Mexico D.F., Mexico: Plaza y Valdez S.A. de C.V.
- Panadero, E. y Alonso-Tapia, J. (2014). *¿Cómo se autorregulan los estudiantes? Revisión del modelo cíclico de aprendizaje autorregulado de Zimmerman*. *Anales De Psicología / Annals of Psychology*, 30 (2), 450-462. <https://doi.org/10.6018/analesps.30.2.167221>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., y Berry, L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40. <https://psycnet.apa.org/record/1989-10632-001>
- Parasuraman, A., Zenithal, V., y Berry, L. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Parasuraman, A., Zenithal, V., y Berry, L. (1988) *Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence*. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22. <https://doi.org/10.2307/1251446>
- Ponce de León, H. (2018). *Inteligencia emocional y actitud a la calidad de servicio de los trabajadores de las tiendas comerciales sede Pucallpa – Perú 2015. (Tesis posgrado)*. Universidad Nacional Federico Villareal, Perú. <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/2049>
- Redacción el Comercio (27 de agosto del 2014) *¿Sabes cómo desarrollar al máximo tu inteligencia emocional?*: <https://elcomercio.pe/economia/personal/desarrollar-maximo-inteligencia-emocional-356677-noticia/?ref=ecr>
- Redacción Gestión 25 de junio del 2020). *Cuatro maneras en que la inteligencia emocional puede mejorar sus habilidades en ventas*. *Diario Gestión*. <https://gestion.pe/fotogalerias/4-maneras-en-que-la-inteligencia-emocional-puede-mejorar-sus-habilidades-en-ventas-noticia/?ref=gesr>

- Revilla, M. (2006). *Inteligencia emocional y calidad de servicio del personal médico y enfermería en hospitales públicos*. (Tesis posgrado). Universidad Rafael Belloso Chacín, Venezuela. <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0077581/intro.pdf>
- Robbins, S. y Judge, T. (2009). *Organizational behavior*. (13th ed.). New Jersey, USA: Pearson Education.
- Salinas, P. y Cárdenas, M. (2009). *Métodos de investigación social*. (2da ed.). Quito, Ecuador: Editorial Quipus.
- Schiffman, L. y Kanuk, L., (2005). *Comportamiento del consumidor*. (8va ed.). Nueva Jersey, USA: Pearson, Prentice Hall.
- Tamayo, M. (2008). *El Proceso de la Investigación Científica*. (4ª ed.). México: Editorial Limusa.
- Tarazona, E. (2019). *Inteligencia emocional y calidad del servicio en la seguridad de un hospital nacional, Lima, 2019*. (Tesis pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Perú. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/41885>
- Thorndike, E. (1920). *An evaluation of the attempts to measure social intelligence*. Psychological Bulletin. 34 (5), 275-285. <https://doi.org/10.1037/h0053850>
- Ventura, J., Arancibia, M. y Madrid, E. (2017). *La importancia de reportar la validez y confiabilidad en los instrumentos de medición: Comentarios a Arancibia et al*. Revista médica de Chile, 145 (7), 955 - 956.
- Weisinger, H. (1998). *Emotional intelligence at work: the untapped edge for success*. (1st ed.). California, USA: Jossey-Bass.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables.

Tabla 27.

Operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Inteligencia emocional	Es la capacidad que tienen las personas para reconocer y manejar su emoción y de los demás de manera correcta y eficiente. (Goleman, 1995).	La inteligencia emocional consiste en tener conciencia de uno mismo para poder autorregular nuestros sentimientos negativos, evitando así que estos afecten a nuestra motivación, empatía, habilidades sociales y a las personas de nuestro entorno.	Conciencia de uno mismo	<u>Autoconciencia emocional</u> <u>Autoevaluación</u>	Escala ordinal, con opciones de respuesta tipo Likert (1 al 5)
			Autoregulación	<u>Autoconfianza</u> <u>Autocontrol</u> <u>Confiabilidad</u>	
			Motivación	<u>Responsabilidad</u> <u>Motivación de logro</u> <u>Iniciativa</u>	
			Empatía	<u>Compromiso</u> <u>Comprensión a los demás</u> <u>Ayuda sin nada a cambio</u>	
			Habilidades sociales	<u>Orientación al servicio</u> <u>Comunicación</u> <u>Gestión de conflictos</u> <u>Trabajo en equipo</u>	
			Empatía	<u>Interés</u> <u>Preocupación</u>	
			Fiabilidad	<u>Nivel de atención</u> <u>Puntualidad</u> <u>Compromiso</u> <u>Cuidadoso</u>	
			Seguridad	<u>Amabilidad</u> <u>Confianza</u>	
			Capacidad de respuesta	<u>Credibilidad</u> <u>Voluntad</u> <u>Rapidez</u>	
			Tangibilidad	<u>Precisión</u> <u>Aspecto de instalaciones</u> <u>Aspecto de equipos</u> <u>Aspecto de empleados</u>	

Nota: Elaborado por el autor.

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos.

Cuestionario de Inteligencia emocional y calidad de servicio

Cuestionario para analizar si la inteligencia emocional influye en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.

Instrucciones:

Lea detenidamente cada ítem y en función a su perspectiva marque con una “X” las respuestas que aparecen en el siguiente cuadro.

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

N°	Indicadores	Valoración				
		5	4	3	2	1
	(V1) Variable independiente: Inteligencia emocional					
	(D1) Dimensión 1: Conciencia de uno mismo.					
1	Reconozco mi autoconciencia emocional al saber cuáles son mis emociones, sensaciones y estados de ánimo.					
2	Con frecuencia me hago una autoevaluación para identificar cuáles son mis fortalezas y debilidades.					
3	Al estar frente a un problema o situación, muestro autoconfianza para poder elegir la mejor alternativa.					
	(D2) Dimensión 2: Autorregulación.					
4	Ejercer autocontrol en mi propias emociones, comportamiento y deseos al estar frente a una situación tensa.					
5	Demuestro confiabilidad al desempeñar una función requerida, en las condiciones establecidas durante un período de tiempo determinado.					
6	Muestro mi responsabilidad al responder por mis propios actos.					
	(D3) Dimensión 3: Motivación.					
7	La motivación de logro que tengo me impulsa a adquirir hábitos, destrezas o habilidades para mejorar mi estatus profesional.					
8	Tomo la iniciativa para comenzar un proyecto o buscar soluciones a alguna problemática sin que nadie me lo pida o sugiera.					
9	Cuando me asignan realizar una tarea o función tengo el compromiso de finalizarlo sin dejarlo inconcluso.					
	(D4) Dimensión 4: Empatía.					
10	Por la capacidad de sentir, imaginar y experimentar las emociones, las personas a mi alrededor sienten que tengo comprensión a los demás .					

11	Con frecuencia ofrezco ayuda sin nada a cambio a todas las personas que me rodean.					
12	Ofrezco a menudo orientación al servicio al tener la convicción de ayudar, tener interés por conocer las necesidades y expectativas de las personas.					
	(D5) Dimensión 5: Habilidades sociales.					
13	Existe comunicación entre todo el personal al realizar una función o tarea.					
14	Ante una situación de tensión o confrontación aplico la gestión de conflictos para evitar problemas no deseados.					
15	Me esfuerzo por trabajar en equipo en las diferentes tareas y con todas las personas que me asignan.					
	(V2) Variable dependiente: Calidad de servicio					
	(D6) Dimensión 6: Empatía.					
16	Las personas a su alrededor perciben el interés genuino que tiene por ellos.					
17	Los clientes pueden sentir la preocupación que transmite cuando interactúa con ellos.					
18	El nivel de atención ofrecido es reflejado en la satisfacción del cliente.					
	(D7) Dimensión 7: Fiabilidad.					
19	Cumplo con puntualidad las tareas o funciones que se me han requerido.					
20	Cuando las personas a mi alrededor interactúan conmigo se ve reflejado el compromiso que tengo con ellos.					
21	Realizo de manera cuidadosa todos los requerimientos que se me asignan.					
	(D8) Dimensión 8: Seguridad.					
22	Al realizar mis funciones demuestro amabilidad con las personas a mí alrededor.					
23	La confianza que genero es importante para que los clientes se sientan más tranquilos.					
24	Genero la credibilidad necesaria para que el cliente se sienta tranquilo al desempeñar mis actividades.					
	(D9) Dimensión 9: Capacidad de respuesta.					
25	Realizo con voluntad y de manera oportuna las funciones encomendadas.					
26	Procuro desempeñar mis funciones con la rapidez necesaria.					
27	Al ejecutar las labores encomendadas lo hago con precisión y dedicación.					
	(D10) Dimensión 10: Tangibilidad.					
28	La empresa ofrece un aspecto de las instalaciones adecuado para poder trabajar.					
29	Le inspira confianza el aspecto de los equipos con los que trabaja.					
30	El aspecto de los empleados refleja la imagen de la empresa.					

Anexo 3. Matriz de consistencia.

Tabla 28.

Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS PRINCIPAL	VARIABLES	DISEÑO METODOLÓGICO
¿La Inteligencia emocional influye en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020?	Determinar que la inteligencia emocional influye en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.	La inteligencia emocional influye en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.		
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	BJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICOS		
1) ¿La inteligencia emocional influye en la empatía en una empresa auditora ubicada en Lima 2020?	1) Determinar que la inteligencia emocional influye en la empatía en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.	1) La inteligencia emocional influye en la empatía en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.	Variable independiente: Inteligencia emocional Dimensiones: a) Conciencia de uno mismo. b) Autorregulación. c) Motivación. d) Empatía. e) Habilidades sociales. Variable dependiente: Calidad de servicio a) Empatía b) Fiabilidad c) Seguridad d) Capacidad de respuesta e) Tangibilidad.	Tipo de estudio Tipo: aplicada. Nivel: Descriptivo - explicativa Enfoque: cuantitativo. Diseño: No experimental de corte transversal. Área de estudio: Una empresa auditora ubicada en Lima 2020. Población 50 empleados. Instrumento Cuestionario Técnica Encuesta Valoración estadística Software estadístico SSPS 26 (versión en español)
2) ¿La inteligencia emocional influye en la fiabilidad en una empresa auditora ubicada en Lima 2020?	2) Determinar que la inteligencia emocional influye en la fiabilidad en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.	2) La inteligencia emocional influye en la fiabilidad en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.		
3) ¿La inteligencia emocional influye en la seguridad en una empresa auditora ubicada en Lima 2020?	3) Determinar que la inteligencia emocional influye en la seguridad en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.	3) La inteligencia emocional influye en la seguridad en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.		
4) ¿La inteligencia emocional influye en la capacidad de respuesta en una empresa auditora ubicada en Lima 2020?	4) Determinar que la inteligencia emocional influye en la capacidad de respuesta en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.	4) La inteligencia emocional influye en la capacidad de respuesta en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.		
5) ¿La inteligencia emocional influye en la tangibilidad en una empresa auditora ubicada en Lima 2020?	5) Determinar que la inteligencia emocional influye en la tangibilidad en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.	5) La inteligencia emocional influye en la tangibilidad en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.		

Nota: Elaborado por el autor.

Anexo 4. Detalle de la empresa anonimizada.

La empresa de investigación se originó en el Reino Unido e inició en 1924 sus actividades profesionales en el Perú. Sus oficinas se encuentran actualmente en Lima en el distrito de San Isidro.

Dicha compañía tiene la reputación de ser una de las más tradicionales entre las seis grandes firmas contables a nivel mundial, hoy en día cuenta con más de 155.00 empleados.

La compañía opera en los principales mercados del mundo y es considerada una de las cuatro grandes firmas contables, también conocido en inglés como Big Four.

Hay tres tipos de productos y servicios que ofrece la empresa:

- a) Auditoría.
- b) Asesoría legal y tributaria, focalizados en industrias específicas para empresas públicas y privadas.
- c) Servicios de consultoría de negocios.

Anexo 5. Declaratoria de consentimiento informado.

Carta de consentimiento informado para participantes del CUESTIONARIO para el proyecto "**Inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020**"

Mi nombre es Luis Enrique Tuesta Torres y me encuentro desarrollando un estudio para conocer la influencia que tiene la Inteligencia emocional en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima.

Estamos realizando una encuesta para conocer la inteligencia emocional y la calidad de servicio de todo el personal del área de inventarios de una empresa auditora en Lima. Es por eso que invitamos a todos los empleados a participar en la encuesta.

Si acepta participar en este estudio, nos gustaría invitarlo a responder este cuestionario, que le llevará unos 5 minutos. En él te preguntaremos algunos datos sociodemográficos, y posteriormente, te haremos preguntas sobre la **inteligencia emocional** y su influencia en la **calidad del servicio**.

Su participación en esta encuesta es gratuita y completamente voluntaria. Es decir, si no quieres participar, no tienes que hacerlo, y puedes suspender tu participación cuando lo decidas, sin ninguna consecuencia. El hecho de que decida participar en una investigación y el hecho de que exprese libremente su opinión (independientemente de su opinión) no tendrá un impacto negativo en usted ni en su trabajo.

Esta información se comunicará de la forma habitual, es decir, se eliminarán todos los datos que puedan identificarle. Todos los datos se registrarán directamente en la base de datos y solo los investigadores responsables podrán acceder a ellos mediante códigos seguros.

Si acepta participar en la investigación, escriba "Sí, estoy de acuerdo en participar" al final de la encuesta, además de su firma.



¡Muchas gracias por su participación!

Anexo 6. Ficha de validación de expertos.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado Mgtr. Víctor Hugo Fernández Bedoya

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales EP de Administración, en la sede Los Olivos, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el título Profesional de Licenciado en Administración.

El título de mi proyecto de investigación es: **Inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendidas en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Tuesta Torres, Luis Enrique

D.N.I: 45581472

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 1: INTELIGENCIA EMOCIONAL

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Conciencia de uno mismo		Si	No	Si	No	Si	No	
1	Reconozco mi autoconciencia emocional al saber cuáles son mis emociones, sensaciones y estados de ánimo.	✓		✓		✓		
2	Con frecuencia me hago una autoevaluación para identificar cuáles son mis fortalezas y debilidades.	✓		✓		✓		
3	Al estar frente a un problema o situación, muestro autoconfianza para poder elegir la mejor alternativa.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: Autorregulación		Si	No	Si	No	Si	No	
4	Ejercer autocontrol en mi propias emociones, comportamiento y deseos al estar frente a un situación tensa.	✓		✓		✓		
5	Demuestro confiabilidad al desempeñar una función requerida, en las condiciones establecidas durante un período de tiempo determinado.	✓		✓		✓		
6	Muestro mi responsabilidad al responder por mis propios actos.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: Motivación		Si	No	Si	No	Si	No	
7	La motivación de logro que tengo me impulsa a adquirir hábitos, destrezas o habilidades para mejorar mi estatus profesional.	✓		✓		✓		
8	Tomo la iniciativa para comenzar un proyecto o buscar soluciones a alguna problemática sin que nadie me lo pida o sugiera.	✓		✓		✓		
9	Cuando me asignan realizar una tarea o función tengo el compromiso de finalizarlo sin dejarlo inconcluso.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 4: Empatía		Si	No	Si	No	Si	No	
10	Por la capacidad de sentir, imaginar y experimentar las emociones, las personas a mi alrededor sienten que tengo comprensión a los demás.	✓		✓		✓		
11	Con frecuencia ofrezco ayuda sin nada a cambio a todas las personas que me rodean.	✓		✓		✓		
12	Ofrezco a menudo orientación al servicio al tener la convicción de ayudar, tener interés por conocer las necesidades y expectativas de las personas.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 5: Habilidades sociales		Si	No	Si	No	Si	No	
13	Existe comunicación entre todo el personal al realizar una función o tarea.	✓		✓		✓		
14	Ante una situación de tensión o confrontación aplico la gestión de conflictos para evitar problemas no deseados.	✓		✓		✓		
15	Me esfuerzo por trabajar en equipo en las diferentes tareas y con todas las personas que me asignan.	✓		✓		✓		

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador, Mgtr. Víctor Hugo Fernández Bedoya,
DNI: 44326351



Especialidad del validador: Investigador en Ciencias Empresariales

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


 Víctor Hugo Fernández Bedoya
 Investigador en Ciencias
 Empresariales
 Lic. en Administración

13 de noviembre de 2020

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Empatía								
1	Las personas a su alrededor perciben el interés genuino que tiene por ellos.	✓		✓		✓		
2	Los clientes pueden sentir la preocupación que transmite cuando interactúa con ellos.	✓		✓		✓		
3	El nivel de atención ofrecido es reflejado en la satisfacción del cliente.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: Fiabilidad		Si	No	Si	No	Si	No	
4	Cumplo con puntualidad las tareas o funciones que se me han requerido.	✓		✓		✓		
5	Cuando las personas a mi alrededor interactúan conmigo se ve reflejado el compromiso que tengo con ellos.	✓		✓		✓		
6	Realizo de manera cuidadosa todos los requerimientos que se me asignan.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: Seguridad		Si	No	Si	No	Si	No	
7	Al realizar mis funciones demuestro amabilidad con las personas a mi alrededor.	✓		✓		✓		
8	La confianza que género es importante para que los clientes se sientan más tranquilos.	✓		✓		✓		
9	Genero la credibilidad necesaria para que el cliente se sienta tranquilo al desempeñar mis actividades.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 4: Capacidad de respuesta		Si	No	Si	No	Si	No	
10	Realizo con voluntad y de manera oportuna las funciones encomendadas.	✓		✓		✓		
11	Procuro desempeñar mis funciones con la rapidez necesaria.	✓		✓		✓		
12	Al ejecutar las labores encomendadas lo hago con precisión y dedicación.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 5: Tangibilidad								
13	La empresa ofrece un aspecto de las instalaciones adecuado para poder trabajar.	✓		✓		✓		
14	Le inspira confianza el aspecto de los equipos con los que trabaja.	✓		✓		✓		
15	El aspecto de los empleados refleja la imagen de la empresa.	✓		✓		✓		

Opinión de aplicabilidad: Aplicable | Aplicable después de corregir | No aplicable |

Apellidos y nombres del juez validador, Mgtr. Victor Hugo Fernández Bedoya.

DNI: 44326351

Especialidad del validador: Investigador en Ciencias Empresariales

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Victor Hugo Fernández Bedoya



Investigador en Ciencias
Empresariales
Lic. en Administración

13 de noviembre de 2020

Firma del Experto Informante.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado: Dra. Ena Cuba Mayuri

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales EP de Administración, en la sede Los Olivos, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el título Profesional de Licenciado en Administración.

El título de mi proyecto de investigación es: **Inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendidas en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Tuesta Torres, Luis Enrique
D.N.I: 45581472

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 1: INTELIGENCIA EMOCIONAL

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSION 1: Conciencia de uno mismo							
1	Reconozco mi autoconciencia emocional al saber cuáles son mis emociones, sensaciones y estados de ánimo.	X		X		X		
2	Con frecuencia me hago una autoevaluación para identificar cuáles son mis fortalezas y debilidades.	X		X		X		
3	Al estar frente a un problema o situación, muestro autoconfianza para poder elegir la mejor alternativa.	X		X		X		
	DIMENSION 2: Autorregulación							
4	Ejercer autocontrol en mi propias emociones, comportamiento y deseos al estar frente a un situación tensa.	X		X		X		
5	Demuestro confiabilidad al desempeñar una función requerida, en las condiciones establecidas durante un periodo de tiempo determinado.	X		X		X		
6	Muestro mi responsabilidad al responder por mis propios actos.	X		X		X		
	DIMENSION 3: Motivación							
7	La motivación de logro que tengo me impulsa a adquirir hábitos, destrezas o habilidades para mejorar mi estatus profesional.	X		X		X		
8	Tomo la iniciativa para comenzar un proyecto o buscar soluciones a alguna problemática sin que nadie me lo pida o sugiera.	X		X		X		
9	Cuando me asignan realizar una tarea o función tengo el compromiso de finalizarlo sin dejarlo inconcluso.	X		X		X		
	DIMENSION 4: Empatía							
10	Por la capacidad de sentir, imaginar y experimentar las emociones, las personas a mi alrededor sienten que tengo comprensión a los demás.	X		X		X		
11	Con frecuencia ofrezco ayuda sin nada a cambio a todas las personas que me rodean.	X		X		X		
12	Ofrezco a menudo orientación al servicio al tener la convicción de ayudar, tener interés por conocer las necesidades y expectativas de las personas.	X		X		X		
	DIMENSION 5: Habilidades sociales							
13	Existe comunicación entre todo el personal al realizar una función o tarea.	X		X		X		
14	Ante una situación de tensión o confrontación aplico la gestión de conflictos para evitar problemas no deseados.	X		X		X		
15	Me esfuerzo por trabajar en equipo en las diferentes tareas y con todas las personas que me asignan.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dra. Ena Cuba Mayuri

DNI: 08182084

Especialidad del validador

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específicos del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

13 de noviembre del 2020

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: Empatía								
1	Las personas a su alrededor perciben el interés genuino que tiene por ellos.	X		X		X		
2	Los clientes pueden sentir la preocupación que transmite cuando interactúa con ellos.	X		X		X		
3	El nivel de atención ofrecido es reflejado en la satisfacción del cliente.	X		X		X		
DIMENSION 2: Fiabilidad								
4	Cumplo con puntualidad las tareas o funciones que se me han requerido.	X		X		X		
5	Cuando las personas a mi alrededor interactúan conmigo se ve reflejado el compromiso que tengo con ellos.	X		X		X		
6	Realizo de manera cuidadosa todos los requerimientos que se me asignan.	X		X		X		
DIMENSION 3: Seguridad								
7	Al realizar mis funciones demuestro amabilidad con las personas a mi alrededor.	X		X		X		
8	La confianza que genero es importante para que los clientes se sientan más tranquilos.	X		X		X		
9	Genero la credibilidad necesaria para que el cliente se sienta tranquilo al desempeñar mis actividades.	X		X		X		
DIMENSION 4: Capacidad de respuesta								
10	Realizo con voluntad y de manera oportuna las funciones encomendadas.	X		X		X		
11	Procuro desempeñar mis funciones con la rapidez necesaria.	X		X		X		
12	Al ejecutar las labores encomendadas lo hago con precisión y dedicación.	X		X		X		
DIMENSION 5: Tangibilidad								
13	La empresa ofrece un aspecto de las instalaciones adecuado para poder trabajar.	X		X		X		
14	Le inspira confianza el aspecto de los equipos con los que trabaja.	X		X		X		
15	El aspecto de los empleados refleja la imagen de la empresa.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dra. Ena Cuba Mayuri
DNI: 08182084

Especialidad del validador

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específicos del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

13 de noviembre del 2020

Firma del Experto Informante.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado: Dr. Abraham Cárdenas.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales EP de Administración, en la sede Los Olivos, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el título Profesional de Licenciado en Administración.

El título de mi proyecto de investigación es: **Inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendidas en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Tuesta Torres, Luis Enrique
D.N.I: 45581472

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 1: INTELIGENCIA EMOCIONAL

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Conciencia de uno mismo								
1	Reconozco mi autoconciencia emocional al saber cuáles son mis emociones, sensaciones y estados de ánimo.	✓		✓		✓		
2	Con frecuencia me hago una autoevaluación para identificar cuáles son mis fortalezas y debilidades.	✓		✓		✓		
3	Al estar frente a un problema o situación, muestro autoconfianza para poder elegir la mejor alternativa.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: Autorregulación								
4	Ejercito autocontrol en mi propias emociones, comportamiento y deseos al estar frente a un situación tensa.	✓		✓		✓		
5	Demuestro confiabilidad al desempeñar una función requerida, en las condiciones establecidas durante un periodo de tiempo determinado.	✓		✓		✓		
6	Muestro mi responsabilidad al responder por mis propios actos.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: Motivación								
7	La motivación de logro que tengo me impulsa a adquirir hábitos, destrezas o habilidades para mejorar mi estatus profesional.	✓		✓		✓		
8	Tomo la iniciativa para comenzar un proyecto o buscar soluciones a alguna problemática sin que nadie me lo pida o sugiera.	✓		✓		✓		
9	Cuando me asignan realizar una tarea o función tengo el compromiso de finalizarlo sin dejarlo inconcluso.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 4: Empatía								
10	Por la capacidad de sentir, imaginar y experimentar las emociones, las personas a mi alrededor sienten que tengo comprensión a los demás.	✓		✓		✓		
11	Con frecuencia ofrezco ayuda sin nada a cambio a todas las personas que me rodean.	✓		✓		✓		
12	Ofrezco a menudo orientación al servicio al tener la convicción de ayudar, tener interés por conocer las necesidades y expectativas de las personas.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 5: Habilidades sociales								
13	Existe comunicación entre todo el personal al realizar una función o tarea.	✓		✓		✓		
14	Ante una situación de tensión o confrontación aplico la gestión de conflictos para evitar problemas no deseados.	✓		✓		✓		
15	Me esfuerzo por trabajar en equipo en las diferentes tareas y con todas las personas que me asignan.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr. Abraham Cárdenas.

DNI: 07424958

Especialidad del validador: D.D. HUMANIDADES

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

13 de noviembre del 2020


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Empatía								
1	Las personas a su alrededor perciben el interés genuino que tiene por ellos.	✓		✓		✓		
2	Los clientes pueden sentir la preocupación que transmite cuando interactúa con ellos.	✓		✓		✓		
3	El nivel de atención ofrecido es reflejado en la satisfacción del cliente.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: Fiabilidad								
4	Cumpla con puntualidad las tareas o funciones que se me han requerido.	✓		✓		✓		
5	Cuando las personas a mi alrededor interactúan conmigo se ve reflejado el compromiso que tengo con ellos.	✓		✓		✓		
6	Realizo de manera cuidadosa todos los requerimientos que se me asignan.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: Seguridad								
7	Al realizar mis funciones demuestro amabilidad con las personas a mi alrededor.	✓		✓		✓		
8	La confianza que genero es importante para que los clientes se sientan más tranquilos.	✓		✓		✓		
9	Genero la credibilidad necesaria para que el cliente se sienta tranquilo al desempeñar mis actividades.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 4: Capacidad de respuesta								
10	Realizo con voluntad y de manera oportuna las funciones encomendadas.	✓		✓		✓		
11	Procuro desempeñar mis funciones con la rapidez necesaria.	✓		✓		✓		
12	Al ejecutar las labores encomendadas lo hago con precisión y dedicación.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 5: Tangibilidad								
13	La empresa ofrece un aspecto de las instalaciones adecuado para poder trabajar.	✓		✓		✓		
14	Le inspira confianza el aspecto de los equipos con los que trabaja.	✓		✓		✓		
15	El aspecto de los empleados refleja la imagen de la empresa.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable | Aplicable después de corregir | No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador, Dr. Abraham Cárdenas.

DNI: 07224958

Especialidad del validador: ADMINISTRACIÓN

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar el componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

13 de noviembre del 2020


 Firma del Experto Informante.

CARTA DE PRESENTACION

Estimado: MBA Jesús Enrique Barca Barrientos.

Presente

Asunto: VALIDACION DE INSTRUMENTOS A TRAVES DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales EP de Administración, en la sede Los Olivos, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el título Profesional de Licenciado en Administración.

El título de mi proyecto de investigación es: **Inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendidas en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Tuesta Torres, Luis Enrique
D.N.I: 45581472

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 1: INTELIGENCIA EMOCIONAL

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSION 1: Conciencia de uno mismo	Si	No	Si	No	Si	No	
1	Reconozco mi autoconciencia emocional al saber cuáles son mis emociones, sensaciones y estados de ánimo.	X		X		X		
2	Con frecuencia me hago una autoevaluación para identificar cuáles son mis fortalezas y debilidades.	X		X		X		
3	Al estar frente a un problema o situación, muestro autoconfianza para poder elegir la mejor alternativa.	X		X		X		
	DIMENSION 2: Autorregulación	Si	No	Si	No	Si	No	
4	Ejercer autocontrol en mi propias emociones, comportamiento y deseos al estar frente a un situación tensa.	X		X		X		
5	Demuestro confiabilidad al desempeñar una función requerida, en las condiciones establecidas durante un período de tiempo determinado.	X		X		X		
6	Muestro mi responsabilidad al responder por mis propios actos.	X		X		X		
	DIMENSION 3: Motivación	Si	No	Si	No	Si	No	
7	La motivación de logro que tengo me impulsa a adquirir hábitos, destrezas o habilidades para mejorar mi estatus profesional.	X		X		X		
8	Tomo la iniciativa para comenzar un proyecto o buscar soluciones a alguna problemática sin que nadie me lo pida o sugiera.	X		X		X		
9	Cuando me asignan realizar una tarea o función tengo el compromiso de finalizarlo sin dejarlo inconcluso.	X		X		X		
	DIMENSION 4: Empatía	Si	No	Si	No	Si	No	
10	Por la capacidad de sentir, imaginar y experimentar las emociones, las personas a mi alrededor sienten que tengo comprensión a los demás.	X		X		X		
11	Con frecuencia ofrezco ayuda sin nada a cambio a todas las personas que me rodean.	X		X		X		
12	Ofrezco a menudo orientación al servicio al tener la convicción de ayudar, tener interés por conocer las necesidades y expectativas de las personas.	X		X		X		
	DIMENSION 5: Habilidades sociales	Si	No	Si	No	Si	No	
13	Existe comunicación entre todo el personal al realizar una función o tarea.	X		X		X		
14	Ante una situación de tensión o confrontación aplico la gestión de conflictos para evitar problemas no deseados.	X		X		X		
15	Me esfuerzo por trabajar en equipo en las diferentes tareas y con todas las personas que me asignan.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. MBA Jesús Enrique Barca Barrientos.

DNI: 46176175

Especialidad del validador|

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimens

13 de noviembre del 2020

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO

N°	DIMENSIONES/Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSION 1: Empatía							
1	Las personas a su alrededor perciben el interés genuino que tiene por ellos.	X		X		X		
2	Los clientes pueden sentir la preocupación que transmite cuando interactúa con ellos.	X		X		X		
3	El nivel de atención ofrecido es reflejado en la satisfacción del cliente.	X		X		X		
	DIMENSION 2: Fiabilidad							
4	Cumplo con puntualidad las tareas o funciones que se me han requerido.	X		X		X		
5	Cuando las personas a mi alrededor interactúan conmigo se ve reflejado el compromiso que tengo con ellos.	X		X		X		
6	Realizo de manera cuidadosa todos los requerimientos que se me asignan.	X		X		X		
	DIMENSION 3: Seguridad							
7	Al realizar mis funciones demuestro amabilidad con las personas a mi alrededor.	X		X		X		
8	La confianza que genero es importante para que los clientes se sientan más tranquilos.	X		X		X		
9	Genero la credibilidad necesaria para que el cliente se sienta tranquilo al desempeñar mis actividades.	X		X		X		
	DIMENSION 4: Capacidad de respuesta							
10	Realizo con voluntad y de manera oportuna las funciones encomendadas.	X		X		X		
11	Procuro desempeñar mis funciones con la rapidez necesaria.	X		X		X		
12	Al ejecutar las labores encomendadas lo hago con precisión y dedicación.	X		X		X		
	DIMENSION 5: Tangibilidad							
13	La empresa ofrece un aspecto de las instalaciones adecuado para poder trabajar.	X		X		X		
14	Le inspira confianza el aspecto de los equipos con los que trabaja.	X		X		X		
15	El aspecto de los empleados refleja la imagen de la empresa.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, MBA Jesús Enrique Barca Barrientos.

DNI: 46176175

Especialidad del validador[]

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



de noviembre del 2020

Firma del Experto Informante.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado: Mg. Merino Garcés José Luis.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales EP de Administración, en la sede Los Olivos, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el título Profesional de Licenciado en Administración.

El título de mi proyecto de investigación es: **Inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendidas en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Tuesta Torres, Luis Enrique
D.N.I: 45581472

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 1: INTELIGENCIA EMOCIONAL

Nº	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Conciencia de uno mismo							
1	Reconozco mi autoconciencia emocional al saber cuáles son mis emociones, sensaciones y estados de ánimo.	✓		✓		✓		
2	Con frecuencia me hago una autoevaluación para identificar cuáles son mis fortalezas y debilidades.	✓		✓		✓		
3	Al estar frente a un problema o situación, muestro autoconfianza para poder elegir la mejor alternativa.	✓		✓		✓		
	DIMENSION 2: Autorregulación							
4	Ejercer autocontrol en mi propias emociones, comportamiento y deseos al estar frente a un situación tensa.	✓		✓		✓		
5	Demuestro confiabilidad al desempeñar una función requerida, en las condiciones establecidas durante un periodo de tiempo determinado.	✓		✓		✓		
6	Muestro mi responsabilidad al responder por mis propios actos.	✓		✓		✓		
	DIMENSION 3: Motivación							
7	La motivación de logro que tengo me impulsa a adquirir hábitos, destrezas o habilidades para mejorar mi estatus profesional.	✓		✓		✓		
8	Tomo la iniciativa para comenzar un proyecto o buscar soluciones a alguna problemática sin que nadie me lo pida o sugiera.	✓		✓		✓		
9	Cuando me asignan realizar una tarea o función tengo el compromiso de finalizarlo sin dejarlo inconcluso.	✓		✓		✓		
	DIMENSION 4: Empatía							
10	Por la capacidad de sentir, imaginar y experimentar las emociones, las personas a mi alrededor sienten que tengo comprensión a los demás.	✓		✓		✓		
11	Con frecuencia ofrezco ayuda sin nada a cambio a todas las personas que me rodean.	✓		✓		✓		
	DIMENSION 5: Habilidades sociales							
12	Ofrezco a menudo orientación al servicio al tener la convicción de ayudar, tener interés por conocer las necesidades y expectativas de las personas.	✓		✓		✓		
	DIMENSION 5: Habilidades sociales							
13	Existe comunicación entre todo el personal al realizar una función o tarea.	✓		✓		✓		
14	Ante una situación de tensión o confrontación aplico la gestión de conflictos para evitar problemas no deseados.	✓		✓		✓		
15	Me esfuerzo por trabajar en equipo en las diferentes tareas y con todas las personas que me asignan.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): si cuenta con suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg. Merino Garcés José Luis.

DNI: 40590566

Especialidad del validador: Gestión de Organizaciones

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

13 de noviembre del 2020



JOSE LUIS MERINO GARCÉS
MAESTRO EN CIENCIAS EMPRESARIALES

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSION 1: Empatía							
1	Las personas a su alrededor perciben el interés genuino que tiene por ellos.	✓		✓		✓		
2	Los clientes pueden sentir la preocupación que transmite cuando interactúa con ellos.	✓		✓		✓		
3	El nivel de atención ofrecido es reflejado en la satisfacción del cliente.	✓		✓		✓		
	DIMENSION 2: Fiabilidad							
4	Cumplo con puntualidad las tareas o funciones que se me han requerido.	✓		✓		✓		
5	Cuando las personas a mi alrededor interactúan conmigo se ve reflejado el compromiso que tengo con ellos.	✓		✓		✓		
6	Realizo de manera cuidadosa todos los requerimientos que se me asignan.	✓		✓		✓		
	DIMENSION 3: Seguridad							
7	Al realizar mis funciones demuestro amabilidad con las personas a mi alrededor.	✓		✓		✓		
8	La confianza que género es importante para que los clientes se sientan más tranquilos.	✓		✓		✓		
9	Genero la credibilidad necesaria para que el cliente se sienta tranquilo al desempeñar mis actividades.	✓		✓		✓		
	DIMENSION 4: Capacidad de respuesta							
10	Realizo con voluntad y de manera oportuna las funciones encomendadas.	✓		✓		✓		
11	Procuro desempeñar mis funciones con la rapidez necesaria.	✓		✓		✓		
12	Al ejecutar las labores encomendadas lo hago con precisión y dedicación.	✓		✓		✓		
	DIMENSION 5: Tangibilidad							
13	La empresa ofrece un aspecto de las instalaciones adecuado para poder trabajar.	✓		✓		✓		
14	Le inspira confianza el aspecto de los equipos con los que trabaja.	✓		✓		✓		
15	El aspecto de los empleados refleja la imagen de la empresa.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): si tiene suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Merino Garcés José Luis.

DNI: 40590566

Especialidad del validador: Gestión de Organizaciones

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



JOSE LUIS MERINO GARCÉS
MAESTRO EN CIENCIAS
EMPRESARIALES

13 de noviembre del 2020

Anexo 7. Resultados de validez: Aplicabilidad por juicio de expertos.

Tabla 29.

Validación de juicio de expertos.

N°	Experto	Aplicabilidad
1	Dra. Ena Cuba Mayuri	Aplicable
2	Dr. Abraham Cárdenas	Aplicable
3	Mg. Merino Garcés José Luis	Aplicable
4	Mgtr. Víctor Hugo Fernández Bedoya	Aplicable
5	MBA Jesús Enrique Barca Barrientos	Aplicable

Nota: Ficha de expertos.

La tabla 29 de validación de juicio de expertos, muestra la aplicabilidad del cuestionario, el cual fue revisando en relación a su pertinencia, relevancia y claridad por 5 expertos, cuyos nombres se detallan en la tabla anterior.

Anexo 8. Resultados de validez: Cálculo de V. de Aiken.

}

Validez: V de Aiken

La validez fue obtenida de cada ítem mediante la aplicación del Coeficiente V de Aiken, utilizando la siguiente fórmula:

$$V = \frac{S}{(n(c-1))}$$

siendo:

S = la sumatoria de si

si = valor asignado por el juez i

n = número de jueces

c = número de valores de la escala de valoración (2, e este caso)

Anexo 9. Resultados de validez: Coeficientes de V. de Aiken.

Coeficiente de V. de Aiken total: 1.00

Regla de valoración

Valor mínimo = 0.00

Valor máximo = 1.00

Valor obtenido = 1.00

Decisión:

El instrumento es válido, siendo perfecto.

Anexo 10. Resultados de fiabilidad: Coeficiente Alfa de Cronbach General, por variables y dimensiones.

Alfa de Cronbach general

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.970	30

Alfa de Cronbach por variable

Variable	Alfa de Cronbach	N° de elementos
(V1) Variable independiente: Inteligencia emocional	0.938	15
(V2) Variable dependente: Calidad de servicio	0.947	15

Alfa de Cronbach por dimensiones

Variable	Alfa de Cronbach	N° de elementos
(D1) Dimensión 1: Conciencia de uno mismo	0.723	3
(D2) Dimensión 2: Autorregulación	0.791	3
(D3) Dimensión 3: Motivación	0.833	3
(D4) Dimensión 4: Empatía	0.841	3
(D5) Dimensión 5: Habilidades sociales	0.884	3
(D6) Dimensión 6: Empatía	0.768	3
(D7) Dimensión 7: Fiabilidad	0.823	3
(D8) Dimensión 8: seguridad	0.783	3
(D9) Dimensión 9: Capacidad de respuesta	0.861	3
(D10) Dimensión 10: Tangibilidad	0.865	3

Anexo 11. Resultados de fiabilidad: Coeficiente de dos mitades de Guttman.

Tabla 30.

Coeficiente de Dos mitades de Guttman.

Estadísticas de fiabilidad			
Alfa de Cronbach	Parte 1	Valor	0.938
		N de elementos	15 ^a
	Parte 2	Valor	0.947
		N de elementos	15 ^b
	N total de elementos		30
	Correlación entre formularios		0.925
Coeficiente de Spearman-Brown	Longitud igual		0.961
	Longitud desigual		0.961
Coeficiente de dos mitades de Guttman		0.960	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

Anexo 12. Resultados de fiabilidad: Coeficiente de alfa de Cronbach general si se elimina algún elemento.

Tabla 31.

Coeficiente de alfa de Cronbach si se elimina algún elemento.

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1.- Reconozco mi autoconciencia emocional al saber cuáles son mis emociones, sensaciones y estados de ánimo.	126.15	207.72	0.572	0.970
2.- Con frecuencia me hago una autoevaluación para identificar cuáles son mis fortalezas y debilidades.	126.23	206.05	0.719	0.969
3.- Al estar frente a un problema o situación, muestro autoconfianza para poder elegir la mejor alternativa.	126.18	204.53	0.762	0.969
4.- Ejercer autocontrol en mi propias emociones, comportamiento y deseos al estar frente a una situación tensa.	126.23	207.50	0.669	0.969
5.- Demuestro confiabilidad al desempeñar una función requerida, en las condiciones establecidas durante un período de tiempo determinado.	126.15	204.98	0.763	0.969
6.- Muestro mi responsabilidad al responder por mis propios actos.	126.05	205.57	0.762	0.969
7.- La motivación de logro que tengo me impulsa a adquirir hábitos, destrezas o habilidades para mejorar mi estatus profesional.	126.20	206.09	0.710	0.969
8.- Tomo la iniciativa para comenzar un proyecto o buscar soluciones a alguna problemática sin que nadie me lo pida o sugiera.	126.25	205.14	0.743	0.969
9.- Cuando me asignan realizar una tarea o función tengo el compromiso de finalizarlo sin dejarlo inconcluso.	126.53	205.47	0.786	0.969
10.- Por la capacidad de sentir, imaginar y experimentar las emociones, las personas a mi alrededor sienten que tengo comprensión a los demás.	126.32	206.69	0.743	0.969
11.- Con frecuencia ofrezco ayuda sin nada a cambio a todas las personas que me rodean.	126.33	206.63	0.639	0.970
12.- Ofrezco a menudo orientación al servicio al tener la convicción de ayudar, tener interés por conocer las necesidades y expectativas de las personas.	126.20	204.77	0.751	0.969

13.- Existe comunicación entre todo el personal al realizar una función o tarea.	126.32	209.85	0.589	0.970
14.- Ante una situación de tensión o confrontación aplico la gestión de conflictos para evitar problemas no deseados.	126.43	206.59	0.658	0.969
15.- Me esfuerzo por trabajar en equipo en las diferentes tareas y con todas las personas que me asignan.	126.42	208.38	0.581	0.970
16.- Las personas a su alrededor perciben el interés genuino que tiene por ellos.	126.35	203.93	0.688	0.969
17.- Los clientes pueden sentir la preocupación que transmite cuando interactúa con ellos.	126.38	207.12	0.632	0.970
18.- El nivel de atención ofrecido es reflejado en la satisfacción del cliente.	126.22	207.02	0.692	0.969
19.- Cumplo con puntualidad las tareas o funciones que se me han requerido.	126.25	208.19	0.634	0.969
20.- Cuando las personas a mi alrededor interactúan conmigo se ve reflejado el compromiso que tengo con ellos.	126.18	203.30	0.796	0.968
21.- Realizo de manera cuidadosa todos los requerimientos que se me asignan.	126.15	203.79	0.796	0.969
22.- Al realizar mis funciones demuestro amabilidad con las personas a mi alrededor.	126.12	207.77	0.639	0.969
23.- La confianza que género es importante para que los clientes se sientan más tranquilos.	126.23	204.89	0.782	0.969
24.- Genero la credibilidad necesaria para que el cliente se sienta tranquilo al desempeñar mis actividades.	126.13	203.44	0.813	0.968
25.- Realizo con voluntad y de manera oportuna las funciones encomendadas.	126.18	204.05	0.787	0.969
26.- Procuro desempeñar mis funciones con la rapidez necesaria.	126.23	204.86	0.726	0.969
27.- Al ejecutar las labores encomendadas lo hago con precisión y dedicación.	126.13	204.59	0.753	0.969
28.- La empresa ofrece un aspecto de las instalaciones adecuado para poder trabajar.	126.32	209.10	0.603	0.970
29.- Le inspira confianza el aspecto de los equipos con los que trabaja.	126.18	203.71	0.804	0.968
30.- El aspecto de los empleados refleja la imagen de la empresa.	126.33	206.90	0.705	0.969

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

Anexo 14. Resultados descriptivos por ítem

Se detalla los resultados de cada uno de los 30 ítems que responden a las variables “inteligencia emocional” y “calidad de servicio”.

Tabla 32.

Resultados descriptivos del ítem 1.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	En desacuerdo	2	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3.3	6.7
Válido	De acuerdo	23	38.3	45.0
	Totalmente de acuerdo	33	55.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 29, frente al enunciado “1.- Reconozco mi autoconciencia emocional al saber cuáles son mis emociones, sensaciones y estados de ánimo”, 2 individuos (3.3%) se mostraron en desacuerdo, 2 individuos (3.3%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 23 individuos (38.3%) se mostraron de acuerdo, por último 33 individuos (55.0 %) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 33.

Resultados descriptivos del ítem 2.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	En desacuerdo	1	1.7	1.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	5.0	6.7
Válido	De acuerdo	29	48.3	55.0
	Totalmente de acuerdo	27	45.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 30, frente al enunciado “2.- Con frecuencia me hago una autoevaluación para identificar cuáles son mis fortalezas y debilidades”, 1 individuo (1.7%) se mostró en desacuerdo, 3 individuos (5.0%) se mostraron ni de acuerdo ni

en desacuerdo, 29 individuos (48.3%) se mostraron de acuerdo, por último 27 individuos (45.0 %) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 34.
Resultados descriptivos del ítem 3.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	3.3	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1.7	1.7	5.0
	De acuerdo	27	45.0	45.0	50.0
	Totalmente de acuerdo	30	50.0	50.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 31, frente al enunciado “3.- Al estar frente a un problema o situación, muestro autoconfianza para poder elegir la mejor alternativa”, 2 individuos (3.3%) se mostraron en desacuerdo, 1 individuo (1.7%) se mostró ni de acuerdo ni en desacuerdo, 27 individuos (45.0%) se mostraron de acuerdo, por último 30 individuos (50.0 %) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 35.
Resultados descriptivos del ítem 4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1.7	1.7	1.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3.3	3.3	5.0
	De acuerdo	31	51.7	51.7	56.7
	Totalmente de acuerdo	26	43.3	43.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 32, frente al enunciado “4.- Ejercicio autocontrol en mi propias emociones, comportamiento y deseos al estar frente a una situación tensa”, 1 individuo (1.7%) se mostró en desacuerdo, 2 individuos (3.3%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 31 individuos (51.7%) se mostraron de acuerdo, por último 26 individuos (43.3 %) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 36.
Resultados descriptivos del ítem 5.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1.7	1.7	1.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	5.0	5.0	6.7
	De acuerdo	24	40.0	40.0	46.7
	Totalmente de acuerdo	32	53.3	53.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 33, frente al enunciado “5.- Demuestro confiabilidad al desempeñar una función requerida, en las condiciones establecidas durante un período de tiempo determinado”, 1 individuo (1.7%) se mostró en desacuerdo, 3 individuos (5.0%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 24 individuos (40.0%) se mostraron de acuerdo, por último 32 individuos (53.3 %) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 37.
Resultados descriptivos del ítem 6.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1.7	1.7	1.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3.3	3.3	5.0
	De acuerdo	20	33.3	33.3	38.3
	Totalmente de acuerdo	37	61.7	61.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 34, frente al enunciado “6.- Muestro mi responsabilidad al responder por mis propios actos”, 1 individuo (1.7%) se mostró en desacuerdo, 2 individuos (3.3%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 20 individuos (33.3%) se mostraron de acuerdo, por último 37 individuos (61.7 %) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 38.
Resultados descriptivos del ítem 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1.7	1.7	1.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	5.0	5.0	6.7
	De acuerdo	27	45.0	45.0	51.7
	Totalmente de acuerdo	29	48.3	48.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 35, frente al enunciado “7.- La motivación de logro que tengo me impulsa a adquirir hábitos, destrezas o habilidades para mejorar mi estatus profesional”, 1 individuo (1.7%) se mostró en desacuerdo, 3 individuos (5.0%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 27 individuos (45.0%) se mostraron de acuerdo, por último 29 individuos (48.3 %) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 39.
Resultados descriptivos del ítem 8.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	3.3	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1.7	1.7	5.0
	De acuerdo	31	51.7	51.7	56.7
	Totalmente de acuerdo	26	43.3	43.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 36, frente al enunciado “8.- Tomo la iniciativa para comenzar un proyecto o buscar soluciones a alguna problemática sin que nadie me lo pida o sugiera”, 2 individuos (3.3%) se mostraron en desacuerdo, 1 individuo (1.7%) se mostró ni de acuerdo ni en desacuerdo, 31 individuos (51.7%) se mostraron de acuerdo, por último 26 individuos (43.3 %) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 40.
Resultados descriptivos del ítem 9.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	5.0	5.0	5.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1.7	1.7	6.7
	De acuerdo	45	75.0	75.0	81.7
	Totalmente de acuerdo	11	18.3	18.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 37, frente al enunciado “9.- Cuando me asignan realizar una tarea o función tengo el compromiso de finalizarlo sin dejarlo inconcluso”, 3 individuos (5.0%) se mostraron en desacuerdo, 1 individuo (1.7%) se mostró ni de acuerdo ni en desacuerdo, 45 individuos (75.0%) se mostraron de acuerdo, por último 11 individuos (18.3 %) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 41.

Resultados descriptivos del ítem 10.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1.7	1.7	1.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3.3	3.3	5.0
	De acuerdo	36	60.0	60.0	65.0
	Totalmente de acuerdo	21	35.0	35.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 38, frente al enunciado “10.- Por la capacidad de sentir, imaginar y experimentar las emociones, las personas a mi alrededor sienten que tengo comprensión a los demás”, 1 individuo (1.7%) se mostró en desacuerdo, 2 individuos (3.3%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 36 individuos (60.0%) se mostraron de acuerdo, por último 21 individuos (35.0 %) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 42.

Resultados descriptivos del ítem 11.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1.7	1.7	1.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	10.0	10.0	11.7
	De acuerdo	29	48.3	48.3	60.0
	Totalmente de acuerdo	24	40.0	40.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 39, frente al enunciado “11.- Con frecuencia ofrezco ayuda sin nada a cambio a todas las personas que me rodean”, 1 individuo (1.7%) se mostró en desacuerdo, 6 individuos (10.0%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 29 individuos (48.3%) se mostraron de acuerdo, por último 24 individuos (40.0 %) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 43.

Resultados descriptivos del ítem 12.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1.7	1.7	1.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	6.7	6.7	8.3
	De acuerdo	25	41.7	41.7	50.0
	Totalmente de acuerdo	30	50.0	50.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 40, frente al enunciado “12.- Ofrezco a menudo orientación al servicio al tener la convicción de ayudar, tener interés por conocer las necesidades y expectativas de las personas”, 1 individuo (1.7%) se mostró en desacuerdo, 4 individuos (6.7%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 25 individuos (41.7%) se mostraron de acuerdo, por último 30 individuos (50.0 %) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 44.

Resultados descriptivos del ítem 13.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	6.7	6.7	6.7
	De acuerdo	35	58.3	58.3	65.0
	Totalmente de acuerdo	21	35.0	35.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 41, frente al enunciado “13.- Existe comunicación entre todo el personal al realizar una función o tarea”, 4 individuo (6.7%) se mostró ni de acuerdo ni en desacuerdo, 35 individuos (58.3%) se mostraron de acuerdo, por último 21 individuos (35.0 %) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 45.
Resultados descriptivos del ítem 14.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1.7	1.7	1.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	11.7	11.7	13.3
	De acuerdo	33	55.0	55.0	68.3
	Totalmente de acuerdo	19	31.7	31.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 42, frente al enunciado “14.- Ante una situación de tensión o confrontación aplico la gestión de conflictos para evitar problemas no deseados”, 1 individuo (1.7%) se mostró en desacuerdo, 7 individuos (11.7%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 33 individuos (55.0%) se mostraron de acuerdo, por último 19 individuos (31.7%) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 46.
Resultados descriptivos del ítem 15.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1.7	1.7	1.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	10.0	10.0	11.7
	De acuerdo	34	56.7	56.7	68.3
	Totalmente de acuerdo	19	31.7	31.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 43, frente al enunciado “15.- Me esfuerzo por trabajar en equipo en las diferentes tareas y con todas las personas que me asignan”, 1 individuo (1.7%) se mostró en desacuerdo, 6 individuos (10.0%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 34 individuos (56.7%) se mostraron de acuerdo, por último 19 individuos (31.7%) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 47.
Resultados descriptivos del ítem 16.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	3.3	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	11.7	11.7	15.0
	De acuerdo	25	41.7	41.7	56.7
	Totalmente de acuerdo	26	43.3	43.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 44, frente al enunciado “16.- Las personas a su alrededor perciben el interés genuino que tiene por ellos”, 2 individuos (3.3%) se mostraron en desacuerdo, 7 individuos (11.7%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 25 individuos (41.7%) se mostraron de acuerdo, por último 26 individuos (43.3%) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 48.
Resultados descriptivos del ítem 17.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	15.0	15.0	15.0
	De acuerdo	29	48.3	48.3	63.3
	Totalmente de acuerdo	22	36.7	36.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 45, frente al enunciado “17.- Los clientes pueden sentir la preocupación que transmite cuando interactúa con ellos”, 9 individuos (15.0%) se mostraron en desacuerdo, 29 individuos (48.3%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 22 individuos (36.7%) se mostraron de acuerdo, por último 22 individuos (36.7%) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 49.
Resultados descriptivos del ítem 18.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1.7	1.7	1.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3.3	3.3	5.0
	De acuerdo	30	50.0	50.0	55.0
	Totalmente de acuerdo	27	45.0	45.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 46, frente al enunciado “18.- El nivel de atención ofrecido es reflejado en la satisfacción del cliente”, 1 individuo (1.7%) se mostró en desacuerdo, 2 individuos (3.3%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 30 individuos (50.0%) se mostraron de acuerdo, por último 27 individuos (45.0%) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 50.
Resultados descriptivos del ítem 19.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1.7	1.7	1.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3.3	3.3	5.0
	De acuerdo	32	53.3	53.3	58.3
	Totalmente de acuerdo	25	41.7	41.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 47, frente al enunciado “19.- Cumplo con puntualidad las tareas o funciones que se me han requerido”, 1 individuo (1.7%) se mostró en desacuerdo, 2 individuos (3.3%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 32 individuos (53.3%) se mostraron de acuerdo, por último 25 individuos (41.7%) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 51.
Resultados descriptivos del ítem 20.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	En desacuerdo	2	3.3	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3.3	3.3	6.7
Válido	De acuerdo	25	41.7	41.7	48.3
	Totalmente de acuerdo	31	51.7	51.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 48, frente al enunciado “20.- Cuando las personas a mi alrededor interactúan conmigo se ve reflejado el compromiso que tengo con ellos”, 2 individuos (3.3%) se mostraron en desacuerdo, 2 individuos (3.3%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 25 individuos (41.7%) se mostraron de acuerdo, por último 31 individuos (51.7%) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 52.

Resultados descriptivos del ítem 21.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	En desacuerdo	2	3.3	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1.7	1.7	5.0
Válido	De acuerdo	25	41.7	41.7	46.7
	Totalmente de acuerdo	32	53.3	53.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 49, frente al enunciado “21.- Realizo de manera cuidadosa todos los requerimientos que se me asignan”, 2 individuos (3.3%) se mostraron en desacuerdo, 1 individuo (1.7%) se mostró ni de acuerdo ni en desacuerdo, 25 individuos (41.7%) se mostraron de acuerdo, por último 32 individuos (53.3%) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 53.

Resultados descriptivos del ítem 22.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1.7	1.7	1.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3.3	3.3	5.0
	De acuerdo	24	40.0	40.0	45.0
	Totalmente de acuerdo	33	55.0	55.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 50, frente al enunciado “22.- Al realizar mis funciones demuestro amabilidad con las personas a mí alrededor”, 1 individuo (1.7%) se mostró en desacuerdo, 2 individuos (3.3%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 24 individuos (40.0%) se mostraron de acuerdo, por último 33 individuos (55.0%) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 54.

Resultados descriptivos del ítem 23.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1.7	1.7	1.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	5.0	5.0	6.7
	De acuerdo	29	48.3	48.3	55.0
	Totalmente de acuerdo	27	45.0	45.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 51, frente al enunciado “23.- La confianza que género es importante para que los clientes se sientan más tranquilos”, 1 individuo (1.7%) se mostró en desacuerdo, 3 individuos (5.0%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 29 individuos (48.3%) se mostraron de acuerdo, por último 27 individuos (45.0%) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 55.

Resultados descriptivos del ítem 24.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	3.3	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1.7	1.7	5.0
	De acuerdo	24	40.0	40.0	45.0
	Totalmente de acuerdo	33	55.0	55.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 52, frente al enunciado “24.- Genero la credibilidad necesaria para que el cliente se sienta tranquilo al desempeñar mis actividades”, 2 individuos (3.3%) se mostraron en desacuerdo, 1 individuo (1.7%) se mostró ni de acuerdo ni en desacuerdo, 24 individuos (40.0%) se mostraron de acuerdo, por último 33 individuos (55.0%) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 56.

Resultados descriptivos del ítem 25.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	3.3	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1.7	1.7	5.0
	De acuerdo	27	45.0	45.0	50.0
	Totalmente de acuerdo	30	50.0	50.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 53, frente al enunciado “25.- Realizo con voluntad y de manera oportuna las funciones encomendadas”, 2 individuos (3.3%) se mostraron en desacuerdo, 1 individuo (1.7%) se mostró ni de acuerdo ni en desacuerdo, 27 individuos (45.0%) se mostraron de acuerdo, por último 30 individuos (50.0%) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 57.

Resultados descriptivos del ítem 26.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	3.3	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3.3	3.3	6.7
	De acuerdo	28	46.7	46.7	53.3
	Totalmente de acuerdo	28	46.7	46.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 54, frente al enunciado “26.- Procuero desempeñar mis funciones con la rapidez necesaria”, 2 individuos (3.3%) se mostraron en desacuerdo, 2 individuos (3.3%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 28 individuos (46.7%) se mostraron de acuerdo, por último 28 individuos (46.7%) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 58.

Resultados descriptivos del ítem 27.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	3.3	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1.7	1.7	5.0
	De acuerdo	24	40.0	40.0	45.0
	Totalmente de acuerdo	33	55.0	55.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 55, frente al enunciado “27.- Al ejecutar las labores encomendadas lo hago con precisión y dedicación”, 2 individuos (3.3%) se mostraron en desacuerdo, 1 individuo (1.7%) se mostró ni de acuerdo ni en desacuerdo, 24 individuos (40.0%) se mostraron de acuerdo, por último 33 individuos (55.0%) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 59.

Resultados descriptivos del ítem 28.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	8.3	8.3	8.3
	De acuerdo	33	55.0	55.0	63.3
	Totalmente de acuerdo	22	36.7	36.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 56, frente al enunciado “28.- La empresa ofrece un aspecto de las instalaciones adecuado para poder trabajar”, 5 individuos (8.3%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 33 individuos (55.0%) se mostraron de acuerdo, por último 22 individuos (36.7%) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 60.
Resultados descriptivos del ítem 29

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	3.3	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1.7	1.7	5.0
	De acuerdo	27	45.0	45.0	50.0
	Totalmente de acuerdo	30	50.0	50.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 57, frente al enunciado “29.- Le inspira confianza el aspecto de los equipos con los que trabaja”, 2 individuos (3.3%) se mostraron en desacuerdo, 1 individuo (1.7%) se mostró ni de acuerdo ni en desacuerdo, 27 individuos (45.0%) se mostraron de acuerdo, por último 30 individuos (50.0%) se mostraron totalmente de acuerdo.

Tabla 61.
Resultados descriptivos del ítem 30.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	1.7	1.7	1.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	5.0	5.0	6.7
	De acuerdo	35	58.3	58.3	65.0
	Totalmente de acuerdo	21	35.0	35.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Elaborado con SPSS versión 25

De acuerdo con la tabla 58, frente al enunciado “30.- El aspecto de los empleados refleja la imagen de la empresa”, 1 individuo (1.7%) se mostró en desacuerdo, 3 individuos (5.0%) se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, 35 individuos (58.3%) se mostraron de acuerdo, por último 21 individuos (35.0%) se mostraron totalmente de acuerdo.

Anexo 15. Diapositivas de ponencia

Inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020

Asesor: Tania Torres, Lina Estigarribia

LEMA - 2021

Realidad problemática



En nuestro país existen 81 empresas (77 de ellas son PYMES) que brindan servicios de auditoría en el Perú. Asimismo, en el sector público existe un alto nivel de corrupción que genera un alto costo para el Estado peruano. En consecuencia, se requiere de una auditoría que permita detectar y prevenir la corrupción en el sector público y privado.

Según el INEI (2019) se estima que la inteligencia emocional es una competencia que todo profesional debe desarrollar para poder enfrentar los desafíos del mundo actual.

Problema, hipótesis, objetivos

Problema General: ¿La inteligencia emocional influye en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020?

Hipótesis General: Diferenciamos que la inteligencia emocional influye en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.

Objetivos General: La inteligencia emocional influye en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.



Justificación

Teórica: Según Salovey y Sluyter (1997) este tipo de investigación busca explicar el comportamiento humano, porque se quiere comprender más profundamente acerca de la inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio.

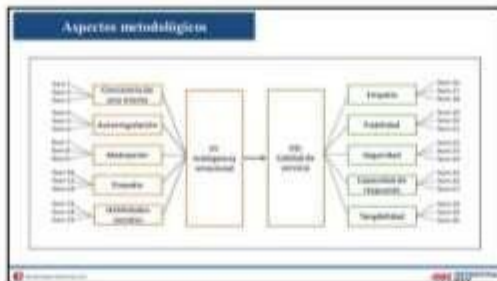
Práctica: De acuerdo con Salovey, Sluyter y Taylor (2001) este tipo de investigación genera datos valiosos y es problemática de investigación llevada a cabo de la realidad profesional.

Metodológica: Según Salovey, Sluyter y Taylor (2001) este tipo de investigación que genera datos estadísticos reduce el poder subjetivo para las conclusiones que se hacen.

Trabajo previo

Trabajo previo	Referencia
Trabajo previo (2019)	La inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.
Trabajo previo (2020)	Impacto de la inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.
Trabajo previo (2021)	Inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.
Trabajo previo (2022)	Inteligencia emocional y su influencia en la calidad de servicio en una empresa auditora ubicada en Lima 2020.

Aspectos metodológicos			
Técnica:	Encuesta	Cafiability del instrumento:	Alfa de Cronbach VI: 0,938
Instrumento:	Cuestionario		
Validez del instrumento (5 ítems):			
Cualitativa:	Cuantitativa:		
Aplicable:	V. de Alford: 1,00	Alfa de Cronbach VD: 0,947	Dos medidas de Guttman: 0,968



Resultados
(I) Prueba de normalidad
(II) Estadísticas descriptivas
(III) Prueba de homogeneidad
(IV) Prueba de independencia

Resultados	(I) Prueba de normalidad																																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Q1</th> <th>Q2</th> <th>Q3</th> <th>Q4</th> <th>Q5</th> <th>Q6</th> <th>Q7</th> <th>Q8</th> <th>Q9</th> <th>Q10</th> <th>Q11</th> <th>Q12</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Media</td> <td>1,07</td> <td>1,11</td> <td>1,15</td> <td>1,18</td> <td>1,21</td> <td>1,24</td> <td>1,27</td> <td>1,30</td> <td>1,33</td> <td>1,36</td> <td>1,39</td> <td>1,42</td> </tr> <tr> <td>Desviación Estándar</td> <td>0,00</td> <td>0,00</td> <td>0,01</td> <td>0,01</td> <td>0,01</td> <td>0,01</td> <td>0,01</td> <td>0,01</td> <td>0,01</td> <td>0,01</td> <td>0,01</td> <td>0,01</td> </tr> </tbody> </table>		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Media	1,07	1,11	1,15	1,18	1,21	1,24	1,27	1,30	1,33	1,36	1,39	1,42	Desviación Estándar	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12																												
Media	1,07	1,11	1,15	1,18	1,21	1,24	1,27	1,30	1,33	1,36	1,39	1,42																												
Desviación Estándar	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01																												

Resultados	(II) Estadísticas descriptivas (descriptivas)																																																																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>N</th> <th>Media</th> <th>Desviación Estándar</th> <th>Min</th> <th>Max</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>001-Dimensión 1- Seguridad de los datos</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>002-Dimensión 2- Responsabilidad</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>003-Dimensión 3- Medios</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>004-Dimensión 4- Recursos</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>005-Dimensión 5- Impactos ambientales</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>006-Dimensión 6- Estrategias</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>007-Dimensión 7- Capacidad</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>008-Dimensión 8- Satisfacción</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>009-Dimensión 9- Capacidad de respuesta</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>010-Dimensión 10- Seguridad</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>011-Variable dependiente: Satisfacción ambiental</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>012-Variable dependiente: Calidad de servicio</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	Variable	N	Media	Desviación Estándar	Min	Max	001-Dimensión 1- Seguridad de los datos	37	1	0	0	1	002-Dimensión 2- Responsabilidad	37	1	0	0	1	003-Dimensión 3- Medios	37	1	0	0	1	004-Dimensión 4- Recursos	37	1	0	0	1	005-Dimensión 5- Impactos ambientales	37	1	0	0	1	006-Dimensión 6- Estrategias	37	1	0	0	1	007-Dimensión 7- Capacidad	37	1	0	0	1	008-Dimensión 8- Satisfacción	37	1	0	0	1	009-Dimensión 9- Capacidad de respuesta	37	1	0	0	1	010-Dimensión 10- Seguridad	37	1	0	0	1	011-Variable dependiente: Satisfacción ambiental	37	1	0	0	1	012-Variable dependiente: Calidad de servicio	37	1	0	0	1	
Variable	N	Media	Desviación Estándar	Min	Max																																																																										
001-Dimensión 1- Seguridad de los datos	37	1	0	0	1																																																																										
002-Dimensión 2- Responsabilidad	37	1	0	0	1																																																																										
003-Dimensión 3- Medios	37	1	0	0	1																																																																										
004-Dimensión 4- Recursos	37	1	0	0	1																																																																										
005-Dimensión 5- Impactos ambientales	37	1	0	0	1																																																																										
006-Dimensión 6- Estrategias	37	1	0	0	1																																																																										
007-Dimensión 7- Capacidad	37	1	0	0	1																																																																										
008-Dimensión 8- Satisfacción	37	1	0	0	1																																																																										
009-Dimensión 9- Capacidad de respuesta	37	1	0	0	1																																																																										
010-Dimensión 10- Seguridad	37	1	0	0	1																																																																										
011-Variable dependiente: Satisfacción ambiental	37	1	0	0	1																																																																										
012-Variable dependiente: Calidad de servicio	37	1	0	0	1																																																																										

Resultados	(III) Prueba de homogeneidad																																																																																																	
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Variable y dimensiones</th> <th colspan="3">Normal</th> <th colspan="3">No normal</th> </tr> <tr> <th>Alto</th> <th>Medio</th> <th>Bajo</th> <th>Alto</th> <th>Medio</th> <th>Bajo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>001-Dimensión 1- Seguridad de los datos</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>99,87%</td> <td>1,00%</td> <td>0,00%</td> </tr> <tr> <td>002-Dimensión 2- Responsabilidad</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>99,87%</td> <td>1,00%</td> <td>0,00%</td> </tr> <tr> <td>003-Dimensión 3- Medios</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>99,87%</td> <td>1,00%</td> <td>0,00%</td> </tr> <tr> <td>004-Dimensión 4- Recursos</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>99,87%</td> <td>1,00%</td> <td>0,00%</td> </tr> <tr> <td>005-Dimensión 5- Impactos ambientales</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>99,87%</td> <td>1,00%</td> <td>0,00%</td> </tr> <tr> <td>006-Dimensión 6- Estrategias</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>99,87%</td> <td>1,00%</td> <td>0,00%</td> </tr> <tr> <td>007-Dimensión 7- Capacidad</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>99,87%</td> <td>1,00%</td> <td>0,00%</td> </tr> <tr> <td>008-Dimensión 8- Satisfacción</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>99,87%</td> <td>1,00%</td> <td>0,00%</td> </tr> <tr> <td>009-Dimensión 9- Capacidad de respuesta</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>99,87%</td> <td>1,00%</td> <td>0,00%</td> </tr> <tr> <td>010-Dimensión 10- Seguridad</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>99,87%</td> <td>1,00%</td> <td>0,00%</td> </tr> <tr> <td>011-Variable dependiente: Satisfacción ambiental</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>99,87%</td> <td>1,00%</td> <td>0,00%</td> </tr> <tr> <td>012-Variable dependiente: Calidad de servicio</td> <td>37</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>99,87%</td> <td>1,00%</td> <td>1,00%</td> </tr> </tbody> </table>	Variable y dimensiones	Normal			No normal			Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	001-Dimensión 1- Seguridad de los datos	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%	002-Dimensión 2- Responsabilidad	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%	003-Dimensión 3- Medios	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%	004-Dimensión 4- Recursos	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%	005-Dimensión 5- Impactos ambientales	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%	006-Dimensión 6- Estrategias	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%	007-Dimensión 7- Capacidad	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%	008-Dimensión 8- Satisfacción	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%	009-Dimensión 9- Capacidad de respuesta	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%	010-Dimensión 10- Seguridad	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%	011-Variable dependiente: Satisfacción ambiental	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%	012-Variable dependiente: Calidad de servicio	37	1	0	99,87%	1,00%	1,00%	
Variable y dimensiones		Normal			No normal																																																																																													
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo																																																																																												
001-Dimensión 1- Seguridad de los datos	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%																																																																																												
002-Dimensión 2- Responsabilidad	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%																																																																																												
003-Dimensión 3- Medios	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%																																																																																												
004-Dimensión 4- Recursos	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%																																																																																												
005-Dimensión 5- Impactos ambientales	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%																																																																																												
006-Dimensión 6- Estrategias	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%																																																																																												
007-Dimensión 7- Capacidad	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%																																																																																												
008-Dimensión 8- Satisfacción	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%																																																																																												
009-Dimensión 9- Capacidad de respuesta	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%																																																																																												
010-Dimensión 10- Seguridad	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%																																																																																												
011-Variable dependiente: Satisfacción ambiental	37	1	0	99,87%	1,00%	0,00%																																																																																												
012-Variable dependiente: Calidad de servicio	37	1	0	99,87%	1,00%	1,00%																																																																																												

Resultado		Prueba de hipótesis																					
HIPOTESIS GENERAL: La inteligencia emocional influye en la calidad de servicio en una empresa turística ubicada en Lima 2020.																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Calidad de Servicio</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Calidad de Servicio</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Calidad de Servicio</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Calidad de Servicio	1	Inteligencia Emocional	2	Calidad de Servicio	2	Inteligencia Emocional	3	Calidad de Servicio	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Calidad de Servicio	1																				
Inteligencia Emocional	2	Calidad de Servicio	2																				
Inteligencia Emocional	3	Calidad de Servicio	3																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Calidad de Servicio</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Calidad de Servicio</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Calidad de Servicio</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Calidad de Servicio	1	Inteligencia Emocional	2	Calidad de Servicio	2	Inteligencia Emocional	3	Calidad de Servicio	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Calidad de Servicio	1																				
Inteligencia Emocional	2	Calidad de Servicio	2																				
Inteligencia Emocional	3	Calidad de Servicio	3																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Calidad de Servicio</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Calidad de Servicio</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Calidad de Servicio</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Calidad de Servicio	1	Inteligencia Emocional	2	Calidad de Servicio	2	Inteligencia Emocional	3	Calidad de Servicio	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Calidad de Servicio	1																				
Inteligencia Emocional	2	Calidad de Servicio	2																				
Inteligencia Emocional	3	Calidad de Servicio	3																				

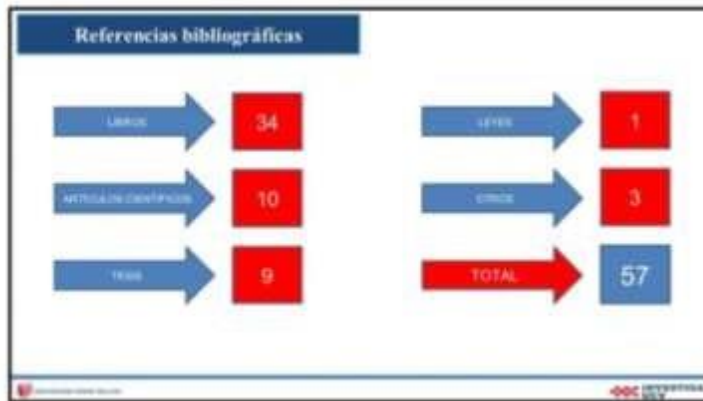
Resultado		Prueba de hipótesis																					
HIPOTESIS ESPECIFICA 1: La Inteligencia emocional influye en la empatía en una empresa turística ubicada en Lima 2020.																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Empatía</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Empatía</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Empatía</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Empatía	1	Inteligencia Emocional	2	Empatía	2	Inteligencia Emocional	3	Empatía	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Empatía	1																				
Inteligencia Emocional	2	Empatía	2																				
Inteligencia Emocional	3	Empatía	3																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Empatía</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Empatía</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Empatía</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Empatía	1	Inteligencia Emocional	2	Empatía	2	Inteligencia Emocional	3	Empatía	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Empatía	1																				
Inteligencia Emocional	2	Empatía	2																				
Inteligencia Emocional	3	Empatía	3																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Empatía</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Empatía</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Empatía</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Empatía	1	Inteligencia Emocional	2	Empatía	2	Inteligencia Emocional	3	Empatía	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Empatía	1																				
Inteligencia Emocional	2	Empatía	2																				
Inteligencia Emocional	3	Empatía	3																				

Resultado		Prueba de hipótesis																					
HIPOTESIS ESPECIFICA 2: La Inteligencia emocional influye en la fidelidad en una empresa turística ubicada en Lima 2020.																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Fidelidad</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Fidelidad</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Fidelidad</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Fidelidad	1	Inteligencia Emocional	2	Fidelidad	2	Inteligencia Emocional	3	Fidelidad	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Fidelidad	1																				
Inteligencia Emocional	2	Fidelidad	2																				
Inteligencia Emocional	3	Fidelidad	3																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Fidelidad</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Fidelidad</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Fidelidad</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Fidelidad	1	Inteligencia Emocional	2	Fidelidad	2	Inteligencia Emocional	3	Fidelidad	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Fidelidad	1																				
Inteligencia Emocional	2	Fidelidad	2																				
Inteligencia Emocional	3	Fidelidad	3																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Fidelidad</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Fidelidad</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Fidelidad</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Fidelidad	1	Inteligencia Emocional	2	Fidelidad	2	Inteligencia Emocional	3	Fidelidad	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Fidelidad	1																				
Inteligencia Emocional	2	Fidelidad	2																				
Inteligencia Emocional	3	Fidelidad	3																				

Resultado		Prueba de hipótesis																					
HIPOTESIS ESPECIFICA 3: La Inteligencia emocional influye en la seguridad en una empresa turística ubicada en Lima 2020.																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Seguridad</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Seguridad</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Seguridad</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Seguridad	1	Inteligencia Emocional	2	Seguridad	2	Inteligencia Emocional	3	Seguridad	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Seguridad	1																				
Inteligencia Emocional	2	Seguridad	2																				
Inteligencia Emocional	3	Seguridad	3																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Seguridad</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Seguridad</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Seguridad</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Seguridad	1	Inteligencia Emocional	2	Seguridad	2	Inteligencia Emocional	3	Seguridad	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Seguridad	1																				
Inteligencia Emocional	2	Seguridad	2																				
Inteligencia Emocional	3	Seguridad	3																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Seguridad</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Seguridad</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Seguridad</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Seguridad	1	Inteligencia Emocional	2	Seguridad	2	Inteligencia Emocional	3	Seguridad	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Seguridad	1																				
Inteligencia Emocional	2	Seguridad	2																				
Inteligencia Emocional	3	Seguridad	3																				

Resultado		Prueba de hipótesis																					
HIPOTESIS ESPECIFICA 4: La Inteligencia emocional influye en la capacidad de respuesta en una empresa turística ubicada en Lima 2020.																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Capacidad de Respuesta</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Capacidad de Respuesta</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Capacidad de Respuesta</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Capacidad de Respuesta	1	Inteligencia Emocional	2	Capacidad de Respuesta	2	Inteligencia Emocional	3	Capacidad de Respuesta	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Capacidad de Respuesta	1																				
Inteligencia Emocional	2	Capacidad de Respuesta	2																				
Inteligencia Emocional	3	Capacidad de Respuesta	3																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Capacidad de Respuesta</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Capacidad de Respuesta</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Capacidad de Respuesta</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Capacidad de Respuesta	1	Inteligencia Emocional	2	Capacidad de Respuesta	2	Inteligencia Emocional	3	Capacidad de Respuesta	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Capacidad de Respuesta	1																				
Inteligencia Emocional	2	Capacidad de Respuesta	2																				
Inteligencia Emocional	3	Capacidad de Respuesta	3																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Capacidad de Respuesta</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Capacidad de Respuesta</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Capacidad de Respuesta</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Capacidad de Respuesta	1	Inteligencia Emocional	2	Capacidad de Respuesta	2	Inteligencia Emocional	3	Capacidad de Respuesta	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Capacidad de Respuesta	1																				
Inteligencia Emocional	2	Capacidad de Respuesta	2																				
Inteligencia Emocional	3	Capacidad de Respuesta	3																				

Resultado		Prueba de hipótesis																					
HIPOTESIS ESPECIFICA 5: La Inteligencia emocional influye en la lealtad en una empresa turística ubicada en Lima 2020.																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Lealtad</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Lealtad</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Lealtad</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Lealtad	1	Inteligencia Emocional	2	Lealtad	2	Inteligencia Emocional	3	Lealtad	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Lealtad	1																				
Inteligencia Emocional	2	Lealtad	2																				
Inteligencia Emocional	3	Lealtad	3																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Lealtad</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Lealtad</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Lealtad</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Lealtad	1	Inteligencia Emocional	2	Lealtad	2	Inteligencia Emocional	3	Lealtad	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Lealtad	1																				
Inteligencia Emocional	2	Lealtad	2																				
Inteligencia Emocional	3	Lealtad	3																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">H0</th> <th colspan="2">H1</th> </tr> <tr> <th>Variable</th> <th>Valor</th> <th>Variable</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>1</td> <td>Lealtad</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>2</td> <td>Lealtad</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Inteligencia Emocional</td> <td>3</td> <td>Lealtad</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>				H0		H1		Variable	Valor	Variable	Valor	Inteligencia Emocional	1	Lealtad	1	Inteligencia Emocional	2	Lealtad	2	Inteligencia Emocional	3	Lealtad	3
H0		H1																					
Variable	Valor	Variable	Valor																				
Inteligencia Emocional	1	Lealtad	1																				
Inteligencia Emocional	2	Lealtad	2																				
Inteligencia Emocional	3	Lealtad	3																				



Muchas gracias

UNIVERSIDAD DE GUATEMALA