



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores del  
restaurante Amazonas, Chiclayo

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Administración

**AUTORES:**

Larios Farro, Elizabeth Rebeca ([orcid.org/0000-0001-5778-6065](https://orcid.org/0000-0001-5778-6065))

Yzquierdo Alejandria, Carolina Margot ([orcid.org/0000-0001-5790-819X](https://orcid.org/0000-0001-5790-819X))

**ASESORA:**

Mag. Chavez Rivas, Patricia Ivonne ([orcid.org/0000-0003-4993-6021](https://orcid.org/0000-0003-4993-6021))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO - PERÚ  
2023

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de investigación va dedicado principalmente a Dios y a nuestros familiares que siempre han velado por nosotras y han contribuido en nuestra formación académica, a nuestros amigos y compañeros que nos han apoyado con su cariño y consejos; por último, a nuestros docentes que siempre nos han inculcado con valores y enseñanzas.

## **AGRADECIMIENTO**

Damos gracias en primer lugar a Dios, porque nos bendice día a día, por guiarnos y permitirnos como equipo que desarrollemos nuestra investigación. A nuestras familias que con mucho amor y esfuerzo nos brindan los recursos para poder estudiar, impulsándonos a seguir adelante y apoyándonos en cumplir una de nuestras metas en el ámbito profesional. Del mismo modo, damos gracias a nuestra asesora de la experiencia curricular Desarrollo del Proyecto de Investigación, la Mag. Chávez Rivas Patricia Ivonne, quien nos ha guiado en todas las sesiones de aprendizaje permitiéndonos culminar el estudio. Agradecemos del mismo modo, a la propietaria del restaurante Amazonas Itamar Alejandría Ramírez, quien nos brindó la información necesaria y nos permitió realizar nuestra indagación.

¡Muchas gracias a todos!



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**Declaratoria De Autenticidad del Asesor**

Yo, CHAVEZ RIVAS PATRICIA IVONNE, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC – CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: “Inteligencia Emocional y Calidad de Servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo”, cuyos autores son YZQUIERDO ALEJANDRIA CAROLINA MARGOT, LARIOS FARRO ELIZABETH REBECA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHICLAYO, 03 de Julio del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
CHAVEZ RIVAS PATRICIA IVONNE <b>DNI:</b> 40663704 <b>ORCID:</b> 0000-0003-4993-6021	Firmado electrónicamente por: CRIVASPI el 10-07- 2023 13:50:45

Código documento Trilce: TRI - 0566726





**Declaratoria de Originalidad de los Autores**

Nosotros, LARIOS FARRO ELIZABETH REBECA, YZQUIERDO ALEJANDRIA CAROLINA MARGOT estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Inteligencia Emocional y Calidad de Servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
YZQUIERDO ALEJANDRIA CAROLINA MARGOT <b>DNI:</b> 78205274 <b>ORCID:</b> 0000-0001-5790-819X	Firmado electrónicamente por: CYZQUIERDOA el 31-07-2023 19:21:35
LARIOS FARRO ELIZABETH REBECA <b>DNI:</b> 75879957 <b>ORCID:</b> 0000-0001-5778-6065	Firmado electrónicamente por: ELARIOS el 31-07-2023 19:32:19

Código documento Trilce: INV - 1333343

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	11
3.2. Variables y operacionalización .....	11
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis .....	12
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	13
3.5. Procedimientos .....	14
3.6. Método de análisis de datos.....	14
3.7. Aspectos éticos.....	15
IV. RESULTADOS .....	16
V. DISCUSIÓN .....	24
VI. CONCLUSIONES.....	28
VII. RECOMENDACIONES .....	29
REFERENCIAS .....	30
ANEXOS.....	39

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Prueba de normalidad de variables .....	16
Tabla 2 Relación entre la inteligencia emocional y calidad de servicio .....	17
Tabla 3 Nivel de la variable inteligencia emocional .....	19
Tabla 4 Nivel de la variable calidad de servicio .....	20
Tabla 5 Relación entre la inteligencia emocional y capacidad de respuesta ...	21
Tabla 6 Relación entre la inteligencia emocional y seguridad .....	22
Tabla 7 Relación entre la inteligencia emocional y trato personalizado .....	23
Tabla 8 Matriz de Consistencia .....	39
Tabla 9 Matriz de Operacionalización .....	42
Tabla 10 Instrumento de recolección de la variable inteligencia emocional.....	44
Tabla 11 Instrumento de recolección de datos de la variable calidad de servicio .....	46
Tabla 12 Calificación de los cuestionarios de las variables inteligencia emocional y calidad de servicio.....	71
Tabla 13 Alfa de Cronbach de la variable Inteligencia Emocional .....	71
Tabla 14 Alfa de Cronbach de la variable Calidad de Servicio .....	71
Tabla 15 Escala del Alfa de Cronbach .....	72
Tabla 16 Interpretación de coeficiente de correlación .....	72

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Diagrama de dispersión entre inteligencia emocional y calidad de servicio.....	17
Figura 2 Evaluación por juicio de expertos de las variables inteligencia emocional y calidad de servicio.....	54
Figura 3 Nivel de la variable inteligencia emocional .....	71
Figura 4 Nivel de la variable calidad de servicio.....	71
Figura 5 Base de datos de los clientes del restaurante Amazonas.....	72
Figura 6_ Resultados obtenidos por las personas encuestadas.....	73
Figura 7 Resultado de similitud del programa Turnitin.....	74



## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general Determinar la relación entre inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo. La metodología que se empleó fue cuantitativa de tipo descriptiva correlacional con diseño no experimental de corte transversal. La población y muestra se conformó por 15 trabajadores y 48 clientes del restaurante Amazonas, a los cuales se les aplicó como instrumento el cuestionario y como técnica la encuesta, se hizo uso de escala de tipo Likert, el instrumento fue validado por 3 expertos y por el análisis de confiabilidad teniendo un valor de 0,990 para ambas variables según el alfa de Cronbach. Por otro lado, los datos obtenidos fueron debidamente ordenados, procesados y analizados en el programa estadístico SPSS V26. Los resultados encontrados muestran que existe una correlación positiva alta de ( $r=0,715$ ;  $p=0,003$ ) con el estadístico Spearman. Se concluye que, si en la empresa se mejora los niveles de inteligencia emocional de los colaboradores, el nivel de calidad de servicio será mayor.

**Palabras clave:** Inteligencia emoción, calidad de servicio, trabajadores, clientes

## **ABSTRACT**

The present investigation has as a general objective to determine the relationship between emotional intelligence and quality of service of the workers of the Amazonas restaurant, Chiclayo. The methodology that was used was quantitative of a descriptive correlational type with a non-experimental cross-sectional design. The population and sample was made up of 15 workers and 48 customers of the Amazonas restaurant, to whom the questionnaire was applied as an instrument and the survey as a technique, the Likert-type scale was used, the instrument was validated by 3 experts and by the reliability analysis having a value of 0.990 for both variables according to Cronbach's alpha. On the other hand, the data obtained were properly ordered, processed and analyzed in the statistical program SPSS V26. The results found show that there is a high positive correlation of ( $r=0.715$ ;  $p=0.003$ ) with the Spearman statistic. It is concluded that, if the levels of emotional intelligence of the collaborators are improved in company, the level of quality of service will be higher.

**Keywords:** Intelligence emotion, quality of service, workers, customers

## I. INTRODUCCIÓN

Este estudio fue compuesto por inteligencia emocional (I.E) y calidad de servicio (C.S) en los empleados pertenecientes al rubro gastronómico, debido a la falta de comprensión, manejo y control de emociones, esto se reflejó en el retraso del servicio e incomodidad de sus clientes.

Desde el ámbito internacional, Kuok (2022), mencionó que en China los colaboradores que trabajaron bajo presión generaron diversas dificultades como cansancio, ansiedad, estrés y bajo bienestar mental.

Además, Peixoto y Muniz (2022), señalaron que en Brasil los trabajadores que prestaron un servicio enfrentaron momentos difíciles; entre ellos, ansiedad, cambios de ánimo y control de emociones por el ritmo del trabajo; por ende, fue necesario controlarlos ante aquellas situaciones.

Igualmente, Del Valle (2021), en Ecuador, puso al expuesto que el estrés fue una gran sobrecarga en los colaboradores y con el transcurso del tiempo ocasionó un nexo desagradable y de insatisfacción en sus clientes.

En Cuba, Becerra et al. (2022), reflejaron que muchos de los restaurantes tuvieron una decaída de clientes, de modo que se identificó los intereses de los consumidores, es así como se conoció la situación actual de cada empresa y las áreas que se debieron mejorar.

Vasconez, L. y Vasconez, J. (2022), sostuvieron que en los restaurantes de Bahía de Caráquez se evidenció un descontento por parte de los clientes a causa de la inadecuada preparación de la comida y la falta de higiene en las diferentes áreas.

En el ámbito nacional, en Arequipa, Abarca et al. (2021), indicaron como problemática a la sobrecarga de trabajo, excesivas responsabilidades e inexistencias de motivaciones, lo que generó perspectivas desfavorables.

En Trujillo, Chávez y Uceda (2023), indicaron que la mayoría de los colaboradores tuvieron problemas en relacionarse interpersonalmente con sus demás compañeros, esto afectó el ambiente laboral y el contacto con los clientes.

Según Ramos et al. (2020), en Piura mencionaron la falta de cortesía y poco interés por parte de los colaboradores, ocasionando que los clientes se mostraran indiferentes. Por ello, el Modelo Servperf permitió medir lo que el comensal espera del restaurante.

Paralelamente, Barinotto (2019), en Trujillo la calidad de servicio se convirtió en una necesidad que todas las organizaciones debieron cumplir para disminuir las inconformidades de sus clientes, porque era la única forma de haber logrado una afinidad con ellos y excelencia en el servicio.

Rivera (2023), mencionó que el sector gastronómico de la ciudad de Chimbote presentó pérdidas de comensales y disminución de ingresos, esto se debió a la mala calidad de servicio que ofrecieron los restaurantes.

En el ámbito local, Calderón (2022), señaló que los problemas que tuvo el personal en las empresas de Chiclayo fueron por estrés, ansiedad, cansancio e inseguridad, afectando emocionalmente y la entrega del servicio.

En Lambayeque, Gómez y Carbajal (2020), indicaron que el cansancio emocional de los trabajadores y el índice de disconformidad de los clientes se debió a la poca información sobre las técnicas de manejo de emociones.

Custodio (2022), manifestó que en Lambayeque algunas empresas perdieron clientes y sus ventas disminuyeron; por la falta de coordinación, compañerismo y empatía, lo que impidió a las compañías seguir creciendo.

En cuanto a Ortega (2022), mencionó que la problemática en las compañías de Lambayeque fue por la infraestructura, falta de capacitación e implementos para los trabajadores, esto reflejó la incomodidad en los clientes.

Por último, en Chiclayo, Izquierdo (2021), aportó que a través del modelo Servperf permitió medir la calidad de servicio, para conocer las razones del mal trato a los clientes y la falta de atención personalizada.

En cuanto a la problemática del restaurante Amazonas, la empresa ha estado en el mercado ocho años, a pesar del tiempo sus trabajadores presentaron inconvenientes como cansancio, estrés físico y emocional, repercutiendo en la entrega adecuada de la calidad de servicio; el cual, se reflejó en el desinterés, poca atención de los clientes y retraso en la entrega,

disminuyendo el número de sus consumidores; por este motivo fue necesario estudiar el tema.

Debido a la problemática expuesta, se manifestó la incógnita: ¿De qué manera se relaciona la inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo?

Además, este estudio tuvo una *justificación teórica* donde el objetivo es conocer cómo los colaboradores manejan las emociones que experimentaron cuando estuvieron en un ambiente fluido como fue en el caso de los restaurantes. De esta manera, se conoció el nexo con la calidad de servicio que observaron los consumidores; por su parte, la *justificación práctica*, propuso recomendaciones adecuadas por medio del colaborador con I.E que ofreció una C.S a los consumidores del restaurante Amazonas. Finalmente, la *justificación metodológica*, se destinó un estudio correlacional y se ejecutó una encuesta a los trabajadores y otra a los clientes del restaurante Amazonas, donde se halló una solución al problema encontrado y se indagó el nivel de conexión entre las dos categorías.

Por ende, se formuló el siguiente objetivo general, Determinar la relación entre inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo. Para ello, los objetivos específicos fueron: Definir el nivel de inteligencia emocional de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo; Definir el nivel de calidad de servicio en los clientes del restaurante Amazonas, Chiclayo; Definir el grado de relación entre inteligencia emocional y capacidad de respuesta de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo; Definir el grado de relación entre inteligencia emocional y seguridad de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo; finalmente, Definir el grado de relación entre inteligencia emocional y trato personalizado de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo.

Por último, se trazó la hipótesis de este estudio  $H_i$ : Existe relación entre inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo; y la  $H_0$ : No existe relación entre inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo.

## II. MARCO TEÓRICO

Desde el ámbito internacional, Leal (2023), mantuvo el objetivo de establecer la conexión entre I.E y compromiso de trabajo en los empleados de las MiPymes en todo el territorio ecuatoriano. Su artículo comprendió un diseño correlacional no experimental, contó con 300 individuos como muestra, su instrumento fue el cuestionario y su técnica la encuesta. El resultado demostró que existió una relación directamente proporcional de 0.730.

En Ecuador, Chunga et al. (2022), tuvieron el objetivo de establecer la conexión entre I.E y motivación intrínseca dentro de la satisfacción laboral (SL) en docentes de las Instituciones Educativas 2021. Su artículo comprendió un diseño correlacional no experimental, contó con 103 maestros como muestra, utilizaron el cuestionario de instrumento y como técnica la encuesta. Se mostró un efecto positivo de 0.928 en la SL.

Además, Monroy (2021), mantuvo como objetivo de evaluar la CS y el grado de satisfacción del comensal en 49 restaurantes del lugar turístico de Todos Santos. Este artículo de México comprendió un diseño correlacional no experimental, con 162 comensales como muestra, utilizó un cuestionario como instrumento y como técnica la encuesta. A través de los resultados se demostró una relación fuerte de 0.700.

En México, Monroy y Urcádiz (2019), tuvieron el objetivo de establecer el grado de relación de incidencia de la CS en las medidas de la satisfacción del consumidor en los restaurantes del lugar turístico de La Paz. Su artículo comprendió un diseño correlacional no experimental, con 207 comensales como muestra, utilizaron un cuestionario como instrumento y como técnica la encuesta. El resultado evidenció una relación positiva de 0.714.

También, en Turquía, Uslu (2020), mantuvo en su indagación el objetivo de establecer relación de CS y las apreciaciones de los turistas que visitan los restaurantes de Diyarbakir. Este artículo comprendió un diseño correlacional no experimental, con 410 turistas como muestra, utilizó un cuestionario como instrumento y como técnica la encuesta. El resultado demostró una correlación positiva fuerte de 0.945.

Por otro lado, desde el ámbito nacional, en Piura, Chiroy (2021), en su indagación mantuvo el objetivo de identificar la relación de IE y C.S en los colaboradores del restaurante Don Parce 2020. Este estudio de maestría comprendió un diseño correlacional no experimental, con 60 colaboradores como muestra, el cuestionario fue el instrumento y como técnica la encuesta. Se demostró una relación positiva moderada de 0.620.

En Lima, Baca (2020), en su indagación mantuvo el objetivo de identificar la relación de motivación laboral y CS en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018. Su estudio de maestría incluyó una correlación no experimental de corte transversal, con 52 trabajadores y 63 clientes como muestra, utilizó el cuestionario como instrumento y como técnica la encuesta. En efecto, se verificó una relación directa alta de 0.791.

También, Silva et al. (2021), sostuvieron el objetivo de identificar la relación de CS en los restaurantes turísticos con la satisfacción del consumidor en el distrito de Canchaque, Piura-Perú. Su artículo comprendió un diseño correlacional no experimental, con 196 turistas como muestra, su instrumento fue el cuestionario y su técnica la encuesta. En efecto, proporcionó un resultado de 0.114, el cual no existió nexo entre las variables.

Además, en Cusco, Uscachi (2022), dispuso el objetivo de definir la relación de IE y CS de los escolares de primaria del colegio Sallac. Su estudio de maestría comprendió un diseño correlacional no experimental, con 50 estudiantes como muestra, su instrumento fue el cuestionario y su técnica la encuesta. Se evidenció una relación positiva fuerte de 0.834.

De la misma forma, Oliva (2021), mantuvo el objetivo de identificar la relación de IE y CS en el centro médico de la Municipal Los Olivos 2020. Su estudio de maestría incluyó una correlación no experimental de corte transversal, con 30 trabajadores y 120 pacientes como muestra, empleó el cuestionario como instrumento y como técnica la encuesta. Llegó a establecer entre las variables una correlación positiva moderada de 0.644.

Finalmente, desde el ámbito local, Huamán (2020), designó en Lambayeque el objetivo de definir la relación de los grados de I.E y clima organizacional en los empleados del área de Gerencia Regional de Agricultura.

Su investigación de maestría comprendió un diseño correlacional no experimental, con 35 empleados de muestra, utilizó el cuestionario como instrumento y como técnica la encuesta. Concluyó en sus resultados que existió una correlación moderada de 0.620.

Asimismo, en Lambayeque, Castañeda (2019), incluyó el objetivo de establecer el predominio de CS en la mejora del agrado del consumidor en El Cántaro. Su estudio de maestría comprendió un diseño correlacional no experimental, con 323 comensales de muestra, utilizó el cuestionario como instrumento y como técnica la encuesta. Entre los resultados se evidenció que influye de manera directa en 0.895.

También, en su tesis de maestría, Silva (2023), mantuvo el objetivo de establecer la relación de estrés en el trabajo y el grado de satisfacción del personal obstétrico de una clínica – Lambayeque 2022. Su estudio comprendió un diseño correlacional no experimental, con 24 trabajadores como muestra, utilizó el cuestionario como instrumento y como técnica la encuesta. Concluyó en sus resultados que existió una relación inversa significativa de 0.648.

Además, Fanzo (2021), incluyó el objetivo de demostrar el nivel de relación de CS y satisfacción del usuario de la compañía Epsel S.A, Chiclayo. Su estudio de maestría comprendió un diseño correlacional no experimental, con 85 usuarios como muestra, utilizó el cuestionario como instrumento y como técnica la encuesta. Los resultados demostraron una relación directa moderada de 0.685.

Por último, Anaya (2021), incluyó el objetivo de evaluar la relación de la motivación y desempeño en el trabajo en épocas del COVID-19 entre los colaboradores del Hospital Regional Policial de Chiclayo. Su indagación de maestría comprendió un diseño correlacional no experimental, con 120 empleados de muestra, empleó el cuestionario como instrumento y como técnica la encuesta. En conclusión, se evidenció que existió una relación negativa de 0.225.

A continuación, se descubrieron varios conceptos respecto a inteligencia emocional, considerando los más importantes.



Para Nachtigall (2018), argumentó que la I.E es el autoconocimiento, que posibilita a un individuo a formar una relación amistosa con sus sentimientos y de los demás.

Asimismo, es considerada como habilidades sociales que contribuyen al bienestar de uno mismo, esto permitió distinguir y comprender las emociones de todos y de esta manera obtiene un gran impacto en las relaciones, logros, salud física y mental (Marín et al., 2023).

Además, la inteligencia emocional es el método facilitador de salud física y mental, que permite actuar eficazmente en situaciones de estrés y ansiedad, evitando así una asociación negativa a su alrededor (Castro et al., 2023).

Posteriormente, se mencionaron las teorías relacionadas a la inteligencia emocional de diversos autores.

Para Mayer y Salovey (como se citó en Frogoso, 2022), precisaron que la I.E es una agrupación de distintas habilidades que exponen las comparaciones en el momento de sentir y comprender las sensaciones, siendo compuesta por cuatro de estas; *percepción y expresión emocional*, reconoce sus emociones y la del resto; *facilitación emocional*, estudia los estados emocionales; *comprensión emocional*, conocimiento para detectar las causas que originan una emoción; finalmente, la *regulación emocional* maneja a nivel intra e interpersonal las emociones.

Por otro lado, Howard Gardner (como se citó en Pocinho y Mendes, 2021), indicó que las inteligencias múltiples está compuesta por ocho tipos; *inteligencia musical*, capacidad de interpretar y reconocer elementos melódicos; *inteligencia corporal-kinestésica*, uso del cuerpo humano para anunciar sentimientos y emociones; *inteligencia visoespacial*, competencia de crear imágenes mentales; *inteligencia lógico-matemático*, capacidad de identificar relaciones de causa y efecto; *inteligencia lingüístico-verbal*, uso apropiado de la escritura, lectura y habla; *inteligencia interpersonal*, distingue los intereses y deseos de los demás; *inteligencia intrapersonal*, comprende las emociones, sentimientos y miedos de uno mismo; por último, *inteligencia naturalista* es la preocupación y conocimiento por los seres vivos y no vivos.

Además, en la teoría de Goleman (como se citó en Machado, 2022), limitó a la IE como la facultad de reconocer los afectos y emociones de uno mismo y para con todos. Por ende, desarrolló cinco etapas; *autoconocimiento*, reconocimiento y comprensión de las propias emociones; *gestión emocional*, facultad de expresar de manera asertiva las emociones y sentimientos; *automotivación*, habilidad para automotivarse de manera asertiva; *empatía*, percibir y admitir las emociones del resto; finalmente, las *relaciones interpersonales* desarrollan y optimizan el trato con los demás.

Por consiguiente, se mostraron algunos temas relacionados con la inteligencia emocional.

Según Batista, Gondim y Magalhaes (2022), indicaron que la inteligencia emocional es fundamental más aún en los lugares de trabajo con mayor demanda, dado que permite reconocer, regular y entender las emociones propias y del resto; para hacer frente y adaptarse a las diversas situaciones.

Asimismo, la inteligencia emocional contó con beneficios como la salud y gestión emocional, comodidad, solución de conflictos, liderazgo, asertividad, sentido común y una principal decisión, permitiendo tener un buen ambiente laboral al ser humano (Hidalgo, Sospedra y Martínez, 2021).

Las dimensiones que dieron cuenta a la I.E. son; *conciencia de uno mismo*, acciones y decisiones que toma el individuo de acuerdo con los diferentes contextos; *autogestión*, alcanzar los objetivos asumiendo responsabilidades; *empatía*, comprensión por los demás; *habilidades sociales*, conductas que permite relacionarse con su alrededor; finalmente, *motivación* es la capacidad para motivarse logrando los objetivos propuestos (Nachtigall, 2018).

Además, dentro de la inteligencia emocional se ubicó la autoconciencia, autovaloración, autoconfianza, autocontrol emocional, fiabilidad, adaptabilidad, comprensión, orientación al servicio, comunicación, manejo de conflicto, liderazgo, motivación del logro y optimismo como indicadores.

Al estudiar la calidad de servicio, se mostraron distintas indagaciones.

Es el método desarrollado por una organización para descifrar las perspectivas de sus consumidores y brindar un servicio ágil, adecuado, oportuno, seguro y confiable (Mateos De Pablo, 2019).

Según su análisis de Manzano y Silva (2022), indicaron que la calidad de servicio es el determinante crítico de la competencia, permitiendo a una empresa diferenciarse de otras, por medio de ella lograr un mérito a largo plazo, buscando exceder las expectativas del cliente.

Desde lo dicho por Gómez et al. (2022), la C.S se logra mediante el hábito de prácticas, con el fin de establecer una relación con los colaboradores de la organización y así alcanzar las necesidades de los clientes.

Por otro lado, se mencionaron las teorías de la calidad de servicio.

Para Bery et al. (como se citó en Henao, 2020), argumentaron que la C.S es el margen entre las perspectivas o aspiraciones de los clientes que se basan en cinco aspectos; *tangibilidad*, recursos que la empresa usa para la comunicación con el cliente; *confiabilidad*, correcta forma de realizar un servicio; *capacidad de respuesta*, asiste a los clientes de manera inmediata; *seguridad*, contacto directo con el cliente y la confianza que se transmite; finalmente, *empatía* es la atención hacia los clientes de manera cuidadosa.

Igualmente, Edward Deming (como se citó en Grelley, 2018), mencionó la calidad de servicio a través de dos principios que abarca el diseño de sus productos y servicios mejorados día a día; *tangible*, calidad del producto o servicio; *medible*, basado en las opiniones de los consumidores para el proceso de mejora continua.

A la vez, Joseph Juran (como se citó en Díaz y Salazar, 2021), describió la calidad de servicio a través de tres principios tales como: *planificación*; toma en cuenta los comentarios de los compradores; *control*, es quien mide la calidad a través de estándares; finalmente, *continuidad de mejora de los procesos* se encarga de hallar el origen de los errores para enmendarlos hacia un mejor desarrollo.

Por consiguiente, se aludió a algunos contenidos relacionados a la calidad de servicio.

En la opinión de Sllavka, Rezarte y Redi (2023), señalaron la estimación de la C.S en las compañías, dado que aumenta el desempeño organizacional, satisfacción del consumidor y la lealtad para obtener resultados exitosos.

En los términos de Almeida et al. (2018), aportaron sobre los grados para evaluar la C.S, siendo una de ellas las campañas publicitarias de promociones, infraestructura, implementos, confiabilidad para brindar el platillo prometido, imagen y disponibilidad del personal.

Las dimensiones de la C.S fueron las siguientes; *capacidad de respuesta*, disposición y conocimiento que tiene un trabajador para proveer un servicio eficiente; *seguridad*, confianza y privacidad con los clientes; por último, *trato personalizado* es para cada cliente que posee diferentes necesidades, gustos y preferencias (Mateos de Pablo, 2019).

Finalmente, la calidad del servicio contó con indicadores como un colaborador comunicativo, colaborador dispuesto a ayudar, vocabulario adecuado, respeto, amabilidad, colaborador que transmite confianza, diferenciación y reconocer las necesidades del cliente.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### 3.1.1. Tipo de investigación

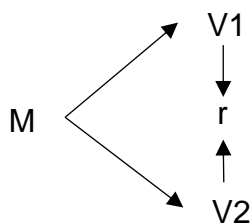
En este estudio, se utilizó la indagación básica. Según Ñaupas et al. (2018), indicaron que es el análisis de un problema, la cual se ejecuta desde que apareció la curiosidad científica; asimismo, es la base del conocimiento del análisis aplicada.

##### 3.1.2. Diseño de investigación

Esta indagación sujetó un diseño no experimental, se ejecuta sin el tratamiento de ninguna variable y solo se puede observar tal como es en su medio natural para luego estudiarlas. Además, es de corte transversal; puesto que, recaudan informes en primera instancia (Hernández y Mendoza, 2018).

Por otra parte, Ñaupas et al. (2018), mencionaron que la exploración correlacional o asociativa, establece la jerarquía de intensidad de las categorías.

##### Esquema del diseño de investigación



V1= Inteligencia emocional

M= Trabajadores y clientes del restaurante Amazonas

r= Relación entre variables

V2= Calidad de servicio

#### 3.2. Variables y operacionalización

##### Inteligencia Emocional (V1)

##### Definición conceptual

Para Nachtigall (2018), argumentó que la I.E es el autoconocimiento, que posibilita a un individuo a formar una relación amistosa con sus sentimientos y de los demás.

### **Definición operacional**

La I.E. es una peculiaridad que distingue y regula las emociones de los seres humanos, lo que permite al individuo tener la habilidad y capacidad de crear relaciones satisfactorias y cooperativas en su entorno.

### **Indicadores**

Autoconciencia, autovaloración, autocontrol emocional, fiabilidad, adaptabilidad, comprensión de los demás, orientación al servicio, comunicación, manejo de conflicto, liderazgo, motivación del logro y optimismo.

### **Escala de medición**

Ordinal

### **Calidad de servicio (V2)**

#### **Definición conceptual**

Es el método desarrollado por una organización para descifrar las perspectivas de sus consumidores y brindar un servicio ágil, adecuado, oportuno, seguro y confiable (Mateos De Pablo, 2019).

#### **Definición operacional**

La calidad en el servicio permite demostrar las necesidades y perspectivas de los clientes; en efecto, brindarles un servicio oportuno y confiable.

#### **Indicadores**

Colaborador comunicativo, colaborador dispuesto a ayudar, vocabulario adecuado, respeto, amabilidad, colaborador que transmite confianza, diferenciación y reconocer las necesidades del cliente.

#### **Escala de medición**

Ordinal

### **3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis**

#### **3.3.1. Población**

Desde lo expuesto por Arias y Covinos (2021), definieron como un grupo de trabajo que se compone de materia de investigación, ya sea un grupo infinito o finito, que comparten particularidades semejantes y generalmente se encuentran en una zona específica. Para esta

indagación se estimó como población y muestra a los 15 trabajadores y a los 48 clientes del restaurante Amazonas.

- **Criterio de inclusión**

Clientes que consumieron en los últimos 3 meses.

- **Criterio de exclusión**

Clientes que consumieron antes de los últimos 3 meses.

### **3.3.2. Muestra**

Para Satuf y Barbosa (2021), acotaron que la muestra está dentro de la población; sin embargo, es importante delimitar correctamente en los objetivos de la investigación o en la situación problemática planteada.

### **3.3.3. Muestreo**

Desde lo expuesto por, Arias y Covinos (2021), definieron al muestreo como el procedimiento para estudiar la muestra, de esta manera se obtiene un estadígrafo, cifra que se logra al elegir algunos miembros como representantes de la población completa. En esta investigación no existió muestreo porque las poblaciones son iguales a las muestras.

### **3.3.4. Unidad de análisis**

Citando a Calzada y Osorio (2019), mencionaron que es la acción en que se efectúa la investigación; en otras palabras, son los elementos que se tuvieron en cuenta para la aplicación de las variables.

La unidad de análisis de esta indagación involucró a los trabajadores y clientes del restaurante Amazonas.

## **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

En esta indagación se llevó a cabo la encuesta para la extracción de datos; Arias y Covinos (2021), enfatizaron que es un avance que se desarrolla a través del cuestionario, obteniendo datos sobre las percepciones o comportamientos de los seres humanos. Por otro parte, el instrumento que se empleó en esta indagación fue el cuestionario; tal como Hernández y Mendoza (2018), argumentaron que es la colección de interrogantes relacionadas para cuantificar las variables de estudio; las cuales, están vinculadas con el problema de investigación e hipótesis.

Como señalan, Franco y Hervias (2022), la validez es el nivel en que una demostración genera noticia dependiendo de la determinación elegida. En este

estudio la validez de la información fue estrictamente evaluada por tres expertos relacionados con el contenido de la indagación, donde se analizó que las preguntas estén asociadas con las variables, hipótesis y dimensiones. Asimismo, la calificación de las variables I.E y C.S fue de 4; es decir, un nivel alto. Estos fueron validados de la misma manera por los magísteres Claudia Giuliana Toro Delgado, Erick Alfredo Gamarra Vera y Jean Michell Carrión Mezones.

Desde la opinión de Franco y Hervias (2022), argumentaron que la confiabilidad es la veracidad y la exactitud del procedimiento de medición. Después de haber obtenido la calificación de los tres expertos, se aplicó la totalidad de la muestra para cada variable de estudio a los trabajadores y clientes del restaurante Amazonas. Por eso, se realizó el alfa de Cronbach, el cual estableció una confiabilidad para la variable I.E de 0,990 con 22 elementos. De la misma forma, la variable C.S obtuvo una confiabilidad de 0,990 con 17 elementos. Finalmente, ambas variables obtuvieron una escala de excelente confiabilidad.

### **3.5. Procedimientos**

De acuerdo con Mello, et al. (2023), acotaron sobre los procedimientos que realiza todo investigador; el cual, se ejecuta a través del acceso a la información, observación, anotaciones, selección y se derivan categorías para cada una de ellas.

Por eso, se deben seguir ciertos procedimientos: primeramente, se solicitó a la coordinación de la escuela de Administración de la universidad César Vallejo la carta de presentación; la cual, fue presentada a la empresa de estudio, además se programó horarios para la recolección de datos; por ende, la universidad obtuvo el consentimiento remitido por los participantes; el cual, se alistó el material utilizado para la investigación, seguidamente se expuso la estimación de los datos, llevando a cabo el instrumento; asimismo, se corroboró la información, se perfeccionó los datos, se estableció la información, se elaboró la matriz; por último, se ejecutó el estudio estadístico y se efectuó la tabulación del estudio.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Loss, et al. (2021), mencionaron sobre el análisis de datos descriptivos que permite reunir la averiguación para tamizar los datos a través de estudios



estadísticos para obtener los resultados de los observadores. Luego de aplicar la encuesta a los trabajadores y clientes del restaurante Amazonas, se utilizó el análisis por medio del método estadístico descriptivo, se acudió al programa SPSS V26 que brindó datos claros y precisos en forma de gráficos, cuadros o tablas, en donde se demostró los resultados en porcentajes con su debida interpretación.

Desde lo dicho por Ramirez y Polack (2020), el análisis inferencial forma parte de la investigación para obtener conclusiones inferidas con el uso de herramientas que ayudan a la evaluación sistemática y eficiente de la muestra de la población en estudio, poniendo al alcance a través de estadísticas. Este análisis, permitió interpretar los resultados alcanzados comparándolos con las hipótesis trazadas, con el coeficiente de Spearman encontrando la correlación en las categorías.

### **3.7. Aspectos éticos**

El código de ética en indagación de la Universidad César Vallejo expuso principios en el artículo N°03 *la autonomía*, facultad de seleccionar la participación o retiro de los estudios; *la beneficencia*, comodidad de los participantes de estudio; *la competencia laboral y científica*, severidad científica de la investigación, se cumplió los niveles de preparación requerida; *el cuidado al medio ambiente y biodiversidad*; integridad humana que distingue al individuo por encima de los intereses de la ciencia; *la justicia*, implica un trato equitativo de los participantes en la indagación; *la libertad*, elaboración del estudio en términos políticos, religiosos o de otros tipos; *la no maleficencia*, es la distinción entre el riesgo y el beneficio de la honradez física y psicológica de los participantes de la indagación; *la probidad*, se basa en honestidad de todo el análisis; *el respeto de la propiedad intelectual*, evitando el plagio; *la responsabilidad*, los investigadores son responsables de todos los actos del proceso de investigación; *la transparencia*, el estudio debe poderse replicar la metodología y verificar la validez de los resultados; por último, *la precaución*, evitar daños futuros en relación a la investigación (VRI-UCV, 2020).

#### IV. RESULTADOS

Tabla 1

*Prueba de normalidad de variables*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
<b>Inteligencia emocional</b>	<b>,340</b>	<b>15</b>	<b>,000</b>	<b>,727</b>	<b>15</b>	<b>,000</b>
<b>Calidad del servicio</b>	<b>,380</b>	<b>48</b>	<b>,000</b>	<b>,661</b>	<b>48</b>	<b>,000</b>
Capacidad de respuesta	,371	48	,000	,692	48	,000
Seguridad	,381	48	,000	,658	48	,000
Trato personalizado	,341	48	,000	,661	48	,000

*Nota.* \*. a. Corrección de significación de Lilliefors.

La tabla 1 señaló la prueba de normalidad de las variables y las dimensiones de C.S. Para fines de la indagación, se consideró Shapiro-Wilk, a causa de las poblaciones evaluadas fueron inferiores a 50 personas y de acuerdo con los resultados, ambas variables presentaron una significación menor a 0,05, lo que se ajustó a una distribución no normal; por consiguiente, se aplicó el estadístico Rho de Spearman para relacionar los constructos.

**OG: Determinar la relación entre inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo.**

**Tabla 2**

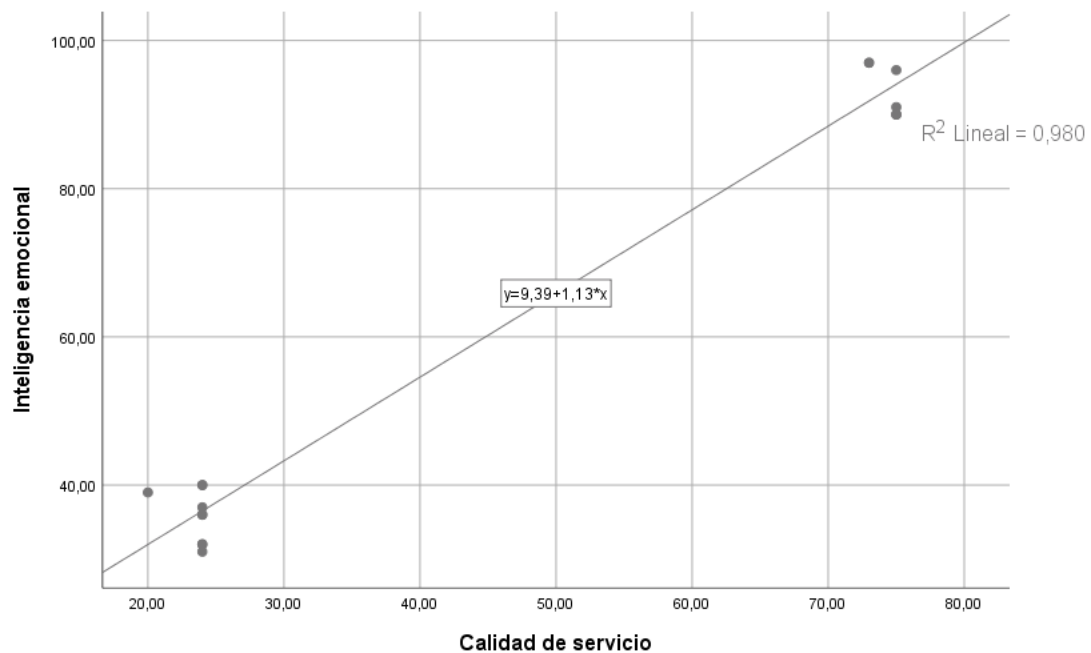
*Relación entre la inteligencia emocional y calidad de servicio*

			Inteligencia emocional	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Inteligencia emocional	Correlación	1,000	,715**
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	15	15
	Calidad de servicio	Correlación	,715**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	15	48

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

**Figura 1**

*Diagrama de dispersión entre inteligencia emocional y calidad de servicio*



*Nota.* Exportado del SPSS v.26.

La tabla 2 en la relación entre I.E y C.S mostró una correlación positiva alta de 0,715 y una significación de 0,003; así pues, los colaboradores que mantienen una buena inteligencia emocional pueden ofrecer una mejor calidad de servicio hacia el consumidor. Del mismo modo, la figura 1 se evidenció una conexión lineal positiva entre I.E y C.S, según las respuestas proporcionadas por los trabajadores y clientes del restaurante Amazonas.

### **Prueba de hipótesis**

#### **Hipótesis:**

Hi: Existe relación entre la inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo.

H0: No existe una relación entre la inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo.

#### **Regla de decisión:**

Nivel de significancia  $\alpha = 0.05$

Si p-valor  $> 0.05$  se acepta H0

Si p-valor  $< 0.05$  se rechaza H0 y se acepta Hi

De acuerdo con los resultados de la tabla 2, la significancia fue inferior a 0,05; en consecuencia, se rechaza la H0 y se acepta Hi.

**OE1: Definir el nivel de inteligencia emocional de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo.**

**Tabla 3**

*Nivel de la variable inteligencia emocional*

Nivel	ni	%
Bajo	8	53,3
Medio	2	13,3
Alto	5	33,3
Total	15	100,0

*Nota.* Elaboración propia

La tabla 3 evidenció que la I.E prevaleció en un nivel bajo con un 53%; posteriormente, con un nivel alto de 33% y un nivel medio de 13%.

**OE2: Definir el nivel de calidad de servicio en los clientes del restaurante Amazonas, Chiclayo.**

**Tabla 4**

*Nivel de la variable calidad de servicio*

Nivel	ni	%
Bajo	26	54,2
Medio	5	10,4
Alto	17	35,4
Total	48	100,0

*Nota.* Elaboración propia

Según la tabla 4, la calidad de servicio consiguió un nivel bajo de 54%, continuamente de un nivel alto del 35% y el nivel medio estuvo representado por un 10%.

**OE3: Definir el grado de relación entre inteligencia emocional y capacidad de respuesta de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo.**

**Tabla 5**

*Relación entre la inteligencia emocional y capacidad de respuesta*

			Inteligencia emocional	Capacidad de respuesta
Rho de Spearman	Inteligencia emocional	Correlación	1,000	,755**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	15	15
	Capacidad de respuesta	Correlación	,755**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	15	48

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

La tabla 5 mostró la conexión en la variable I.E y la dimensión capacidad de respuesta, evidenciando un coeficiente positivo alto de 0,755 y un p-valor inferior a 0,05; esto indica que los empleados con mayor inteligencia emocional tienden a mejorar su actitud para escuchar al cliente, ofrecerle un trato amable y cordial.

**OE4: Definir el grado de relación entre inteligencia emocional y seguridad de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo.**

**Tabla 6**

*Relación entre la inteligencia emocional y seguridad*

			Inteligencia emocional	Seguridad
Rho de Spearman	Inteligencia emocional	Correlación	1,000	,763**
		Sig. (bilateral)	.	,001
	N		15	15
	Seguridad	Correlación	,679**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
	N		15	48

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

La tabla 6 evidenció una alta relación entre la I.E y el factor seguridad, mostrando una correlación positiva alta de 0,763 y una significancia de 0,001; esto representa que manteniendo buenos niveles de I.E mucho más será la seguridad y la confianza en el cliente.



**OE5: Definir el grado de relación entre inteligencia emocional y trato personalizado de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo.**

**Tabla 7**

*Relación entre la inteligencia emocional y trato personalizado*

			Inteligencia emocional	Trato personalizado
Rho de Spearman	Inteligencia emocional	Correlación	1,000	,679**
		Sig. (bilateral)	.	,005
		N	15	15
	Trato personalizado	Correlación	,715**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	15	48

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

Según la tabla 7, la I.E está relacionada con el trato personalizado, mostrando una correlación positiva moderada de 0,679 y un p-valor de 0,005, indicando que los colaboradores que mantienen una buena inteligencia emocional garantizarán un trato personalizado al cliente.

## V. DISCUSIÓN

Para esta fase de la indagación se examinaron los resultados detectados al ejecutar la etapa estadística, efectuando el contraste con otros estudios que se señalaron en los antecedentes y las teorías mencionadas anteriormente.

Se determinó la relación entre inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo; por consiguiente, se obtuvo un coeficiente de correlación positivo alto de 0.715 con un nivel de significancia de 0.003 por medio del estadístico Rho de Spearman; asimismo se aceptó la H1 y se rechazó la H0. Este resultado concuerda con Uscachi (2022) donde se demostró una correlación positiva fuerte de 0.834 en ambas variables con una significación de 0.000, esto ocasionó que la I.E incremente junto con la C.S. Del mismo modo Usachi (2021), concuerda con la disertación realiza por Chiroy (2021) el cual expone sus resultados encontrados con una relación positiva moderada de 0.620 y una significación de 0.000, donde la I.E y C.S influye significativamente en la empresa de estudio. Además, Oliva (2021) en su estudio mostró una relación positiva modera de 0.644 con una significación de 0.000, este resultado expone que los trabajadores no manejan muy bien la I.E para que puedan expresar, comprender, gestionar sus emociones y sentimientos al momento de brindar el servicio. Por consiguiente, los resultados concuerdan con la teoría de Goleman (como se citó en Machado, 2022), donde se desarrolló el autoconocimiento, gestión emocional, automotivación, empatía y las relaciones interpersonales como facultades de la I.E para reconocer los afectos y emociones de uno mismo y con los demás.

De acuerdo al primer objetivo específico uno, definir el nivel de I.E de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo, en los resultados alcanzados se demostró que el 54% fue de nivel bajo, continuamente del nivel alto con un 35% y el nivel medio estuvo representado por un 11%, estas cifras indican que la mayoría de sus trabajadores del restaurante están en un nivel bajo porque no manejan la conciencia de uno mismo, autogestión, empatía, habilidades sociales y motivación. Para complementar la I.E se relacionó con las dimensiones expuestas por Leal (2023), donde se obtuvo el 32% tanto para percepción y regulación emocional y el 36% para conocimiento emocional; es decir, si los

trabajadores poseen dichas habilidades rendirán eficientemente en sus labores. Asimismo, Huamán (2020) ha expresado a la I.E en niveles, el cual 40% de los empleados se ubican en el nivel alto, el 31% en un nivel bajo y el 29% muy bajo; en otras palabras, los trabajadores no supieron manejar situaciones de alta presión y esto se vió reflejado en el desempeño de sus funciones. También Chiroy (2021), evidenció que el 50.9% reflejaron la autoconciencia, seguido el 0.58% en motivación, luego el 43.3% la autorregulación, el 76.00% la empatía, finalmente el 82.00% las habilidades blandas. Estos estudios se relacionaron con la teoría de Mayer y Salovey (como se citó en Frogoso, 2022), este menciona que la I.E es una agrupación de distintas habilidades que exponen las comparaciones en el momento de sentir y percibir las sensaciones componiéndolas en cuatros habilidades; percepción y expresión emocional, facilitación, comprensión y regulación emocional.

Con respecto al objetivo específico dos, definir el nivel de calidad de servicio en los clientes del restaurante Amazonas, Chiclayo. Se obtuvo como resultado el 54.2% para el nivel bajo, continuamente de un nivel alto con 35.4% y el nivel medio estuvo representado por un 10.4%; es decir, que los consumidores no están satisfechos con el servicio proporcionado por parte del restaurante Amazonas. Por consiguiente, Uslu (2020), tomó en cuenta sus dimensiones; tangible con un 43.622%, confiabilidad con un 12.811%, seguido de la empatía con 9.023% y la dimensión seguridad con 6.342%, estos resultados revelan que los comensales de Diyarbaki no se encuentran satisfechos y prefieren ir a la competencia. Asimismo, los resultados se compararon con Baca (2020), que en su estudio detalla las cifras como totalmente en desacuerdo 0%, en desacuerdo 2%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 4%, de acuerdo un 49% y totalmente de acuerdo 45%, exponiendo los clientes sus quejas, reclamos e insatisfacción del servicio. Por otro lado, el estudio de Fanzo (2021), indicó que la clientela de la empresa EPSEL.S.A. lo percibe la C.S. en un nivel medio con un 73%, consecutivamente del nivel bajo con un 16% y finalmente el nivel alto con un 11%, estos datos indicaron que la empresa no está desarrollando la fiabilidad y la empatía en sus trabajadores repercutiendo en la calidad que se brinda. Para ello, se reforzará con el análisis de la teoría de Bery et al. (como se citó en Henao, 2020), argumentó que la C.S.

es el margen entre las perspectivas o deseos de los consumidores basándose en los siguientes aspectos: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, de esta manera se atendió los consumidores de forma óptima y cuidadosa.

Por otro lado, el objetivo específico tres, definir el grado de relación entre I.E y capacidad de respuesta de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo. Tomando en cuenta que se alcanzó como resultado un coeficiente positivo alto de 0.755 con una significancia de 0.001, esto indicó que los colaboradores con conocimiento y mayor inteligencia emocional tienden a mejorar su actitud y disposición para escuchar al cliente, ofreciendo un trato amable y cordial con la finalidad que el comensal tenga el deseo de volver adquirir el servicio. Por ello, Mateos de Pablo (2019), hizo mención que la capacidad de respuesta es la aplicación, conocimiento y prontitud del trabajador para proveer un servicio eficiente y memorable. Así mismo, en la teoría de Bery, et al. (como se citó en Henao, 2020), argumentaron que la capacidad de respuesta es la manera inmediata con la que se atiende al consumidor, de la cual formó parte de los cinco aspectos que definen a la calidad de servicio, siendo un indicador clave para la buena impresión y el crecimiento de la empresa.

Por consiguiente, el objetivo específico cuatro, definir el grado de relación entre I.E y seguridad de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo. Expresando una correlación positiva alta de 0.763 y un p-valor de 0.001; es decir, es necesario que los trabajadores manejen y controlen sus emociones para que mayor sea la confianza, respeto, amabilidad y seguridad con los clientes. En Mateos de Pablo (2019), la seguridad es la confianza que tiene el colaborador con los comensales. Asimismo, se tomó en cuenta la teoría de Bery, et al. (como se citó en Henao, 2020), indicaron que es el contacto directo que existe entre el colaborador con el consumidor y la confianza que este transmite, el cual desarrollará buenos comentarios, referencias, testimonios y una relación comercial duradera de esta manera la empresa obtenga el primer lugar en ventas.

Por último, el objetivo específico cinco, definir el grado de relación entre I.E y trato personalizado de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo. En los resultados se evidenció una correlación positiva moderada de 0.679 y un p-valor de 0.005; es decir, que los trabajadores que supieron manejar y dominar sus emociones podrán garantizar un trato personalizado y único al cliente, de esta manera obtener la captación y retención de cada consumidor que ingresa al restaurante. Esto ha sido respaldado por Mateos de Pablo (2019) resaltó sobre el trato personalizado es diferente en cada comensal porque no todos poseen las mismas necesidades, preferencias y gustos; para ello, la empresa debe de conocer a su público que es un factor determinante para su consumo. Asimismo, se tomó en cuenta la teoría de Bery, et al. (como se citó en Henao, 2020), indicaron que es el contacto directo que existe entre el colaborador con el consumidor y la confianza que este transmite, el cual desarrollará buenos comentarios, referencias, testimonios y una relación comercial duradera de esta manera la empresa obtenga el primer lugar en ventas.

## VI. CONCLUSIONES

Luego de los resultados obtenidos de los colaboradores y clientes del restaurante Amazonas, se precisó las siguientes conclusiones.

1. En cuanto al objetivo general, haciendo el uso del estadístico Rho Spearman con una significancia de 0,003, el cual está por debajo del 0,05 aceptando la H1; se deduce que existió una correlación positiva alta de 0,715 entre inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo.
2. Respecto al primer objetivo específico, se definió que el 53% de trabajadores se encuentran en un nivel bajo, el 33% en un nivel alto y el 13% en un nivel medio con respecto a los niveles de I.E que manejan en el restaurante Amazonas.
3. Según el segundo objetivo específico, los clientes definieron a la C.S. del restaurante Amazonas con un 54% perteneciendo al nivel bajo, el 35% a un nivel alto y el 10% a un nivel medio; exponiendo a la empresa a mejorar dicho indicador.
4. Referente al tercer objetivo específico, se definió que existió una conexión positiva alta de 0,755 con una significación de 0,001 entre la variable I.E y la dimensión capacidad de respuesta del personal del restaurante Amazonas.
5. Respecto al cuarto objetivo específico, se definió que existió una alta y positiva relación de 0,763 con una significancia de 0,001 entre la I.E y el factor seguridad de los colaboradores del restaurante Amazonas.
6. Para finalizar en el quinto objetivo específico, se definió una correlación positiva moderada de 0,679 y un p-valor de 0,005 entre I.E y la dimensión trato personalizado de los trabajadores del restaurante Amazonas.

## **VII. RECOMENDACIONES**

En base a los resultados encontrados, estas recomendaciones se darán acorde a las conclusiones.

En síntesis, este estudio obtuvo una relación significativa entre la variable independiente inteligencia emocional y la variable dependiente calidad de servicio, tras haber aplicado una encuesta para trabajadores y otra para clientes; se sugiere fomentar talleres de I.E hacia sus trabajadores de atención al cliente, cocina y caja, con el objetivo de incentivarlos en su área de trabajo y a nivel personal para que se sientan escuchados, tomados en cuenta; porque la I.E. se refleja en sus acciones al momento de brindar el servicio; puesto que si aumenta la I.E aumentará la C.S.

A fin de mejorar los niveles de I.E de los colaboradores se recomienda que el restaurante Amazonas debe realizar capacitaciones sobre técnicas de manejo y control de emociones siendo necesario conocerse mejor, trabajar las debilidades, observar a los compañeros de trabajo y convivir en equipo; con la finalidad de que estos ayuden a brindar un buen servicio.

Se sugiere al restaurante Amazonas ejecutar una vez al mes programas de integración con los colaboradores para que puedan expresar cuáles son sus incomodidades, deficiencias y solucionarlo en equipo; de esta manera podrán brindar un servicio armonioso, eficiente, confiable y cordial para satisfacer las necesidades de los comensales con un trato personalizado, seguro y con una atención de manera inmediata.

Finalmente, una alternativa para que la I.E esté estable en los trabajadores es la coordinación de asignar una fecha para realizar una pausa laboral donde puedan realizar torneos deportivos, celebraciones, paseos a áreas verdes con el fin de tener la oportunidad de establecer relaciones intrapersonales con los integrantes del restaurante y con quienes probablemente no han podido compartir y conocerse más allá de lo profesional.

## REFERENCIAS

- Abarca, Y., Apaza, Y., Carrillo, G. y Espinoza T. (2021). Inteligencia emocional y satisfacción laboral en enfermeras de un Hospital Regional en Arequipa. *Cubana Enfermer*, 37(1), 1-14. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-03192021000100003&lang=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03192021000100003&lang=es)
- Almeida, N., Coutinho, F., Barros, T., Gonzaga, A. & Dumke, D. (2018). Evaluation of quality of service: real case in the hotel fitness center. *Pesquisa en Turismo*, 12(1), 1-27. <https://www.scielo.br/j/rbtur/a/Dvx5S86QGdSfbVzm8QZ53Sg/?lang=en>
- Anaya, G. (2021). *Motivación y desempeño laboral en tiempos de COVID-19 entre los trabajadores asistenciales del Hospital Regional Policial de Chiclayo* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo] Alicia Concytec. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV\\_e840139140ae67f09efbec60460cd2b0](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_e840139140ae67f09efbec60460cd2b0)
- Arias, J. L. y Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación* (1.<sup>a</sup> ed.). Enfoques Consulting EIRL. <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Baca, C. (2020). *Motivación laboral y calidad de servicio en un restaurante de Santa Clara-Ate Vidarte 2018* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo] Alicia Concytec. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPN\\_92f0cec1fe8848e3d2dd3647010c194b](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPN_92f0cec1fe8848e3d2dd3647010c194b)
- Barinotto, P. (2019). La satisfacción del cliente respecto a la calidad de servicio de los colaboradores, restaurante Mar Picante ciudad de Trujillo. *Tzhoecoen*, 11(3), 75-86. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8152365>
- Batista, J., Gondim, S. & Magalhaes, M. (2022). Relationship between emotional intelligence, congruence, and intrinsic job satisfaction. *Human and Social Management* 23(2), 1-25. <https://www.scielo.br/j/ram/a/CbzXLX8VgzPPBqZ5CrX5WxL/?lang=en>



- Becerra, J., Serralde, J., Ramírez, A. y Acosta, E. (2022). Factores que cuantifican la percepción de calidad en el servicio al cliente en un restaurante mexicano. *Ciencia UAT*, 16(2), 73-84. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-78582022000100073&lang=es](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78582022000100073&lang=es)
- Calderón, H. (2022). *Desgaste profesional y resiliencia en el personal de salud del servicio de nefrología del Hospital Regional de Lambayeque* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo] Renati. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3081992>
- Calzada, F. y Osorio, M. (2019). El territorio como unidad de análisis en la investigación social. *Trabajo Social UNAM*, 1(17), 11-19. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6927451>
- Castañeda, Y. (2019). *Calidad de Servicio en la mejora de la Satisfacción del Cliente en el Restaurante "El Cántaro", Lambayeque 2017* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Pedro Ruiz de Gallo] Alicia Concytec. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UPRG\\_66257b4aa92735f36f7a669173bd324c](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UPRG_66257b4aa92735f36f7a669173bd324c)
- Castro, M., Chacón, R., García, E. & Ramiro, T. (2023). The association of trait emotional intelligence with the levels of anxiety, stress and physical activity engagement of adolescents. *Latin American Journal of Psychology*, 54(1), 130-139. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-05342022000100130&lang=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-05342022000100130&lang=es)
- Chávez, S. y Uceda, S. (2023). Programa de inteligencia emocional y la mejora de la inteligencia social en docentes de una institución educativa pública. *Sciéndo*, 26(1), 7-12. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/REVUNITRU\\_041f3343bc41e98a5cbee3e6d8e43e7e](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/REVUNITRU_041f3343bc41e98a5cbee3e6d8e43e7e)
- Chiroy, S. (2021). *La inteligencia emocional y su relación en la calidad del servicio en los trabajadores del restaurante Don Parce Piura 2020* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo] Alicia Concytec.

[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV\\_5824c89cd3a77f93510390e5f85d89ab](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_5824c89cd3a77f93510390e5f85d89ab)

Chunga, T.O., Escuza, M.E., Araujo, E.D., Alza, M.S., Morán, H.S. y Paredes, R.R. (2022). Inteligencia emocional, motivación intrínseca y satisfacción laboral en docentes. Grupo Compás (1.<sup>a</sup> ed.). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=868990>

Custodio, M. (2022). *Satisfacción laboral y desempeño laboral de los trabajadores públicos de un distrito fiscal de Lambayeque* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo] Renati. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3229733>

Del Valle, K. (2021). La sobrecarga laboral del personal de enfermería que influye en la atención a pacientes. *San Gregorio*, 1(47), 168-183. [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2528-79072021000400165&lang=pt](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072021000400165&lang=pt)

Díaz, G. y Salazar, D. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*, 39(1), 19-36. [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2588-09692021000100019](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2588-09692021000100019)

Fanzo, M. (2021). *Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento de Lambayeque – Chiclayo* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo] Alicia Concytec. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV\\_0cbf89a37e15bf4209a8b7b4579f7a34](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_0cbf89a37e15bf4209a8b7b4579f7a34)

Franco, R. y Hervias, E. (2022). Estructura factorial, validez y confiabilidad de la escala de nomofobia en estudiantes de una universidad estatal de Lima Metropolitana. *Propósitos y Representaciones*, 10(2), 1-10. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2307-79992022000200007&lang=es](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-79992022000200007&lang=es)

Frogoso, R. (2022). Inteligencia Emocional en las aulas universitarias: prácticas docentes que promueven su desarrollo. *Zona Próxima*, 1(36), 49-75.

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2145-94442022000100049&lang=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2145-94442022000100049&lang=es)

Gómez, D., Paramio, A., Cruces, S. & Marín, P. (2022). Impact of COVID-19 prevention measures on health service quality, perceived value and user satisfaction. A structural equation modelling (SEM) approach. *Atención primaria*, 54(2), 1-9.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8268262>

Gómez, M. y Carbajal, K. (2020). Técnicas de afrontamiento para disminuir el síndrome de Burnout. *Ucv Hacer*, 9(2), 45-54.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7946091>

Grelley, P. (2018). Contrepoint – Inventer le management de la qualité, la pensée d'Edward Deming. *Informations sociales*, 3(198), 21.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7029755>

Henao, L. (2020). Calidad de servicio y valor percibido como antecedentes de la satisfacción de los clientes de las empresas de telecomunicaciones en Colombia. *Contaduría y administración*, 65(3), 1-23.  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186-10422020000300010&lang=es](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422020000300010&lang=es)

Hernández, R. y Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1.ª ed.). McGraw-Hill Interamericana.

Hidalgo, S., Sospedra, M. & Martínez, I. (2021). Emotional intelligence as a predictor of perceived social support among spanish undergraduates. *Avances En Psicología*, 29(1), 79–88.  
[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/REVUNIFE\\_076b1705943aba33749d54af8510274d](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/REVUNIFE_076b1705943aba33749d54af8510274d)

Huamán, E. (2020). *Inteligencia emocional y clima organizacional en los trabajadores administrativos de la Gerencia Regional de Agricultura de Lambayeque* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo] Alicia Concytec.  
[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV\\_b16542d812bc7b470cc5a19c96774c76/Details](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_b16542d812bc7b470cc5a19c96774c76/Details)

- Izquierdo, J. (2021). La calidad de servicio en la administración pública. *Horizonte empresarial*, 8(1), 425-437. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/REVUSS\\_844968ff3abe5b302287d67d057de5ea](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/REVUSS_844968ff3abe5b302287d67d057de5ea)
- Kuok, A. (2022). Emotional intelligence, work satisfaction, and affective commitment: An occupational health study of social workers. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 38(3), 223-230. <https://scielo.isciii.es/pdf/rpto/v38n3/1576-5962-rpto-38-3-223.pdf>
- Leal, M. (2023). Inteligencia Emocional y Compromiso laboral en las MiPymes de Ecuador. *Ciencias Administrativas* 1(21), 1-15. [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2314-37382023000100008&lang=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2314-37382023000100008&lang=es)
- Loss, A., Guerra, V. & Souza, M. (2021). Associação entre uso de Internet, autoconsciência ruminativa e diferenças de gênero em universitários. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 39(1), 1-14. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1794-47242021000100007&lang=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-47242021000100007&lang=es)
- Machado, Y. (2022). Origen y evolución de la educación emocional. *Educación e Investigación*, 4(6), 35-47. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8287181>
- Manzano, P. & Silva, E. (2022). A joint analysis of service quality: a case study of SERVQUAL and INTSERVQUAL models in Ecuadorian lodges. *Investigaciones científicas*, 1(23), 239-265. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8295675>
- Marín, J., Belmonte, J., Lampropoulos, G. & Moreno, A. (2023). Influence of the application of a reading plan on motivation, emotional intelligence, fluency and reading comprehension in Spanish primary school students. *Linguagem e Tecnologia*, 16(1), 1-16. <https://www.scielo.br/j/tl/a/xXTRDFXYqmtWPXnKzYLwjtS/?lang=en>
- Mateos de Pablo, M.A. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio* (1.<sup>a</sup> ed.). IC Editorial.

<https://books.google.com.pe/books?id=0VcpEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=calidad+de+servicio&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwig9YTLhNf6AhUxC9QKHRUbdQcQ6AF6BAgNEAI#v=onepage&q=calidad%20de%20servicio&f=false>

Mello, S., Meriño, M., Leal, W., & Sampaio, T. (2023). Promoting inclusion and equity in Higher Education: Is this the role of distance learning in Brazil. *Public Education*, 31(118), 1-23. <https://www.scielo.br/j/ensaio/a/yp7VKpyfBP4VyxnQvdwkdccc/?lang=en>

Monroy, M. (2021). Calidad del servicio en restaurantes de Todos Santos (México) por concepto de género. *Revista Universidad & Empresa*, 23(40), 1-30. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0124-46392021000100003&lang=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-46392021000100003&lang=es)

Monroy, M. y Urcádiz, F. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Investigación Administrativa*, 48(123), 1-21. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-76782019000100006](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000100006)

Nachtigall, P. (2018). *Inteligencia emocional en la empresa, cómo desarrollar un liderazgo óptimo*. Granica S.A (1.ª ed.). Ediciones Granica S.A. [https://books.google.com.pe/books?id=FcSgDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=INTELIGENCIA+EMOCIONAL+EN+EL+TRABAJO&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=INTELIGENCIA%20EMOCIONAL%20EN%20EL%20TRABAJO&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=FcSgDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=INTELIGENCIA+EMOCIONAL+EN+EL+TRABAJO&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=INTELIGENCIA%20EMOCIONAL%20EN%20EL%20TRABAJO&f=false)

Ñaupas, H., Baldivia, M. R., Palacios, J. J. y Romero, H. E. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (5.ª ed.). Ediciones de la U.

Oliva, M. (2021). *Inteligencia emocional y calidad de servicio en el Hospital Municipal Los Olivos-2020* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo] Alicia Concytec.

[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV\\_18df71643d27b087206add0789c2fe31](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_18df71643d27b087206add0789c2fe31)

Ortega, J. (2022). *Calidad del servicio y satisfacción del usuario de una sub gerencia de registros civiles de una Municipalidad provincial en Lambayeque* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo] Alicia Concytec.

[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV\\_7c01c484e84524fe1cc4be898a3eaa0e](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_7c01c484e84524fe1cc4be898a3eaa0e)

Peixoto, I. & Muniz, M. (2022). Emotional Intelligence, Intelligence and Social Skills in Different Areas of Work and Leadership. *Psico-USF*, 27(2), 237-250.

<https://www.scielo.br/j/pusf/a/NXgFnmhqJgMf6DCQbgHcsjP/?lang=en>

Pocinho, M. & Mendes, C. (2021). Avaliação das Inteligências Múltiplas em Crianças do Ensino Fundamental. *Psicología Escolar e do Desenvolvimento*, 1(37), 1-9.

<https://www.scielo.br/j/ptp/a/Pbrxw9C75HMRpt8F7W9k9nC/?lang=pt>

Ramirez, A. y Polack, A. (2020). Estadística Inferencial. Elección de una prueba estadística no paramétrica en investigación científica. *Horizonte de la Ciencia*, 10(19), 191-208.

[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/2413-936X\\_9f74d3247051ca3d66d081c2086ea451](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/2413-936X_9f74d3247051ca3d66d081c2086ea451)

Ramos, E., Mogollón, F., Santur, L. y Cherre, I. (2020). El modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Universidad y Sociedad*, 12(2), 417-423.

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000200417&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000200417&script=sci_arttext&tlng=en)

Rivera, C. (2023). *Gestión de la calidad y la satisfacción del cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la Av. José Pardo, distrito de Chimbote en el año 2015* [Tesis de maestría, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote] Alicia Concytec.

[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD\\_ba3e5639ef9b3650c14d9dec75aa686e](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_ba3e5639ef9b3650c14d9dec75aa686e)

Satuf, C. & Barbosa, J. (2021). A influência de fatores demográficos e estruturais nos significados do trabalho entre brasileiros: evidências do World Values Survey. *Opinião Pública*, 27(2), 476-508. <https://www.scielo.br/j/op/a/t45Mvvn8dJwZY9rRpw9hw9C/?lang=pt>

Silva, R., Julca, F., Luján, P. y Trelles, L. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(1). 193-203. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766>

Silva, S. (2023). *Estrés laboral y nivel de satisfacción de las usuarias del servicio de obstetricia de una Microred de Salud – Lambayeque* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo] Renati. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3367142>

Sllavka, K., Rezarta, K. & Redi, M. (2023). Assessing patient satisfaction with the quality of healthcare service in public hospitals. Evidence of a country with a primarily public healthcare system. *Academic Journal of Health Sciences*, 38(1), 147-152. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8761789>

Uscachi, J. (2022). *Inteligencia emocional y calidad de servicio educativo en los estudiantes del nivel primario de la I.E. Sallac - Cusco, 2022* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo] Alicia Concytec. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV\\_56c9240dc1a7ef6c366411eba360c086](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_56c9240dc1a7ef6c366411eba360c086)

Uslu, A. (2020). The relationship of service quality dimensions of restaurant enterprises with satisfaction, behavioural intention, eWOM, and the moderating effect of atmosphere. *Tourism & Management Studies*, 16(3), 23-35. [http://www.scielo.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2182-84582020000300023&lang=es](http://www.scielo.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-84582020000300023&lang=es)

Vasconez, L. y Vasconez, J. (2022). Acciones de mejora en la calidad de los alimentos para ofrecer mejor servicio en los restaurantes de Bahía de

Caráquez. *Polo del conocimiento*, 7(2), 1802-1814.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8354930>

VRI-UCV (2022). Resolución De Consejo Universitario N° 0262-2020/UCV.  
<https://www.ucv.edu.pe/wp-content/uploads/2020/11/RCUN%2%B00262-2020-UCV-Aprueba-Actualizaci%C3%B3n-del-C%C3%B3digo-%C3%89tica-en-Investigaci%C3%B3n-1-1.pdf>



## ANEXOS

**Tabla 8**

*Matriz de Consistencia*

Inteligencia Emocional y Calidad de Servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo.					
Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
<p>General:</p> <p>¿De qué manera se relaciona la inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo?</p>	<p>General:</p> <p>Determinar la relación entre la inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo.</p>	<p>Alternativa (H1):</p> <p>Existe relación entre la inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo.</p> <p>Nula (H0):</p> <p>No existe relación entre la inteligencia emocional y la</p>	<p>Variable1:</p> <p>Inteligencia Emocional</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conciencia de uno mismo</li> <li>- Autogestión</li> <li>- Empatía</li> <li>- Habilidades sociales</li> <li>- Motivación</li> <li>- Capacidad de respuesta.</li> <li>- Seguridad</li> <li>- Trato personalizado</li> </ul>	<p>Tipo de Investigación</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Nivel de la investigación</p> <p>Descriptivo - Correlacional</p> <p>Diseño de Investigación</p> <p>No experimental - Corte transversal</p> <p>Metodología</p>

restaurante Amazonas, Chiclayo.  
Definir el nivel de calidad de servicio en los clientes del restaurante Amazonas, Chiclayo.

Definir el grado de relación entre inteligencia emocional y capacidad de respuesta de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo.

Definir el grado de relación entre inteligencia emocional y

calidad de servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo.

Variable 2:  
Calidad de servicio

Investigación-Básica

Población y Muestra

15 trabajadores y 48 clientes del restaurante

Amazonas

Técnica de la recolección de datos

Encuesta

Instrumento de la recolección de datos

Cuestionario

---

seguridad de los  
trabajadores del  
restaurante

Amazonas, Chiclayo.

Definir el grado de  
relación entre  
inteligencia

emocional y trato  
personalizado de los  
trabajadores del  
restaurante

Amazonas, Chiclayo.

---

*Nota.* Elaboración propia.

**Tabla 9**

*Matriz de Operacionalización*

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Inteligencia Emocional	Para Nachtigall (2018), argumentó que la I.E es el autoconocimiento, que posibilita a un individuo a formar una relación amistosa con sus sentimientos y de los demás.	La I.E. es una peculiaridad que distingue y regula las emociones de los seres humanos, lo que permite al individuo tener la habilidad y capacidad de crear relaciones satisfactorias y cooperativas en su entorno.	Conciencia de uno mismo	Autoconciencia	Ordinal Nunca (1) Muy raras veces (2) Algunas veces (3) Regularmente (4) Siempre (5)
				Autovaloración	
				Autoconfianza	
			Autogestión	Autocontrol emocional	
				Fiabilidad	
			Empatía	Adaptabilidad	
				Comprensión	
				Orientación al servicio	
			Habilidades Sociales	Comunicación	
				Manejo de conflicto	
Motivación	Liderazgo				
	Motivación del logro Optimismo				

Calidad de Servicio	Es el método desarrollado por una organización para descifrar las perspectivas de sus consumidores y brindar un servicio ágil, adecuado, oportuno, seguro y confiable (Mateos De Pablo, 2019).	La calidad en el servicio permite demostrar las necesidades y perspectivas de los clientes; en efecto, brindarles un servicio oportuno y confiable.	Capacidad de Respuesta	Colaborador comunicativo Colaborador dispuesto a ayudar	Ordinal Nunca (1) Casi Nunca (2) A veces (3) Casi Siempre (4) Siempre (5)
			Seguridad	Vocabulario adecuado Respeto Amabilidad Colaborador que transmite confianza	
			Trato Personalizado	Diferenciación Reconocer las necesidades del cliente	

---

Nota. Elaboración propia

**Tabla 10***Instrumento de recolección de la variable inteligencia emocional*


---

Estimado/a participante

Esta es una investigación llevada a cabo en la Universidad Cesar Vallejo; Escuela Profesional Administración; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ ( ) NO ( ) doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo Establecer la relación entre la Inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Instrucciones: A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales usted deberá responder marcando con un aspa (X) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente: Nunca (1), Muy rara vez (2), Algunas veces (3), Regularmente (3) y Siempre (5).

Cuestionario		Valores de escala				
Variable independiente: Inteligencia Emocional		1	2	3	4	5
Dimensión: Conciencia de uno mismo		1	2	3	4	5
P1	Su estado de ánimo influye en su desempeño emocional o laboral					
P2	Usted aprecia sus logros y reconoce sus errores					
P3	Confía en sus capacidades al momento de realizar su labor					
P4	Puede dar su opinión hacia los demás sin algún temor					
Dimensión: Autogestión		1	2	3	4	5
P5	Controla sus emociones ante momentos difíciles en su entorno laboral					
P6	Permite que la situación se le vaya de las manos cuando alguien o algo le provoca					
P7	En su centro de trabajo, cumple lo que se propone en el tiempo determinado					

P8 Atiende al cliente de manera inmediata a la hora de su ingreso

P9 Se recupera con facilidad de los conflictos laborales

P10 Se adapta fácilmente a los cambios imprevistos en su área de trabajo

---

	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

---

P11 Es capaz de respetar la opinión de sus compañeros

P12 Respeta las creencias y los valores de sus compañeros de trabajo y de los clientes

P13 Identifica los gestos o emociones que transmiten los clientes

P14 Orienta al cliente cuando no sabe que platillo elegir

---

	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

---

P15 Se comunica de forma adecuada y oportuna en las situaciones imprevistas en el restaurante Amazonas

P16 Tiene la habilidad de interactuar y crear una excelente experiencia con los clientes

P17 Ante situaciones críticas, ha requerido de un mediador

P18 Se siente capaz de inspirar y guiar a sus compañeros de trabajo

---

	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

---

P19 Se siente inspirado en lograr las metas propuestas del restaurante Amazonas

P20 Usted ve los aspectos positivos que desarrolla en el restaurante Amazonas

P21 Se siente motivado para seguir adelante, incluso cuando las cosas no se ponen a su favor

P22 Posee iniciativa propia para empezar las actividades en el trabajo

---

*Nota.* Elaboración propia.

**Tabla 11***Instrumento de recolección de datos de la variable calidad de servicio*


---

Estimado/a participante

Esta es una investigación llevada a cabo en la Universidad Cesar Vallejo; Escuela Profesional Administración; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ ( ) NO ( ) doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo Establecer la relación entre la Inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales usted deberá responder marcando con un aspa (X) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente: Nunca (1), Casi Nunca (2), A veces (3), Casi Siempre (4), y Siempre (5).

---

Cuestionario						
Variable dependiente: Calidad de servicio		Valores de escala				
Dimensión: Capacidad de respuesta		1	2	3	4	5
P01	El trabajador escucha sus dudas atentamente					
P02	Al momento de interactuar, el trabajador demuestra un adecuado lenguaje corporal					
P03	El trabajador demuestra disposición para ayudarlo y prestarle un servicio oportuno					
P04	Usted considera que el trabajador a pesar que está muy ocupado responde a sus inquietudes					
P05	La atención del trabajador es amable y cordial en todo momento					
P06	El tono de voz utilizado por el trabajador es el adecuado					
P07	Los trabajadores tienen un lenguaje fácil de entender					
Dimensión: Seguridad		1	2	3	4	5

---



- 
- P08 Ante un conflicto los trabajadores mantienen la calma
- P09 El trabajador actúa con prudencia en todo momento
- P10 El conocimiento y asesoramiento que brinda el trabajador le ha ayudado en alguna situación
- P11 El trabajador resolvió amablemente sus dudas o consultas
- P12 La información brindada por el trabajador demuestra seguridad y confianza
- P13 Siente confianza y libertad de poder realizar alguna consulta a los trabajadores

---

Dimensión: Trato personalizado

1 2 3 4 5

- 
- P14 Recibe usted una explicación detallada sobre sus inconvenientes
- P15 Cada vez que acude al restaurante Amazonas es tratado de manera única y diferente
- P16 El restaurante Amazonas satisface cada una de sus necesidades
- P17 Opta por ir al restaurante Amazonas porque cumple con todas sus expectativas

---

*Nota.* Elaboración propia.

## Anexo 1

### *Formato para la obtención del consentimiento informado*

## **FORMATO PARA LA OBTENCIÓN DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO**

**RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV**

**Título de la investigación:** Inteligencia Emocional y Calidad de Servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo.

**Investigador (es) principal:**

Larios Farro, Elizabeth Rebeca

Yzquierdo Alejandría, Carolina Margot

**Asesor:** Mg. Chávez Rivas, Patricia Ivonne

**Propósito del estudio**

Saludo, somos investigadores que le invitamos a participar en la investigación: Inteligencia Emocional y Calidad de Servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo, cuyo propósito es: Determinar la relación entre inteligencia emocional y calidad de servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y de ser el caso agregar el permiso de la empresa Amazonas si ha autorizado explícitamente el uso del nombre en anexo 2.

**Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se le presentará un cuestionario en el que tendrá preguntas generales sobre usted como edad, zona de domicilio, lugar de nacimiento y otros, no es necesario que se anote su nombre, pues cada encuesta tendrá un código; luego se le presentarán preguntas sobre variables específicas de la investigación.
2. El tiempo que tomará responder la encuesta será de aproximadamente 10 minutos, si gusta, puede responder ahora o comprometerse a hacerlo en otro momento o lugar, nosotros lo buscaremos.

**Información general:** Se le brindará a cada persona, la información para cumplimiento de principios de ética, se permitirá cualquier interrupción de parte del entrevistado para esclarecer sus dudas.

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

**Riesgo (principio de no maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzarán a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Información específica:** Una vez que se haya terminado de brindar la información general, se debe compartir la información específica sobre la investigación: los datos que se requerirán, el hecho que se observará, o la acción que se realizará en el cuerpo (medir, examinar) o alguno de los elementos de él (exámenes de sangre, orina, células, tejidos u otro material biológico), haciendo énfasis que los resultados sólo serán utilizados para la investigación, sin identificar a la persona. De desearlo, se puede brindar algún resultado de interés clínico al participante voluntario.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Docente Asesor: Mg. Chávez Rivas, Patricia Ivonne, al correo electrónico [crivaspi@ucvvirtual.edu.pe](mailto:crivaspi@ucvvirtual.edu.pe) o al correo de la carrera de administración [administracion.cix@ucv.edu.pe](mailto:administracion.cix@ucv.edu.pe)

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

*[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas].*

## Anexo 2

*Autorización de la organización para publicar su identidad en los resultados de las investigaciones*

### **AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES**

DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N° 002-2022-VI-UCV

#### Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC:
<b>RESTAURANTE AMAZONAS</b>	<b>10432596961</b>
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos: <b>Itamar Alejandría Ramírez</b>	DNI: <b>43259696</b>

#### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (\*), autorizo , no autorizo  publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
<b>Inteligencia Emocional y Calidad de Servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo</b>	
Nombre del Programa Académico: <b>ADMINISTRACIÓN</b>	
Autor: - <b>Larios Farro, Elizabeth Rebeca</b> - <b>Yzquierdo Alejandría, Carolina Margot</b>	DNI: - <b>75879957</b> - <b>78205274</b>

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha:

Firma y sello:

RESTAURANTE "AMAZONAS"  
  
Itamar Alejandría Ramirez  
GERENTE ADMINISTRATIVO

(\*). Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal "f" **Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución.** Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

### Anexo 3

#### Ficha de evaluación de los proyectos de investigación

## FICHA DE EVALUACIÓN DE LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV

**Título del proyecto de Investigación:** Inteligencia Emocional y Calidad de Servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo.

**Autor/es:**

- Larios Farro, Elizabeth Rebeca

**Especialidad del autor principal del proyecto:** Gestión de Organizaciones

**Coautores del proyecto:**

- Yzquierdo Alejandría, Carolina Margot

**Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país):** Chiclayo, Perú

Criterios de evaluación	Alto	Medio	Bajo	No precisa
<b>I. Criterios metodológicos</b>				
1. El proyecto cumple con el esquema establecido en la guía de productos de investigación.	Cumple totalmente	----	No cumple	-----.
2. Establece claramente la población/participantes de la investigación.	La población/participantes están claramente establecidos	----	La población/participantes no están claramente establecidos	-----
<b>II. Criterios éticos</b>				
1. Establece claramente los aspectos éticos a seguir en la investigación.	Los aspectos éticos están claramente establecidos	----	Los aspectos éticos no están claramente establecidos	-----
2. Cuenta con documento de autorización de la empresa o institución (Anexo 3 Directiva de Investigación N° 001-2022-VI-UCV).	Cuenta con documento debidamente suscrito	----	No cuenta con documento debidamente suscrito	No es necesario
3. Ha incluido el anexo 1 del consentimiento informado.	Ha incluido el ítem	----	No ha incluido el ítem	-----

---

Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya  
**Presidente**

---

Dr. Jorge Alberto Vargas Merino  
**Vicepresidente**

---

Dr. Miguel Bardales Cárdenas  
**Vocal 1**

---

Mgtr. Diana Lucila Huamani Cajaleon  
**Vocal 2**

## Anexo 4

*Dictamen del comité de ética en investigación*

### **DICTAMEN DEL COMITÉ DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN**

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la Escuela Profesional de Administración, deja constancia que el proyecto de investigación titulado **“Inteligencia Emocional y Calidad de Servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo”**, presentado por los autores: **Larios Farro, Elizabeth Rebeca e Yzquierdo Alejandría, Carolina Margot**, ha sido evaluado, determinándose que la continuidad del proyecto de investigación cuenta con un dictamen: favorable<sup>1</sup> ( ) observado ( ) desfavorable ( ).

....., de ..... de 2022

---

Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya  
**Presidente del Comité de Ética en Investigación**  
**Escuela Profesional de Administración**

<sup>1</sup> *El dictamen favorable tendrá validez en función a la vigencia del proyecto.*

## Figura 2

### Evaluación por juicio de expertos de las variables inteligencia emocional y calidad de servicio



#### Anexo 2: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Inteligencia Emocional y Calidad de Servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo" a evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Mgr. Claudia Giuliana Toro Delgado		
Grado profesional:	Maestría ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Doctor	( <input type="checkbox"/> )
Área de formación académica:	Clínica ( <input type="checkbox"/> )	Social	( <input type="checkbox"/> )
	Educativa ( <input type="checkbox"/> )	Organizacional	( <input checked="" type="checkbox"/> )
Áreas de experiencia profesional:	Área Comercial		
Institución donde labora:	ENTEL PERU S.A.		
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años	( <input type="checkbox"/> )	
	Más de 5 años	( <input checked="" type="checkbox"/> )	

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Larios Farro, Elizabeth Rebeca Yzquierdo Alejandría, Carolina Margot
Procedencia:	Del autor, adaptada o validada por otros autores
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Chiclayo
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 05 dimensiones, de 13 indicadores y 22 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 10 indicadores y 17 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

#### 4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Inteligencia Emocional  
Para Nachtigall (2018), argumentó que la inteligencia emocional es el conocimiento de uno mismo, que posibilita a un individuo a formar una relación amistosa con sus emociones y con los que interactúa.
- **Variable 2:** Calidad de Servicio  
La calidad de servicio es la práctica desarrollada de una organización para descifrar las perspectivas de sus consumidores y brindar, así, un servicio ágil, adecuado, oportuno, seguro y confiable (Mateos De Pablo, 2019).



Variable	Dimensiones	Definición
Inteligencia Emocional	Conciencia de uno mismo Autogestión Empatía Habilidades sociales Motivación	Para Nachtigall (2018), argumentó que la inteligencia emocional es el conocimiento de uno mismo, que posibilita a un individuo a formar una relación amistosa con sus emociones y con los que interactúa.
Calidad de Servicio	Capacidad de respuesta. Seguridad Trato personalizado	La calidad de servicio es la práctica desarrollada de una organización para descifrar las perspectivas de sus consumidores y brindar, así, un servicio ágil, adecuado, oportuno, seguro y confiable (Mateos De Pablo, 2019).

### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Inteligencia Emocional y Calidad de Servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo – 2022" elaborado por Larios Farro Elizabeth Rebeca e Yzquierdo Alejandra Carolina Margot en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
------------------------------

2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Variable del instrumento:** Inteligencia Emocional

- Primera dimensión: Conciencia de uno mismo

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Autoconciencia	1	4	4	4	Ninguna
Autovaloración	1	4	4	4	Ninguna
Autoconfianza	2	4	4	4	Ninguna

- Segunda dimensión: Autogestión

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Autocontrol emocional	2	4	4	4	Ninguna
Fiabilidad	2	4	4	4	Ninguna
Adaptabilidad	2	4	4	4	Ninguna

- Tercera dimensión: Empatía

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Comprensión	2	4	4	4	Ninguna
Orientación al servicio	2	4	4	4	Ninguna

- Cuarta dimensión: Habilidades sociales

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Comunicación	2	4	4	4	Ninguna
Manejo de conflictos	1	4	4	4	Ninguna
Liderazgo	1	4	4	4	Ninguna

- Quinta dimensión: Motivación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Motivación del logro	2	4	4	4	Ninguna
Optimismo	2	4	4	4	Ninguna

**Variable del instrumento:** Calidad de Servicio

- Primera dimensión: Capacidad de respuesta

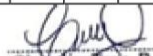
Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Colaborador comunicativo	2	4	4	4	Ninguna
Colaborador dispuesto a ayudar	2	4	4	4	Ninguna
Vocabulario adecuado	3	4	4	4	Ninguna

- Segunda dimensión: Seguridad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Respeto	2	4	4	4	Ninguna
Amabilidad	2	4	4	4	Ninguna
Colaborador que transmite confianza	2	4	4	4	Ninguna

- Tercera dimensión: Trato personalizado

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Diferenciación	2	4	4	4	Ninguna
Reconocer las necesidades del cliente	2	4	4	4	Ninguna



Claudia Toro D.  
SUPERVISORA TFE DE CHICLAYO  
MANPOWER

(Mgtr., Claudia Giuliana Toro Delgado)  
DNI N° 45525408

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

*Nota.* Calificación obtenida por la magister Claudia Giuliana Toro Delgado.

## Anexo 2: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Inteligencia Emocional y Calidad de Servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo"; la evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombres y Apellidos del juez:</b>	Mg. Erick Alfredo Gamarra Vera	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( x )	Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social ( )
	Educativa ( )	Organizacional ( X )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Docente Universitario	
<b>Institución donde labora:</b>	UCV / UTP / UPSJB	
<b>Tiempo de experiencia profesional el área:</b>	2 a 4 años ( )	
	Más de 5 años ( x )	

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario en escala ordinal
<b>Autor(es):</b>	Larios Farro, Elizabeth Rebeca Yzquierdo Alejandria, Carolina Margot
<b>Procedencia:</b>	Del autor, adaptada o validada por otros autores
<b>Administración:</b>	Virtual
<b>Tiempo de aplicación:</b>	15 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Chiclayo
<b>Significación:</b>	<p>Está compuesta por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La primera variable contiene 05 dimensiones, de 13 indicadores y 22 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.</li> <li>- La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 10 indicadores y 17 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.</li> </ul>

### 4. Soporte teórico

- **Variable 1: Inteligencia Emocional**  
Para Nachtigall (2018), argumentó que la inteligencia emocional es el conocimiento de uno mismo, que posibilita a un individuo a formar una relación amistosa con sus emociones y con los que interactúa.
- **Variable 2: Calidad de Servicio**  
La calidad de servicio es la práctica desarrollada de una organización para descifrar las perspectivas de sus consumidores y brindar, así, un servicio ágil, adecuado, oportuno, seguro y confiable (Mateos De Pablo, 2019).

Variable	Dimensiones	Definición
Inteligencia Emocional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conciencia de uno mismo</li> <li>- Autogestión</li> <li>- Empatía</li> <li>- Habilidades sociales</li> <li>- Motivación</li> </ul>	Para Nachtigall (2018), argumentó que la inteligencia emocional es el conocimiento de uno mismo, que posibilita a un individuo a formar una relación amistosa con sus emociones y con los que interactúa.
Calidad de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de respuesta.</li> <li>- Seguridad</li> <li>- Trato personalizado</li> </ul>	La calidad de servicio es la práctica desarrollada de una organización para descifrar las perspectivas de sus consumidores y brindar, así, un servicio ágil, adecuado, oportuno, seguro y confiable (Mateos De Pablo, 2019).

### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Inteligencia Emocional y Calidad de Servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo – 2022" elaborado por Larios Farro Elizabeth Rebeca e Yzquierdo Alejandria Carolina Margot en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
------------------------------

2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel



**Variable del instrumento:** Inteligencia Emocional

- Primera dimensión: Conciencia de uno mismo

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Autoconciencia	1	4	4	4	Ninguna
Autovaloración	1	4	4	4	Ninguna
Autoconfianza	2	4	4	4	Ninguna

- Segunda dimensión: Autogestión

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Autocontrol emocional	2	3	4	4	P6 debería ser NO PERMITE para que la rpta en los valores de escala tenga el mismo sentido.
Fiabilidad	2	4	4	4	Ninguna
Adaptabilidad	2	4	4	4	Ninguna

- Tercera dimensión: Empatía

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Comprensión	2	4	4	4	Ninguna
Orientación al servicio	2	4	4	4	Ninguna

- Cuarta dimensión: Habilidades sociales

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Comunicación	2	4	4	4	Ninguna
Manejo de conflictos	1	4	4	4	Ninguna
Liderazgo	1	4	4	4	Ninguna

- Quinta dimensión: Motivación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Motivación del logro	2	4	4	4	Ninguna
Optimismo	2	4	4	4	Ninguna



**Variable del instrumento:** Calidad de Servicio

- Primera dimensión: Capacidad de respuesta

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Colaborador comunicativo	2	4	4	4	Ninguna
Colaborador dispuesto a ayudar	2	4	4	4	Ninguna
Vocabulario adecuado	3	4	3	4	P06 pregunta no tiene coherencia con el indicador

- Segunda dimensión: Seguridad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Respeto	2	3	4	4	P08 cambiar "mantuvieron" (pasado) por "mantienen" (presente)
Amabilidad	2	4	4	4	Ninguna
Colaborador que transmite confianza	2	4	4	4	Ninguna

- Tercera dimensión: Trato personalizado

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Diferenciación	2	3	4	4	P15 dice "es trato de" debe decir "es tratado de"
Reconocer las necesidades del cliente	2	4	4	4	Ninguna



Mg. Erick Alfredo Gamarra Vera  
DNI N° 42533900

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

**Anexo 2: Evaluación por juicio de expertos**

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Inteligencia Emocional y Calidad de Servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo" a evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

**1. Datos generales del juez**

<b>Nombres y Apellidos del juez:</b>	JEAN MICHELL CARRIÓN MEZONES	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( X )	Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social ( )
	Educativa ( )	Organizacional ( X )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	FINANZAS, COMERCIO INTERNACIONAL, EDUCACIÓN SUPERIOR	
<b>Institución donde labora:</b>	UCV, USMP, USS	
<b>Tiempo de experiencia profesional el área:</b>	2 a 4 años ( )	Más de 5 años ( X )

**2. Propósito de la evaluación:**

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

**3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)**

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario en escala ordinal
<b>Autor(es):</b>	Larios Farro, Elizabeth Rebeca Yzquierdo Alejandría, Carolina Margot
<b>Procedencia:</b>	Del autor, adaptada o validada por otros autores
<b>Administración:</b>	Virtual
<b>Tiempo de aplicación:</b>	15 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Chiclayo
<b>Significación:</b>	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 05 dimensiones, de 13 indicadores y 22 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 10 indicadores y 17 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

**4. Soporte teórico**

- **Variable 1: Inteligencia Emocional**  
Para Nachtigall (2018), argumentó que la inteligencia emocional es el conocimiento de uno mismo, que posibilita a un individuo a formar una relación amistosa con sus emociones y con los que interactúa.
- **Variable 2: Calidad de Servicio**  
La calidad de servicio es la práctica desarrollada de una organización para descifrar las perspectivas de sus consumidores y brindar, así, un servicio ágil, adecuado, oportuno, seguro y confiable (Mateos De Pablo, 2019).

Variable	Dimensiones	Definición
Inteligencia Emocional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conciencia de uno mismo</li> <li>- Autogestión</li> <li>- Empatía</li> <li>- Habilidades sociales</li> <li>- Motivación</li> </ul>	Para Nachtigall (2018), argumentó que la inteligencia emocional es el conocimiento de uno mismo, que posibilita a un individuo a formar una relación amistosa con sus emociones y con los que interactúa.
Calidad de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de respuesta.</li> <li>- Seguridad</li> <li>- Trato personalizado</li> </ul>	La calidad de servicio es la práctica desarrollada de una organización para descifrar las perspectivas de sus consumidores y brindar, así, un servicio ágil, adecuado, oportuno, seguro y confiable (Mateos De Pablo, 2019).

##### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Inteligencia Emocional y Calidad de Servicio de los trabajadores del restaurante Amazonas, Chiclayo – 2022" elaborado por Larios Farro Elizabeth Rebeca e Yzquierdo Alejandra Carolina Margot en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
------------------------------

2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Variable del instrumento:** Inteligencia Emocional

- Primera dimensión: Conciencia de uno mismo

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Autoconciencia	1	4	4	4	Ninguna
Autovaloración	1	4	4	4	Ninguna
Autoconfianza	2	4	4	4	Ninguna

- Segunda dimensión: Autogestión

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Autocontrol emocional	2	4	4	4	Ninguna
Fiabilidad	2	4	4	4	Ninguna
Adaptabilidad	2	4	4	4	Ninguna

- Tercera dimensión: Empatía

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Comprensión	2	4	4	4	Ninguna
Orientación al servicio	2	4	4	4	Ninguna

- Cuarta dimensión: Habilidades sociales

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Comunicación	2	4	4	4	Ninguna
Manejo de conflictos	1	4	4	4	Ninguna
Liderazgo	1	4	4	4	Ninguna

- Quinta dimensión: Motivación

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Motivación del logro	2	4	4	4	Ninguna
Optimismo	2	4	4	4	Ninguna

**Variable del instrumento:** Calidad de Servicio

- Primera dimensión: Capacidad de respuesta

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Colaborador comunicativo	2	4	4	4	Ninguna
Colaborador dispuesto a ayudar	2	4	4	4	Ninguna
Vocabulario adecuado	3	4	4	4	Ninguna

- Segunda dimensión: Seguridad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Respeto	2	4	4	4	Ninguna
Amabilidad	2	4	4	4	Ninguna
Colaborador que transmite confianza	2	4	4	4	Ninguna

- Tercera dimensión: Trato personalizado

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Diferenciación	2	4	4	4	Ninguna
Reconocer las necesidades del cliente	2	4	4	4	Ninguna



.....  
**Mg. Jean Michell Carrión Mezones**  
 DNI N° 41609079

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2 hasta 20 expertos**, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

*Nota.* Calificación obtenida por el magister Jean Michell Carrión Mezones.

**Tabla 12**

*Calificación de los cuestionarios de las variables inteligencia emocional y calidad de servicio*

Nº	Experto	Calificación de los instrumentos	Especialidad
Experto 1	Toro Delgado Claudio Giuliana	4	Magister
Experto 2	Gamarra Vera Erick Alfredo	4	Magister
Experto 3	Carrión Mezones Jean Michell	4	Magister

*Nota.* Calificación de expertos para el cuestionario de la variable inteligencia emocional y calidad de servicio.

**Tabla 13**

*Alfa de Cronbach de la variable Inteligencia Emocional*

Estadística de Fiabilidad	
Alpha de Cronbach	Nº de elementos
,990	22

*Nota.* Exportado del SPSS v.26.

**Tabla 14**

*Alfa de Cronbach de la variable Calidad de Servicio*

Estadística de Fiabilidad	
Alpha de Cronbach	Nº de elementos
,990	17

*Nota.* Exportado del SPSS v.26.

**Tabla 15***Escala del Alfa de Cronbach*

Rangos	Confiabilidad
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,61	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

*Nota.* Hernández y Mendoza (2018).

**Tabla 16***Interpretación de coeficiente de correlación*

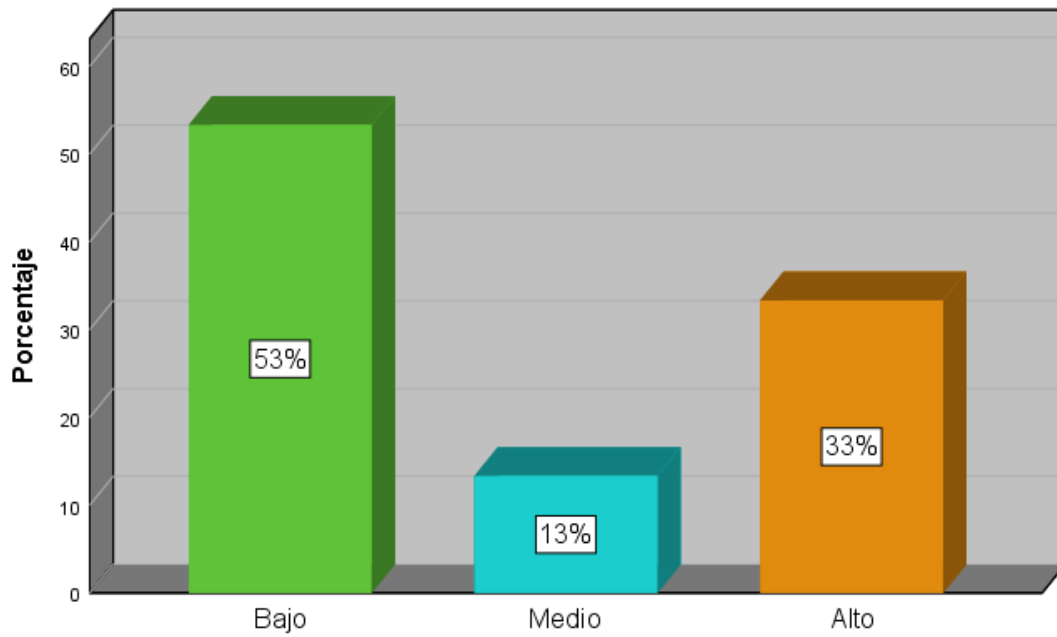
Rangos	Interpretación
$r = 1$	Correlación perfecta
$0,8 < r < 1$	Correlación muy alta
$0,6 < r < 0,8$	Correlación alta
$0,4 < r < 0,6$	Correlación moderada
$0,2 < r < 0,4$	Correlación baja
$0 < r < 0,2$	Correlación muy baja
$r = 0$	Correlación nula

*Nota:* Hernández y Mendoza (2018).



**Figura 3**

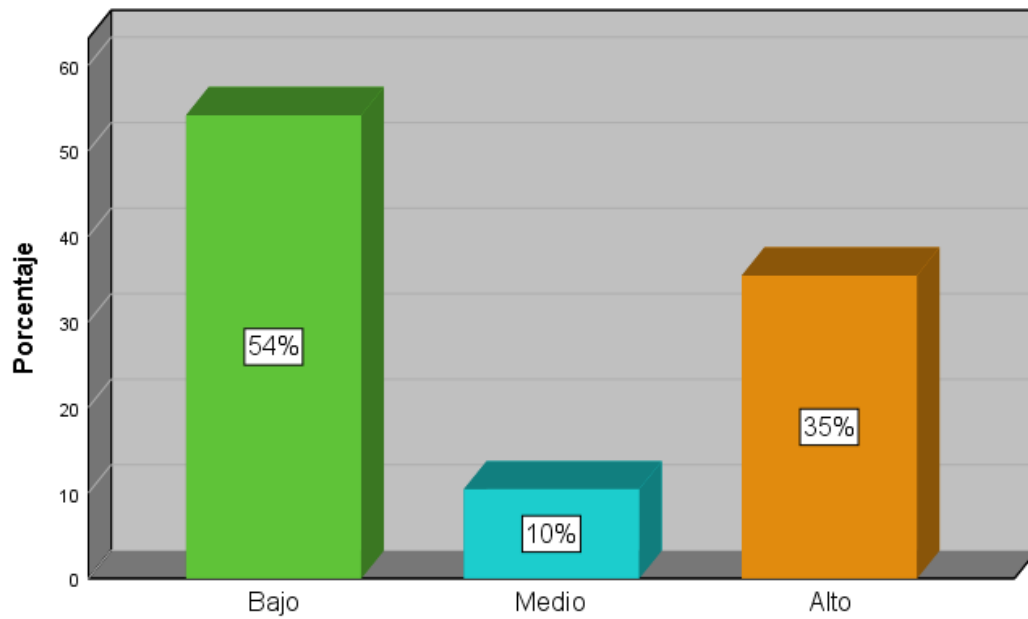
*Nivel de la variable inteligencia emocional*



*Nota.* Exportado del SPSS v.26.

**Figura 4**

*Nivel de la variable calidad de servicio*



*Nota.* Exportado del SPSS v.26.

**Figura 5***Base de datos de los clientes del restaurante Amazonas*

N°	NOMBRES	CELULAR
1	ALBERTO POLO	954475596
2	ALEJANDRA MESTA	924364179
3	ALEJANDRO LAINES	943020261
4	ALENI GARCIA	948847274
5	ALINA CALDERON	945448125
6	ALMENDRA ZAPATA	919544119
7	BETTY ESPINOZA	932313606
8	BRYAN JIMENEZ	926690336
9	CALUDIA GASTULO	937456771
10	CARLOS ESQUECHE	982685613
11	CARLOS JIMENES	972794371
12	CAROLINA MENACHO	970120655
13	CIRIA GONZALES	979657799
14	DAVID VILCHERREZ	949565389
15	FANNY SALAZAR	927263420
16	IORELLA CALLAO	912412346
17	IORELLA CASTILLO	950540147
18	GLADYS HERNANDEZ	971226185
19	JACLYN BLANCO	986763451
20	JIMMY URIARTE	900977403
21	JORGE AVENTURA	902363949
22	JOSE CARLOS MORENO	937337681
23	JUAN BAUTISTA	979295065
24	JUAN HERNANDEZ	956914390
25	JUAN LLUMPO	958901693
26	JULIA TARRILLO	967994358
27	JUNIOR GONZALES	922251109
28	KARLA ZELADA	945523983
29	KATHERINI SANCHEZ	958312869
30	LILIANA HERRERA	922370418
31	LUCERO MIREZ	920515281
32	LUIS SANTISTESBAN	941869636
33	MARCO PANTA	922171092
34	OSMAR OLIVOS	983485962
35	PAOLA PINEDO	976219627
36	PRISCILLA DIAZ	924254315
37	RAMON CESPEDES	940330193
38	RAYMUNDO PERLECHE	968284802
39	ROSA PAZ	949882815
40	ROSARIO RAMOS	941892383
41	RUBI RAMÍREZ	985434876
42	RUTH GONZÁLES	991423596
43	SERGIO CHIROQUE	965218733
44	TERESA OCAS	947678915
45	TREYCCI SAUCEDO	92677077
46	VALERIA VALVERDE	971216893
47	VERÓNICA ESQUECHE	952938907
48	YANNINA VEGA	941933482

*Nota. Elaboración propia.*

**Figura 6**

*Resultados obtenidos por las personas encuestadas*

	A											A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A						A	A	A	A	A	A							
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17		
1	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1				
2	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4			
3	1	2	1	1	3	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1			
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4		
5	2	3	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	
6	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	3	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4		
7	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5		
8	5	5	4	3	4	3	4	3	5	4	5	3	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4		
9	3	3	2	1	2	1	1	2	1	3	2	3	1	2	3	1	1	1	2	1	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	
10	3	5	3	5	3	4	3	3	3	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4		
11	1	2	2	3	2	1	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	3	1	2	3	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	
12	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	3	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	
13	1	2	2	1	2	1	1	2	3	3	2	2	1	3	3	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	
14	2	1	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	3	1	2	3	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1		
15	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1
16																																									
17																																									
18																																									
19																																									
20																																									
21																																									
22																																									
23																																									
24																																									
25																																									
26																																									
27																																									
28																																									
29																																									
30																																									
31																																									
32																																									
33																																									
34																																									
35																																									
36																																									
37																																									
38																																									
39																																									
40																																									
41																																									
42																																									
43																																									
44																																									
45																																									
46																																									
47																																									
48																																									

Nota. Formulario Google.