



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**LA INTELIGENCIA EMOCIONAL COMO ESTRATEGIA PARA
MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DEL PERSONAL DE LA
“EMPRESA DE TRANSPORTES CIVA” - CHICLAYO 2016**

PRESENTADA POR

DIANA FIORELLA DÁVILA CHICOMA

LUCY MEJÍA PÉREZ

ASESOR

FERNANDO SUAREZ SANTA CRUZ

TESIS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN**

CHICLAYO – PERÚ

2017



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

Las autoras permiten transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**LA INTELIGENCIA EMOCIONAL COMO ESTRATEGIA PARA
MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DEL PERSONAL DE LA
“EMPRESA DE TRANSPORTES CIVA” - CHICLAYO 2016**

**PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR
DIANA FIORELLA DÁVILA CHICOMA
LUCY MEJÍA PÉREZ**

**ASESOR
Lic. FERNANDO SÚAREZ SANTA CRUZ**

CHICLAYO, PERÚ

2017

DEDICATORIA

“Con todo cariño a nuestros padres que día a día nos brindan su apoyo incondicional hacia logro de nuestras metas; gracias por motivarnos con una palabra de aliento para no dejarnos vencer por ningún obstáculo en la vida, y por estar siempre a nuestro lado”.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por darnos la vida, la fuerza en cada paso que damos.

A todas las personas que contribuyeron a la culminación de nuestra carrera y su apoyo en el desarrollo de la presente investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	6
Índice de tablas.....	6
Índice de figuras	7
RESUMEN.....	8
ABSTRACT.....	9
INTRODUCCIÓN.....	10
CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	12
1.1 Planteamiento del problema.....	12
1.2 Objetivos de la investigación	14
1.2.1 Objetivo general	14
1.2.2 Objetivos específicos	14
1.3. Impacto potencial.....	15
CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	16
2.1 Antecedentes.....	16
2.2. Bases teóricas	30
2.2.1. Inteligencia emocional.....	31
2.2.2 Calidad de servicio	37
2.3 Hipótesis	41
CAPÍTULO III. MÉTODO.....	42
3.1. Diseño.....	42
3.2. Población y muestra	42
3.3. Instrumentación	44

3.3. Procedimiento	45
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	46
4.1. Resultados de la investigación.	46
4.2. Discusión de resultados.....	53
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
CONCLUSIONES	56
RECOMENDACIONES.....	57
PROGRAMA DE INTELIGENCIA EMOCIONAL.....	58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
APÉNDICE.....	73
ANEXOS	82

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Índice de tablas

Tabla 1. Nivel de inteligencia emocional

Tabla 2. Nivel de autoconocimiento.

Tabla 3. Nivel de autorregulación.

Tabla 4. Nivel de automotivación.

Tabla 5. Nivel de empatía.

Tabla 6. Nivel de habilidades sociales.

Tabla 7. Nivel de calidad de servicio.

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Nivel de inteligencia emocional

Figura 2. Nivel de autoconocimiento.

Figura 3. Nivel de autorregulación.

Figura 4. Nivel de automotivación.

Figura 5. Nivel de empatía

Figura 6. Nivel de habilidades sociales.

Figura 7. Nivel de calidad de servicio

RESUMEN

La presente tesis tiene el objetivo diseñar un Programa de Inteligencia Emocional como estrategia para mejorar la calidad de servicio en el personal de la empresa de “Transportes Civa”–Chiclayo 2016. El diseño es no experimental y el tipo de investigación descriptiva propositiva transversal. Para medir la variable inteligencia emocional, la población estuvo conformada por los 36 colaboradores de la empresa CIVA de la agencia de Chiclayo; y para la calidad de servicio, estuvo constituida por 50 clientes de la agencia seleccionados por muestreo intencional que hicieron uso del servicio durante los meses de marzo a mayo del 2016.

Los instrumentos utilizados son el cuestionario de inteligencia emocional de Goleman y el cuestionario Servqual. Los resultados dan a conocer el bajo nivel de inteligencia emocional de los trabajadores, así como la insatisfacción general de los clientes por el servicio recibido en la empresa de transportes. Se recomienda diseñar, elaborar y fundamentar un programa de inteligencia emocional para mejorar la calidad de servicio del personal de la empresa, tal como realizar talleres enfocados a temas relacionados a inteligencia emocional, control emocional y salud mental laboral, en los cuales puedan desarrollar ejercicios que les permitan disminuir el estrés en situaciones incómodas.

Palabras clave:

“Inteligencia emocional”, “Autoconocimiento”, “Autorregulación”, “Automotivación”
“Empatía”, “Calidad de servicio”.

ABSTRACT

Research aims to Design an Emotional Intelligence Program as a strategy to improve the Quality of Service in the staff in the company of "Transports Civa" - Chiclayo 2016. The design of research was non-experimental and the type of transitive descriptive research descriptive. To measure the Emotional Intelligence variable the population was made up of the 36 employees of the CIVA Company who work in the agency of Chiclayo and to measure the Quality of Service the population will be constituted by the clients of the transport agency Civa that made use of the service During the months of March to May of 2016 and were sampled to 50 clients and were selected by intentional sampling. The instruments used were the Goleman Emotional Intelligence questionnaire and the Servqual questionnaire to measure the Quality of Service. The results show the low level of emotional competence of the workers as well as the general dissatisfaction of the customers for the service received in the transport company "CIVA". It is recommended to Design, elaborate and fund an Emotional Intelligence Program to improve the Quality of Service of the company's personnel, as well as to carry out workshops focused on Emotional Intelligence issues such as Emotional Control and Mental Health Work, in which they can develop exercises that Allow them to reduce the stress generated by uncomfortable situations within the company.

Keywords:

"Emotional Intelligence", "Self-Knowledge", "Self-Regulation", "Motivation" "Empathy", "Quality of Service".

INTRODUCCIÓN

El manejo de las emociones y sentimientos, juega un papel importante en la motivación, satisfacción laboral y el desempeño de los trabajadores. Muchas investigaciones señalan que los trabajadores emocionalmente expertos, conocen y dominan bien sus propios sentimientos, interpretan y se enfrentan con eficiencia a los sentimientos de los demás, esto se expresa con una ventaja en cualquier aspecto de la vida para lograr emprender con éxito sus proyectos, ya que se convierte en una herramienta para dar solución a los problemas actuales y a los futuros desafíos. Visto desde esta perspectiva la inteligencia emocional, como factor influyente del aprendizaje organizacional, demuestra que las personas con habilidades emocionales potenciadas tienen más probabilidades de sentirse satisfechas, ser eficaces en su vida y capaces de desarrollar los hábitos mentales, así como, ser más efectivos en la calidad de servicio y atención del cliente, favoreciendo su propia productividad. Motivo por el cual, el objetivo de la investigación es diseñar un Programa de Inteligencia Emocional como estrategia para mejorar la calidad de servicio del personal, en la empresa de “Transportes Civa” – Chiclayo 2016.

El diseño de la investigación es no experimental y el tipo de investigación descriptiva propositiva transversal. Para medir la variable inteligencia emocional la población estuvo conformada por todos los colaboradores de la Empresa CIVA de la agencia de Chiclayo, y para la calidad de servicio, estará constituida por los clientes de la agencia, que usaron el servicio durante los meses de marzo a mayo del 2016.

Para el análisis de la fiabilidad de los instrumentos usamos el método estadístico el Alfa de Cronbach y para su validez de contenido será analizado por criterios de expertos.

De acuerdo a la estructura, se considera en el primer capítulo, la exposición del problema de investigación, sus objetivos y el impacto potencial; el segundo capítulo, involucra la fundamentación teórica, donde se exponen los antecedentes, bases teóricas y las hipótesis; como tercer capítulo, se describe el método de investigación, especificando el diseño, la muestra, los instrumentos y procedimientos que se realizaron durante la investigación. Como cuarto capítulo, se discuten los resultados obtenidos. Finalmente, se precisan las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad, las organizaciones de servicio de transportes buscan un mejoramiento continuo de la calidad en la atención al cliente, y por consiguiente están en la búsqueda de diferentes estrategias que permitan lograr sus objetivos, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes y, por lo tanto, generar la fidelización. Es así que, su preocupación se encuentra en su propio recurso humano, es decir, se desea generar un compromiso laboral, motivación y satisfacción laboral en los trabajadores, ya que un trabajador emocionalmente satisfecho brinda mejor calidad de servicio y atención (Goleman, 2001). En este contexto, juega un papel importante, el control de las emociones y sentimientos.

Muchas investigaciones señalan que los trabajadores, emocionalmente expertos, conocen y manejan bien sus propios sentimientos y los interpretan, se enfrentan con eficiencia a los sentimientos de los demás, y demuestran tener mayor empatía en los servicios de atención al cliente (Goleman, 2001), de modo que la inteligencia emocional se convierte en una herramienta para dar solución a los problemas actuales y enfrentar los desafíos propios de su quehacer laboral.

Aparece entonces, el interés por estudiar y desarrollar competencias emocionales en los trabajadores de la empresa Civa con el fin de optimizar la calidad de servicio y atención al cliente.

En la empresa Civa se observa con frecuencia quejas por parte de los clientes, por el mal servicio y atención brindada en las diferentes áreas y ello está afectando la rentabilidad. La mayoría de estas son debido a la demora del servicio, a la falta de empatía de los trabajadores y a la mala atención por parte del personal.

Los estudios refieren que el cliente es eje principal de toda organización, por ello, interesa conocer las necesidades cada vez más sofisticadas y especializadas del mismo, así como de encontrar la mejor manera de satisfacerla con estrategias adecuadas y oportunas; por último, el servicio al cliente debe surgir a partir de la comunicación con el propósito de cubrir sus expectativas y necesidades (Müller, 1999).

En este trabajo se dará significado a la calidad de servicio definiéndola como “la función de la discrepancia entre las expectativas de los consumidores sobre el servicio que van a recibir y sus percepciones sobre los que efectivamente le fueron prestados por la empresa” (Berry y Parasuraman, 1991); vale decir que, la calidad de servicio es la evaluación que hace el cliente sobre el servicio como resultado de la comparación entre lo ofertado y lo recibido.

Según Goleman (2001) la inteligencia emocional se relaciona positivamente con la calidad de atención, afirma que los trabajadores con alto nivel de inteligencia emocional, brindan mejor atención a los clientes; en consecuencia, proponemos como estrategia un programa de desarrollo de la inteligencia emocional en los trabajadores de la empresa Civa.

Esta tesis se realizará en la Empresa de Transportes CIVA, departamento de Lambayeque, año 2016.

La principal utilidad está dirigida hacia los directivos de CIVA, especialmente en el área de Recursos Humanos, porque permitirá que se tomen decisiones acertadas, a partir de los resultados.

1.1.1. Formulación del problema

¿De qué manera un programa de inteligencia emocional mejorará la calidad de servicio en la empresa de “Transportes Civa” – Chiclayo?

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo general

Proponer un Programa de Inteligencia Emocional como estrategia para mejorar la calidad de servicio en el personal en la “Empresa de Transportes Civa” – Chiclayo 2016.

1.2.2. Objetivos específicos

1. Identificar el nivel de inteligencia emocional del personal de la “Empresa de Transportes Civa” – Chiclayo 2016.
2. Identificar el nivel calidad de servicio del personal de la Empresa de Transportes Civa” – Chiclayo 2016.
3. Diseñar el programa de inteligencia emocional para mejorar la calidad de servicio en el personal en la “Empresa de Transportes Civa” – Chiclayo 2016.

1.3. Impacto potencial

Impacto teórico.

Revisando la bibliografía, observamos que no se han desarrollado investigaciones sobre el diseño de propuestas de inteligencia emocional como estrategia para mejorar la calidad de servicio, al menos en nuestro medio. Razón por la cual, el interés de estudiar estas variables en el sector servicios de transporte. Este proyecto aportará conocimiento sobre las diferentes habilidades emocionales relacionadas al trabajo como las habilidades intrapersonales, interpersonales, la adaptabilidad, el manejo del estrés, estado de ánimo general y su relación con la calidad de servicio a los clientes de la Empresa de Transportes CIVA.

Impacto práctico.

Los resultados obtenidos serán de utilidad para los directivos de la empresa CIVA, cuyos diagnósticos contribuirán a tomar mejores decisiones relacionadas a programas de desarrollo de habilidades emocionales, y de mejora de la calidad de servicio.

También, beneficiará al área de personal para poder trabajar con los colaboradores de manera independiente e informar los resultados, y de este modo, tomen conciencia de la influencia de las habilidades emocionales en su actuación laboral dentro y fuera de la organización. Además, que servirá como antecedente para futuras investigaciones relacionadas al tema.

CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 Antecedentes

Nacionales:

Sánchez (2012) en su estudio “Inteligencia emocional percibida y su relación con la satisfacción laboral en la profesión de enfermería de la Microred Cono Norte” Tacna, cuya investigación fue de tipo cuantitativo, descriptivo, correlacional y de corte transversal en una sola población de estudio. Concluye que la inteligencia emocional si influye en la satisfacción laboral; en este aspecto podemos mencionar que los profesionales de enfermería presentan un adecuado nivel de inteligencia emocional en sus tres dimensiones: atención, claridad y reparación emocional, evidenciando este nivel de inteligencia con más predominio en las personas de sexo femenino. Asimismo, destaca que estos profesionales se encuentran medianamente satisfechos, existiendo predominio del sexo femenino, con una edad promedio de 40- 49 años; en relación al tiempo de servicio predomina el intervalo de 10 a 20 años.

Orué-Arias (2011) en la tesis titulada “Inteligencia emocional y desempeño laboral de los trabajadores de una empresa peruana”, cuyo objetivo era determinar cuál es la relación entre los niveles de inteligencia emocional de los trabajadores de una empresa peruana y su desempeño laboral. El método de investigación fue descriptiva – explicativa.

Se aplicó una encuesta en una muestra de 187 trabajadores de diversas áreas de la empresa, identificándose cuatro variables para medir la inteligencia emocional: autoconocimiento, automotivación, autocontrol y control de las relaciones interpersonales. En los resultados se dio a conocer la relación entre las variables inteligencia emocional y el desempeño del trabajador, que estuvo directamente proporcional en todos los casos. En conclusión, los trabajadores de las áreas críticas de la empresa, como fundición, poseen un bajo nivel de inteligencia emocional, a diferencia de las otras áreas que tienen un buen desempeño como construcciones metálicas, cuyo nivel de inteligencia emocional es considerablemente mayor.

Arredondo (2008) en la investigación “Inteligencia emocional y clima organizacional en el personal del hospital Félix Mayorca Soto”; buscó establecer la correlación entre inteligencia emocional y la percepción del clima organizacional del personal en el Hospital “Félix Mayorca Soto”. Para este estudio empleó los instrumentos ICE de Bar-On y la escala de percepción del clima organizacional de Litwin y Stringer. Este es observacional, correlacional, de corte transversal, y lo realizó en una población de 119 trabajadores.

El autor encontró que el 78.99% de trabajadores consideran que existe un clima bueno o aceptable. También, presentó diferencias estadísticamente significativas entre obstetrices y enfermeros, obstetrices y médicos, llegando a afirmar que las obstetrices tienen mejor percepción del clima organizacional que los enfermeros y médicos. Utilizando la prueba de Spearman llegó a la conclusión de que no hay una correlación directa entre la inteligencia emocional y el clima organizacional.

Igualmente, la inteligencia emocional participa indirectamente en el clima organizacional, teniendo en cuenta que, cada trabajador percibe su ambiente laboral, de acuerdo a sus características personales.

Falla Albújar, Ana Cecilia (2008) en su estudio: "Validación de un método para la medición de la calidad de servicio del área de canales de atención del BCP de la ciudad de Chiclayo", concluyó que al aplicar la encuesta fue posible determinar 15 características que para los clientes tenían mayor relevancia al momento de determinar si un servicio es de calidad. Según su grado de importancia estos se agruparon en 4 dimensiones: (dimensión 1) atención y cumplimiento, (dimensión 2) servicio, (dimensión 3) pro actividad, (dimensión 4) ambiente y beneficios; siendo la más importante para los clientes la dimensión 2 (servicio) con un resultado del 29.72%, pues para los encuestados brindar un servicio rápido es primordial. La dimensión 3 (pro actividad) obtuvo un resultado de 27.88%, dado que para los clientes la diversidad de productos es importante. La dimensión 4 (ambiente y beneficios) obtuvo un puntaje de 27.17%, para los clientes las promociones ofrecidas, apariencia de los equipos y comodidad de los equipos son importantes. La dimensión 1 (atención y cumplimiento) alcanzó un puntaje de 15.21%, resultando la menos importante para los clientes. Por lo que, se debe contar con personal que demuestre actitud de servicio, más que sus competencias, porque estas se pueden enseñar; del mismo modo, se debe considerar la motivación de los empleados para ayudar a ofrecer un mejor servicio.

Herrera (2007) propuso investigar la inteligencia emocional en la eficacia de las decisiones financieras del servicio de intendencia de las Fuerzas Armadas de la ciudad de Lima, en una muestra de 70 militares. El instrumento aplicado fue una encuesta que consta de diez ítems, encontrando lo siguiente: el personal encuestado en un 80% acepta que la inteligencia emocional puede ser utilizada eficazmente en la toma de decisiones financieras.

Internacionales:

Los investigadores Gutiérrez Pulido, Gutiérrez Gonzales; Díaz & Garibay (2014) publican el “Análisis multivariado y QFD como herramientas para escuchar la voz del cliente y mejorar la calidad del servicio”, donde se propusieron revisar la consistencia de los cuestionario para detectar los verdaderos problemas de calidad del servicio. Aplicaron la metodología del despliegue de la función de calidad (QFD), como una forma de escuchar la voz de los clientes y determinar de forma más específica los aspectos que deben ser atendidos para resolver las problemáticas detectadas. La metodología propuesta se empleó en el caso de la evaluación de la calidad de cuatro unidades del sistema de bibliotecas de la Universidad de Guadalajara. Los autores concluyeron que, para lograr mayores impactos en la percepción, las actividades identificadas como presupuesto, capacitación del personal, diseño, revisión y actualización del catálogo electrónico son las que tienen un mayor impacto en la mejora de la percepción de la calidad por parte de los usuarios y alcanzan los niveles óptimos planeados por el sistema de gestión de calidad.

Maldonado-Radillo, Guillén, Carranza & Ramírez (2013) en su estudio “Análisis de la calidad de los servicios recibidos en las instituciones de educación superior” con el objetivo de evaluar la calidad del servicio con experiencias asociadas al conocimiento recibido y al contexto. En este proyecto de tipo descriptivo, transversal con diseño no experimental, realizado en una muestra 200 estudiantes de una universidad multicampus se utilizó para la recolección de los datos un cuestionario de 41 ítems distribuidos en seis variables (proceso enseñanza-aprendizaje, servicios, condiciones de las aulas, logros personales, tic empleadas en el proceso y actitud del profesorado), la autora revela que los estudiantes están muy satisfechos con los servicios que ofrece la institución y en relación a la satisfacción de los estudiantes por campus de procedencia. Asimismo, encontró que los estudiantes del campus Mexicali presentan un mejor nivel de satisfacción ($\mu=146.39$) respecto a los otros dos campus. El campus Tijuana se ubica en el menor nivel de satisfacción ($\mu=130.44$). La aportación de este estudio descriptivo, es la detección de elementos para la implementación de estrategias que permitan abatir las debilidades encontradas en los espacios recreativos y en los servicios académicos ofertados.

Barbosa (2013) realiza el trabajo “Leadership and emotional intelligence among persons working in leading positions at companies in Bogota”, con la finalidad de describir el estilo de liderazgo, el desempeño en competencias de liderazgo eficaz y el nivel de habilidades de la inteligencia emocional de jefes que trabajan en tres empresas ubicadas en la ciudad de Bogotá.

Para esta investigación participaron colaboradores que se desempeñan en las jefaturas de tres empresas en Bogotá, una de producción y dos de servicios.

Entre los instrumentos utilizados están los descriptores sociodemográficos y ocupacionales, el Multifactor Leadership Questionnaire, la autoevaluación de inteligencia emocional y social y el test de Wartegg: elaborado por Erigh Wartegg. Los autores refieren que los líderes tienden a autoevaluarse con un mayor número de conductas de liderazgo transformacional que de liderazgo transaccional, a diferencia de sus seguidores que los evalúan más como líderes transaccionales.

Torres & Matviuk (2012) en la investigación “Inteligencia emocional y prácticas de liderazgo en las organizaciones colombianas” precisaron como objetivo determinar la relación entre las prácticas de liderazgo y la inteligencia emocional en los empleados colombianos. Para el efecto, los investigadores aplicaron el inventario de prácticas de liderazgo de Kouzes y Posner y el instrumento desarrollado por Wong y Law de inteligencia emocional a una muestra de 339 empleados de organizaciones de diferentes sectores en la ciudad de Bogotá en Colombia. El muestreo se desarrolló de manera probabilística y no probabilística. Los resultados, muestran que sí existe una relación entre la inteligencia emocional y las prácticas de liderazgo, inclusive que los líderes que utilizan la inteligencia emocional pueden liderar más eficientemente sus grupos de trabajo. También, se encontró una vinculación entre la edad, el género, el nivel educativo y los años de experiencia con el manejo de personal y el desarrollo de la inteligencia emocional y las prácticas de liderazgo.

Salvador-Ferrer (2012) investiga sobre “Commitment organizational as predictor of emotional intelligence” con el propósito de analizar la correlación entre el compromiso de los trabajadores y la inteligencia emocional.

Este estudio se desarrolló en Almería – España, con una población de 165 trabajadores de una empresa en Almería – España, cuyo diseño es de carácter descriptivo y transversal y utiliza una muestra probabilística aleatoria. Los resultados reflejan el gran poder predictivo que tiene el compromiso normativo sobre la inteligencia emocional.

Botía & Orozco (2012) en su estudio “Competencias en servicio al cliente y efectividad en solución de problemas” presentan la caracterización de las competencias de servicio al cliente en cinco eslabones de negocios de la cadena productiva del turismo efectuada en tres ciudades colombianas, identificadas como apuestas productivas (Armenia, Palmira-Buga y Neiva), y la relación entre las competencias en servicio al cliente y la medida de la efectividad para solucionar problemas complejos. Para ello, evaluaron 337 personas que realizan labores de servicio al cliente, vinculadas laboralmente en las unidades de negocio visitados. Aplicaron los instrumentos Checklist de competencias y test de efectividad. Los autores concluyeron que en las tres ciudades las muestras se agrupan por debajo del promedio esperado en efectividad en solución de problemas. Asimismo, hallaron independencia entre las dos variables medidas ($r=0.02$) que indica que no se demandan mutuamente para mejorar la calidad del servicio al cliente en momentos de verdad en el sector turístico.

Con estos resultados, los autores de este artículo afirman la necesidad de ampliar este estudio a otras ciudades con perfil similar en cuanto al turismo como actividad económica, y la importancia de focalizar la capacitación en manejo de situaciones emocionales y trabajo en equipo, identificadas como las competencias más deficientes.

Castro (2012) en el artículo científico y tecnológico “Management training and skills development for hotel managers” considera al talento humano como el eje central del éxito en la gestión de hoteles por ser organizaciones de servicio. Argumenta que estas organizaciones necesitan gestores motivados, éticos, capacitados y sobre todo comprometidos con los colaboradores y los clientes externos. Se fundamenta en una investigación aplicada de campo y transeccional.

Esta tesis fue realizada en el estado de Nueva Esparta, en las Islas Margaritas – Venezuela. Concluye con la necesidad de emprender de forma inmediata la formación y el desarrollo de las competencias gerenciales en los establecimientos de alojamiento turístico. Igualmente, se recomienda aprovechar los incentivos tributarios establecidos en la legislación venezolana para financiar las actividades de formación y desarrollo de las competencias gerenciales.

Correia, Araújo, Madruga, DutraLeão & Pinheiro (2012) en la tesis sobre “Gestión de la calidad de servicios de alimentos y bebidas”, realizado en la ciudad de Joao Pessoa en Brasil, en siete hoteles, con el objetivo de observar el proceso de fabricación y manipulación de alimentos, por según refieren es esencial para asegurar la calidad y seguridad alimentaria.

Los resultados obtenidos sobre la evaluación de los manipuladores de los establecimientos visitados, presentó una conclusión general satisfactoria. Los establecimientos mostraron un porcentaje medio del 73,73% de adecuación, revelando que los manipuladores de alimentos no conocen todas las normas de cuidado con los alimentos para garantizar la seguridad alimentaria.

Según refieren, los manipuladores evaluados necesitan capacitación constante para que las normas de buenas prácticas de fabricación sean implementadas en los establecimientos garantizando la calidad de los servicios ofrecidos por el Departamento de Alimentos y Bebidas.

Vera & Trujillo. (2009) En “El papel de la calidad del servicio del restaurante como antecedente de la lealtad del cliente”, buscan proveer una explicación sobre la medida en que los factores que componen la calidad del servicio son predictores de la opinión general del cliente y de su lealtad hacia un restaurante. Para la recolección de los datos, los autores aplicaron un cuestionario estructurado a una muestra conformada por 111 comensales de restaurantes de servicio a mesa. Trabajaron con seis dimensiones de calidad del servicio, de las cuales cuatro explican satisfactoriamente la opinión general hacia el restaurante: instalaciones, comida, personal, consistencia, honestidad y las dimensiones que no explican a la opinión general como la accesibilidad y el ambiente. Ninguna de las variables de calidad del servicio en conjunto, o por separado, explican satisfactoriamente a la lealtad del cliente; lo que significa, que no existe evidencia de que alguna de estas variables de forma individual incida de manera importante, en la lealtad al restaurante.

La contribución académica consiste en ayudar al entendimiento de las relaciones que se dan entre constructos como la calidad del servicio y la lealtad. Su aporte práctico radica en que los resultados obtenidos contribuyen a comprender áreas críticas de atención a clientes en un restaurante.

Junco, Tápanes, Torres, Díaz, Gutiérrez & Benita (2009) En la tesis “Motivación, satisfacción laboral, liderazgo y su relación con la calidad del servicio” analizaron la calidad del servicio hospitalario y su relación con aspectos socio-psicológicos (motivación, satisfacción laboral, liderazgo) en el hospital "Mario Muñoz Monroy". A través de diferentes métodos y técnicas de recogida de datos como el uso del cuestionario, observación, diagrama causa-efecto, se analizaron los indicadores que más influyen positiva y negativamente en cada una de las variables estudiadas; para ello, se empleó el muestreo probabilístico estratificado por afijación proporcional, con 2 estratos: clientes internos (médicos, enfermeros) y externos (pacientes, familiares). Según los autores, la motivación laboral es la variable que mayor correlación tiene con la calidad, seguida de la satisfacción laboral y, por último, del liderazgo. En este estudio se formularon 5 estrategias que ayudarán a elevar los niveles de cada variable estudiada.

Castillo, Díaz, Fariñas & Delgado (2009) en la “Labour competences proposals for physicians offering medical care services in Cuban hotels”, desarrollada en Cuba, tuvo como objetivo identificar las principales competencias que deben tener los médicos que laboren en hoteles cinco estrellas, determinar el nivel de prioridad para cada competencia y valorar su grado de desarrollo.

En esta investigación descriptiva se usó la revisión bibliográfica, las técnicas Delphi y el método de comparaciones pareadas triángulo de Fuller; por tanto, se

construyó y validó el cuestionario que se aplicó a todos los médicos que laboraban en hoteles de tal categoría en Varadero.

Los resultados publicados refieren a 21 competencias, entre las cuales destacan la atención con calidad, uso de la ética médica y del secreto profesional, dominio de las enfermedades emergentes y reemergentes, desarrollo profesional continuo, atención médica integral y uso de dos idiomas.

Para lo cual, concluyen en proponer y seleccionar recursos humanos adecuados al perfil profesional de los médicos de estos hoteles, asimismo, perfeccionar las estrategias de educación continua para los médicos de este sector.

Rodríguez, García, Díaz, Córdova & Maciel (2009) en el estudio “La calidad en el servicio como ventaja competitiva en una empresa automotriz”, con el objetivo de determinar si la calidad de servicio, que incluye el proceso de venta, el mantenimiento y la reparación, constituye una nueva forma de competitividad. Además, buscaron determinar los factores que incrementan la percepción de calidad del cliente. Por lo cual, analizaron una concesionaria de una compañía de automóviles en la ciudad de Orizaba, México, quien centra su estrategia competitiva en la satisfacción al cliente y fidelidad a la marca. Mediante la aplicación de cuestionarios a cien clientes se analizó la percepción de las siguientes variables: atención al cliente, satisfacción, conocimiento de la información del personal de la agencia, honestidad del personal, seguimiento, resolución de problemas, tiempo de atención, tiempo de entrega, el aspecto de las instalaciones, el aspecto del personal, la calidad del producto, su precio y los planes de financiamiento. Los autores concluyeron que el tiempo de entrega, la capacitación del personal de servicio, la atención al cliente y la existencia de refacciones juegan un papel importante en la percepción de la calidad y fidelidad de marca.

Omayda, Esperón, Ceballos, Trujillo (2008) en la tesis “The working competences of the nursing professional in the Neonatology service”, desarrollada en la ciudad de la Habana, con el objetivo de identificar las competencias laborales que debe desarrollar el profesional de enfermería en el servicio de neonatología. Se utilizaron las técnicas de revisión documental, aplicación de encuestas y consulta a expertos, con los cuales se hicieron talleres de trabajo y entrevista grupal. Se logró identificar las competencias genéricas y específicas que debe tener todo profesional de enfermería de los servicios de neonatología. Estos resultados han sido usados, para el diseño del manual de técnicas y procedimientos de enfermería neonatológica en el 2007 y sirvieron de base a las funciones y competencias por perfiles de formación que se presenta en el plan D de la carrera de Enfermería en el año 2008.

Jiménez, C. R. A. F., Arias, M. M. G., & Espinosa, M. J. (2008) en su trabajo de investigación “Estudio acerca de la relación entre calidad del servicio percibida e inteligencia emocional: comportamiento en procesos hoteleros de Cuba” pretenden relacionar los constructos inteligencia emocional y calidad del servicio percibida por el cliente externo.

Por lo que, se plantearon las siguientes interrogantes: ¿Es posible demostrar, desde el punto de vista teórico, la existencia de relaciones entre estos conceptos? ¿Cómo se puede expresar cuantitativamente la intensidad y dirección de tales relaciones? El objetivo principal fue demostrar cualitativa y cuantitativamente el papel que juegan los elementos emocionales en la calidad del servicio percibida.

Se muestra que existe un determinado grado de correlación entre ambos constructos, y que esta presenta una determinada intensidad con dirección positiva; finalmente, la calidad del servicio percibida depende del comportamiento de la inteligencia emocional en los prestadores del servicio en más de un 70%.

Muñoz & Prieto (2007) en el estudio “Competencias para la flexibilidad: la gestión emocional de las organizaciones” tiene como objetivo el análisis del traslado de la flexibilidad de las organizaciones contemporáneas a los trabajadores. Por ende, los investigadores emplean una perspectiva crítica-racional para el análisis de las exigencias de productividad características de las sociedades industriales avanzadas. Se refieren que las organizaciones deben ser versátiles y adaptables a cambios, así como, los trabajadores para no verse afectados. Según describen a través del enfoque de gestión por competencias, las organizaciones deben de desarrollar en los trabajadores aquellos comportamientos causalmente relacionados con un desempeño laboral eficiente.

Junco, Tapanes, Díaz, Torres y Cossio (2006) en su “Estudio de la motivación, la satisfacción laboral, el liderazgo, la cultura organizacional y la calidad del servicio existente en el hospital Mario Muños Monroy”, que lo realizaron en la provincia de Matanzas – Cuba. El propósito fue diagnosticar el estado actual de las variables motivación, satisfacción laboral, liderazgo, cultura organizacional y calidad del servicio, asimismo identificar los factores que inciden en el comportamiento de cada variable y proponer estrategias que permitirán una adecuada gestión del capital humano y la prestación de un servicio de calidad.

La población en estudio fueron los colaboradores de atención en urgencias, medicina general, cirugía general, ortopedia y traumatología, y la unidad quirúrgica del hospital, así como los clientes externos. Se utilizaron diferentes métodos y técnicas como el análisis de la documentación, observación, cuestionarios y entrevista con expertos.

Los resultados del proyecto permitieron mostrar el comportamiento de cada variable estudiada, el diseño del sistema interventor para su implementación, y logros alcanzados que benefician a los clientes.

Romero & Acosta (2006) en la tesis "Evaluación de las competencias emocionales y su influencia en el liderazgo eficaz", cuyo objetivo fue comprobar el grado de desarrollo de la inteligencia emocional y su influencia en el liderazgo. La población fue un grupo de directivos del establecimiento Matadero-Empacadora Mártires" del Corinthia, Municipio de Mayarí de la provincia de Holguín - Cuba.

El procesamiento y análisis que realizaron permitió determinar que estas entidades cuentan con directivos altamente calificados con coeficientes intelectuales altos, pero que afrontan dificultades al no mostrar un adecuado desarrollo de su inteligencia emocional con consecuencias para su desempeño. Esta investigación ha permitido proponer un conjunto de acciones de capacitación, así como una monografía y otros materiales didácticos, que contribuyen al desarrollo de estas competencias emocionales.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. La inteligencia emocional

2.2.1.1. Raíces históricas de la inteligencia emocional.

La definición de la inteligencia siempre estuvo relacionada al cociente intelectual, sin tener en cuenta el lado emocional. Fue a partir de Sternberg, el que adoptó una visión multidimensional de la inteligencia, integrando en su concepto, la creatividad, los aspectos personales y sociales (Sternberg, 1997). Para este investigador la persona exitosa sabe cuándo y cómo usarlos de manera eficaz.

Gardner (1993) basados en los estudios de Thorndike publica su famoso libro “La estructura de la mente” sobre las inteligencias múltiples, donde incluye las inteligencias interpersonal e intrapersonal. Su teoría defiende la existencia de una inteligencia emocional, independiente de la inteligencia cognitiva y la personalidad. Las inteligencias propuestas por Gardner son la inteligencia lingüística, la inteligencia lógico-matemática, la inteligencia espacial, la inteligencia corporal-cenestésica, la inteligencia musical, la inteligencia intrapersonal, la inteligencia interpersonal, inteligencia naturalista, la inteligencia espiritual y la inteligencia existencial.

Fue John Mayer y Peter Salovey que, en 1990, acuñaron por primera vez, el término de inteligencia emocional. Definieron la inteligencia emocional como “la capacidad para supervisar los sentimientos y las emociones de uno/a mismo/a y de los demás, de discriminar entre ellos y de usar esta información para la orientación de la acción y el pensamiento propios” (Mayer & Salovey, 1999).

Goleman (1995) con la publicación del libro “La inteligencia emocional” hizo conocido mundialmente este término, al referirse en términos más amplios a la inteligencia emocional y su importancia, no solo en el aspecto académico, sino

también profesional. En su concepto de inteligencia emocional también incluye la habilidad para motivarse manejar las frustraciones, controlar los impulsos, regular el estado de ánimo, desarrollar la empatía, etc.

2.2.1.2. Inteligencia emocional

Goleman (1995, 1998) menciona que la inteligencia emocional determina nuestro potencial para aprender las habilidades prácticas. Basa su estudio en 5 elementos: conocimiento en uno mismo, motivación, autorregulación, empatía y destrezas para las relaciones.

Cooper (1998) considera que la inteligencia emocional es la capacidad de sentir, entender y aplicar eficazmente el poder y la agudeza de las emociones como fuente de energía humana, información, conexión e influencia.

Salovey y Mayer (1990) definen la inteligencia emocional como un tipo de inteligencia social, que engloba la habilidad para dirigir y controlar nuestras propias emociones y las de los demás, así como de discriminar entre ellas y utilizar la información que nos proporciona para guiar nuestro pensamiento y acciones, de tal forma que resulten beneficiosas para sí mismo y la cultura a la que pertenece.

Bar-On (2000) explica la inteligencia emocional como un conjunto de habilidades personales, emocionales y sociales y de destrezas que influyen en nuestra habilidad para adaptarnos y enfrentar las demandas y presiones del medio. Como tal, nuestra inteligencia no cognitiva es un factor importante en la determinación de la habilidad para tener éxito en la vida, influyendo directamente en el bienestar general y en la salud emocional.

Weisinger (2001) propone que la inteligencia emocional es el uso inteligente de las emociones de forma intencional hacemos que nuestras emociones trabajen para nosotros, utilizándolas con el fin de que nos ayuden a guiar nuestro comportamiento y de qué manera puede influir mejorando nuestros resultados.

Cruz, Olvera, Domínguez y Cruz (2002) definieron la inteligencia emocional como la capacidad de un individuo para ejecutar y depurar las siguientes habilidades: observar y evaluar sus emociones y la de otros, regular sus emociones, ser capaz de expresarlas oportunamente, compartir sus dificultades oportunamente, poseer un estilo de afrontamiento adaptativo, mantener elevada la motivación, mantener perseverante el logro de metas.

Podemos resumir que la inteligencia emocional es un conjunto de capacidades y habilidades que posee una persona para pensar, actuar y para manejar sus relaciones inter e intrapersonales. Estas capacidades y habilidades Sirven para crear un ambiente propicio en donde la persona se desenvuelve, proporcionándole diversas opciones para responder ante situaciones que se le presenten a diario.

2.2.1.3. Dimensiones de la inteligencia emocional

Salovey y Mayer (1990) lo divide en:

Atención a los sentimientos, se refiere a la capacidad de identificar las emociones en las personas y en uno mismo, además, de saber expresarlas adecuadamente con el fin de poder establecer una comunicación adecuada y mejorar nuestra posterior toma de decisiones en determinadas circunstancias.

Claridad en los sentimientos, lo define como la capacidad de comprender las emociones de uno mismo y de los demás, para poder entender las causas

subyacentes que nos llevan a sentir tales emociones, y en su comprensión fundamentar correctamente nuestros pensamientos que nos conducirán a acciones adecuadas inter e intrapersonales.

Regulación o reparación emocional, que es entendida como la capacidad de manejar las emociones en la que, teniendo en cuenta, que actuamos movidos por el pensamiento y este está influenciado por las emociones, es necesario tenerlas presente en nuestro razonamiento, nuestra forma de solucionar problemas, nuestros juicios y conducta. Se alude a la creencia de la persona en su capacidad para interrumpir estados emocionales negativos y prolongar los positivos.

Según Bar-On (2000) los divide en:

En primer lugar, el componente intrapersonal, que se subdivide en los siguientes subcomponentes: primero, comprensión emocional sí mismo, que es la habilidad para percatarse, comprender nuestros sentimientos, emociones y diferenciarlos para conocer el porqué de los mismo. Segundo, la asertividad es la habilidad para expresar sentimientos, creencias y pensamientos sin dañar los sentimientos de los demás y defender nuestros derechos de una manera no destructiva. Tercero, el autoconcepto, que consiste en la habilidad para aprender, aceptar y respetarse a sí mismo, admitiendo nuestros aspectos positivos y negativos, como también nuestras limitaciones y posibilidades. Cuarto, la autorrealización, se refiere a la habilidad para realizar lo que realmente podemos, queremos y disfrutamos hacer. Quinto, la independencia que se entiende como la habilidad para autodirigirse, sentir seguridad de sí mismo, en nuestros pensamientos, acciones y ser independientes emocionalmente para tomar nuestras decisiones.

En segundo lugar, el componente interpersonal: comprende los subcomponentes: primero, empatía, que es la habilidad de percatarse, comprender y apreciar los sentimientos de los demás. Segundo, la responsabilidad social que se manifiesta como la habilidad para demostrarse, así como una persona que coopera, contribuye y es un miembro constructivo del grupo social y la relación interpersonal, que se refiere a la habilidad para establecer y mantener relaciones mutuas satisfactorias que son caracterizados por una cercanía emocional e intimidad.

En tercer lugar, el componente de adaptabilidad que a su vez el autor lo subdivide siguientes subcomponentes: primero, la prueba de la realidad es la habilidad para evaluar la correspondencia entre lo que experimentamos y lo que en realidad existe. Segundo, la flexibilidad, se refiere a la habilidad para realizar un ajuste adecuado de nuestras emociones, pensamientos y conductas a situaciones y condiciones cambiantes. Tercero, la solución de problemas, que se entiende como la habilidad para identificar y definir los problemas como también para generar e implementar soluciones efectivas.

En cuarto lugar, el componente del manejo de estrés, que Bar-On los subdivide en los siguientes subcomponentes: primero, tolerancia al estrés, es la habilidad para soportar eventos adversos, situaciones estresantes y fuertes emociones sin “desmoronarse”, enfrentándose activa y positivamente al estrés. Segundo, el control de impulsos, que consiste en la habilidad para resistir o postergar un impulso o tentaciones para actuar y controlar nuestras emociones.

Quinto lugar, el componente del estado de ánimo que comprende los siguientes subcomponentes: primero, optimismo, que consiste en la habilidad para mantener una actitud positiva a pesar de la adversidad y los sentimientos negativos;

segundo, la felicidad, es la habilidad para sentirse satisfecho con nuestra vida, para disfrutar de sí mismo y de otros para divertirse y expresar sentimientos positivos.

Según Daniel Goleman (2001) los divide en:

Cinco componentes básicos: el autoconocimiento, la autorregulación, la motivación, la empatía y habilidades sociales.

Posteriormente, Goleman incluye otro conjunto de atributos de personalidad como la autoconciencia, el autorregulamiento, el manejo del estrés, rasgos motivacionales y comportamentales.

2.2.1.4. La inteligencia emocional en el trabajo.

Hoy en día, son muchas las empresas que están invirtiendo dinero en formar a sus trabajadores en Inteligencia emocional. Y esto es así, porque se han dado cuenta de que la clave del éxito, está en el grado en el que los trabajadores de una empresa conozcan y controlen sus emociones y sepan reconocer los sentimientos de los clientes.

Goleman (1998) en su enfoque centrado en el mundo empresarial destaca que la actitud emocional es importante sobre todo en el liderazgo, el cual se basa en lograr que otros ejecuten sus respectivos trabajos con más efectividad. Según refiere la mala actuación de los líderes reduce el desempeño de todos y como consecuencia se malgaste el tiempo, disminuye la motivación y la dedicación al trabajo, acumulando hostilidad y apatía.

Según Carmeli y Josman (2006) los empleados que tienen un alto nivel de inteligencia emocional esperan alcanzar mayores logros, tanto en el lugar de trabajo

como en su vida personal y contribuyen de forma significativa en el desempeño de su organización (Citado en Olatoye, Akintunde, Yakasi, 2010).

La aplicación de la inteligencia emocional en las empresas es muy importante, ya que el uso de las emociones puede ayudar a la generación de múltiples planes para el futuro, por parte de la empresa y de los empleados, como planificación flexible, mejorar el proceso de toma de decisiones, facilitar los procesos cognitivos, tales como creatividad y puntualidad, y con respecto la mejora de la persistencia de las tareas difíciles (Salovey y Mayer, 1990).

Cooper (1998) menciona que el estudio de la Inteligencia emocional también resulta importante en el ámbito empresarial para fortalecer la cultura organizacional formando líderes con inteligencia emocional. Asimismo, resolver conflictos entre el empleador y empleado y resistencia al cambio, mejorar la comunicación entre el empleador y sus empleados, fomentar el trabajo en equipo, con el fin de desarrollar y diseñar objetivos comunes. Según el autor si las organizaciones logran resolver estos inconvenientes con éxito les resultaría más fácil conseguir en sus empleados un mejor rendimiento en el ámbito laboral, existiría una mayor satisfacción laboral, se tomarían decisiones asertivas y el clima organizacional mejoraría.

2.2.2. Calidad de servicio

Se consideró, en primer lugar, precisar los conceptos de calidad y de servicio.

2.2.2.1. Definiciones.

Calidad.

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2001) define calidad como el conjunto de propiedades relacionadas a algo, que permiten juzgar su valor o importancia.

La Secretaria de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL (1999), determina que la calidad como la totalidad de las características que presenta una organización y que influyen en su capacidad para satisfacer necesidades manifiestas o implícitas.

Para Juran (1998) explica que calidad son aquellas que brindan satisfacción del producto, para ello los responsables deben haber investigado las necesidades del usuario, para tener en cuenta en las características de producto.

La American Society for Quality Control propuso que la “Calidad es el conjunto de características y rasgos distintivos de un producto o servicio que influyen en su capacidad de satisfacer necesidades manifiestas o latentes” (citado en Dirección de Marketing, Kotler & Keller, 2006, p. 147).

Revisando la literatura, podemos observar que existen cuatro perspectivas sobre calidad: como excelencia, ajuste a las especificaciones, como valor y satisfacción de las expectativas de los clientes. Si bien los tres primeros se centran en aspectos cuantificables para medir la calidad, los cuales no son el propósito de nuestro estudio. En cambio, el cuarto que se enfoca en la perspectiva de los usuarios es el que más vamos a tratar, por ser motivo de nuestra investigación, porque las agencias de transporte se consideran como un proveedor de servicios.

Servicio.

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2001) define servicio, como la “acción y efecto de servir; prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales”.

Para Kotler & Boom (1984) es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es esencialmente intangible y no da como resultado la propiedad de nada.

Fisher & Navarro (1994) se entiende como el conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas.

Kotler (1997) son los beneficios que una parte ofrece a otra, además de ser intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. También, refiere que su producción puede estar vinculada o no con un producto físico.

En resumen, el servicio es la actividad y los beneficios que producen satisfacción a un cliente, consumidor o usuario.

Calidad de servicio

Las definiciones más notables son las siguientes:

Horovitz, 1990, lo define como el conjunto de prestaciones que el cliente espera, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo (Citado en Oliva, 2005).

Gaither en 1983 se refiere a la gama de actividades que originan una relación. (Citado Oliva, 2005).

Para Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) es el resultado de comparar la percepción por el servicio recibido versus la expectativa del consumidor.

En síntesis, la calidad de servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente, usuario o consumidor espera como resultado de comparar la percepción y la expectativa por el servicio.

2.2.2.2. Instrumentos de medición.

Destacan varios modelos:

El más difundido es el modelo SERVQUAL. Este fue desarrollado por Parasuman, Zeithaml y Berry en 1988, y ha demostrado su utilidad en diversas áreas de trabajo para la evaluación de la calidad. Compara las expectativas frente a las percepciones del cliente o usuario y consta por un cuestionario de 22 items que mide la calidad de un servicio. El modelo se divide en cinco componentes: en primer lugar, la fiabilidad, mide la forma como los clientes internos brindan el servicio prometido, que puede ser de modo fiable y cuidadosa; En segundo lugar, la capacidad de respuesta, que se refiere a la disposición del personal para ayudar a brindar un servicio rápido; en tercer lugar, la seguridad, que son los

conocimientos, atención y habilidades mostradas por los clientes internos para inspirar credibilidad y confianza;

En cuarto lugar, la empatía, que consiste en el esfuerzo por entender la perspectiva del usuario mediante la atención individualizada; y en quinto lugar, los aspectos tangibles, que se manifiestan en la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Otro modelo muy conocido es el presentado por Vásquez, Rodríguez y Díaz (1996) que elaboraron la escala denominada CALSUPER, que mide la calidad de servicios en supermercados. Tiene por objetivo medir y analizar la calidad ofrecida en este tipo de organizaciones. El CALSUPER comprende cinco escalas. Primero, las evidencias físicas, que mide los elementos tangibles, como la apariencia de las instalaciones, la decoración, mobiliario, equipamiento, limpieza y catálogos. Segundo, la fiabilidad, que implica mantener las promesas y hacerlo bien. Tercero, la interacción social, es la respuesta del personal. Cuarto, la seguridad. Y quinto, las políticas, referidas a la oferta de productos de calidad, marcas reconocidas y de prestigio.

Croning y Taylor (1992) publican la escala de medición de la calidad denominado Service Performance (SERVPERF), cuyo modelo considera la percepción del cliente sobre el servicio percibido, eliminando las expectativas.

Dueñas & Monsalvez (2008) presentan dos métodos UPV y TCQSM, desarrollados para determinar la calidad y el nivel de servicio del transporte público colectivo urbano en autobús. Ambos, se complementan según refieren sus autores.

2.3 Hipótesis

No tiene hipótesis, porque no se llegará a ejecutar el Programa de Inteligencia Emocional.

2.3.3 Variables

Variable independiente: inteligencia emocional

Variable dependiente: calidad de servicio

CAPÍTULO III. MÉTODO

3.1. Diseño

Diseño de investigación: no experimental.

Dicho de otro modo, en esta investigación no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que se realiza en el estudio no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos (Hernández Sampieri, 2012).

Tipo de investigación: descriptiva propositiva transversal

Descriptiva propositiva porque utiliza un conjunto de técnicas y procedimientos con la finalidad de diagnosticar y resolver problemas fundamentales, encontrar respuestas a preguntas científicamente preparadas, estudiar la relación entre factores y acontecimientos o generar conocimientos científicos (Vara, 2012).

Transversal debido a que estudia la población en un momento determinado.

3.2. Población y muestra

Para medir la variable inteligencia emocional, la población estará conformada por todos los colaboradores (personal de ventas, cargadores y entregadores de encomiendas, mecánicos, conductores, terramozas, verificadores de tickes, y personal de seguridad) de la empresa CIVA que trabajan en la agencia de Chiclayo.

El tamaño de la población asciende a 36 personas.

Los criterios de inclusión y exclusión son:

Por un lado, Inclusión:

- Tiempo de servicio en la empresa mínimo de 06 meses.
- Condición laboral nombrado o contratado.
- Colaboradores de la empresa (personal de ventas, cargadores y entregadores de encomiendas, mecánicos, conductores, terramozas, verificadores de tickes, y personal de seguridad)

- Trabajadores de ambos sexos.
- Trabajadores con edades de intervalo entre 22 – 60 años.

Por otro lado, exclusión:

- Gerente y administrador de la agencia.
- Trabajadores que laboren a través de servís o agencias.
- Personal que no haya contestado correctamente los cuestionarios.
- Personal que se encuentre de licencia, vacaciones o que no haya asistido a la evaluación.
- Trabajadores que invaliden la prueba.
- Trabajadores que no deseen colaborar con la evaluación.
- Talentos (practicantes)

El procedimiento para calcular el tamaño muestral se tomará a toda la población, pues esta es reducida. Esto permitirá que los datos sean confiables.

Para medir la calidad de servicio, la población estará constituida por 50 clientes de la agencia de transportes Civa que hicieron uso del servicio durante los meses de marzo a mayo del 2016.

Los criterios de inclusión serán:

- Clientes nuevos o continuadores en el servicio.
- Edad comprendida entre los 18 y 70 años.
- Aceptación voluntaria de participar en el estudio luego de haber sido

informados verbalmente de las características y objetivos de este.

3.3. Instrumentación de recolección de datos

Se empleará para la recolección de datos dos cuestionarios estructurados. Uno para medir la inteligencia emocional de los colaboradores de la empresa CIVA; y otro, para la calidad de servicio que brindan los colaboradores de CIVA, al público en general.

En primer lugar, se usará el cuestionario de inteligencia emocional que servirá para medir las habilidades emocionales de los trabajadores de la empresa CIVA.

Contiene las siguientes áreas de interés:

Primero, componente intrapersonal: comprensión emocional sí mismo, la asertividad, el autoconcepto, la autorrealización y la independencia.

Segundo, componente interpersonal: empatía y la responsabilidad social.

Tercero, componente de adaptabilidad: la prueba de la realidad, la flexibilidad, y la solución de problemas.

Cuarto, componente del manejo de estrés: tolerancia al estrés y control de impulsos.

Quinto, componente del estado de ánimo, y la felicidad.

En segundo lugar, se usará el cuestionario de calidad de servicio que se aplicará sobre una muestra de los clientes de la agencia CIVA atendidos en el 2016.

Contiene las siguientes dimensiones:

Primero, la fiabilidad, para medir la forma como los clientes internos brinda el servicio prometido, que puede ser de modo fiable y cuidadoso.

Segundo, la capacidad de respuesta, es la disposición del personal para ayudar a brindar un servicio rápido.

Tercero, la seguridad son los conocimientos, atención y habilidades mostradas por los clientes internos para inspirar credibilidad y confianza.

Cuarto, la empatía es el esfuerzo por entender la perspectiva del usuario mediante la atención individualizada.

Quinto, la fiabilidad de los instrumentos haremos uso del método estadístico el Alfa de Cronbach. Para la validez de contenido será analizada mediante criterios de expertos.

3.4. Procedimiento

Se realizará ejecutando el siguiente procedimiento:

1. Visita a la agencia de trasportes CIVA para destinar fecha y hora para la administración de los instrumentos.
2. Preparar los instrumentos para la recolección de datos.
3. Preparar al personal que apoyará en la recolección de datos.

4. Administración de los instrumentos tanto a los trabajadores de la empresa como a los clientes en los meses seleccionados para la recogida de datos.
5. Se revisa la calidad de cada una de las respuestas, y se depura.
6. Calificación y tabulación de respuestas en una matriz que contempla las variables y los sujetos.
7. Verificación de resultados
8. Trasvase de la información al paquete estadístico SPSS.
9. Interpretación de los resultados en base a los objetivos.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

4.1.1. Nivel de inteligencia emocional del personal de la empresa de “Transportes Civa” – Chiclayo 2016.

Tabla 1

Nivel de inteligencia emocional de los trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	9	25,0	25,0	25,0
	Rara vez	27	75,0	75,0	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Trabajadores de la empresa CIVA

Elaboración: Fiorella Dávila y Lucy Mejía

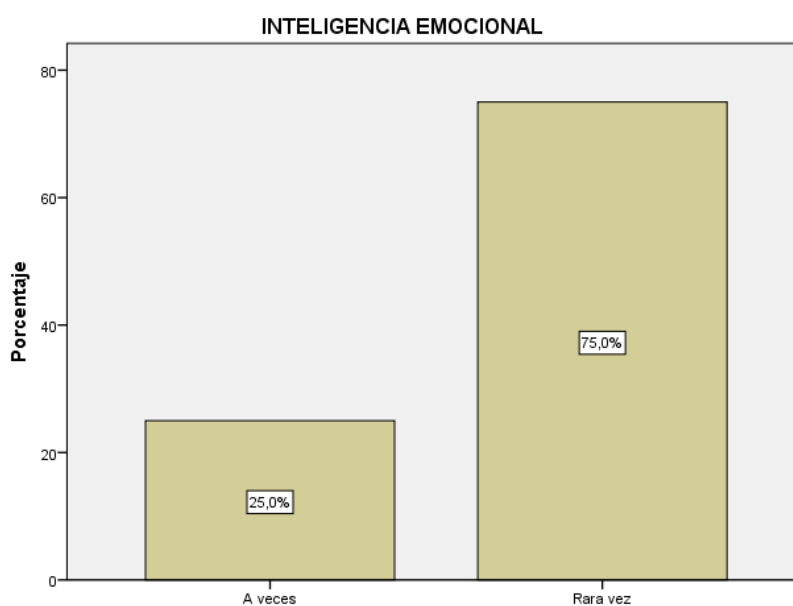


Figura 1. Nivel de inteligencia emocional de los trabajadores

En la figura 1 se observa que el 75% de los trabajadores perciben, que rara vez manejan adecuadamente su inteligencia emocional en el trabajo, y el 25% refieren que a veces lo manejan.

En el análisis de las dimensiones de la Inteligencia emocional estudiamos:

Tabla 2
Nivel de autoconocimiento emocional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	15	41,7	41,7	41,7
	Rara vez	21	58,3	58,3	100,0
Total		36	100,0	100,0	

Fuente: Trabajadores de la empresa CIVA
 Elaboración: Fiorella Dávila y Lucy Mejía

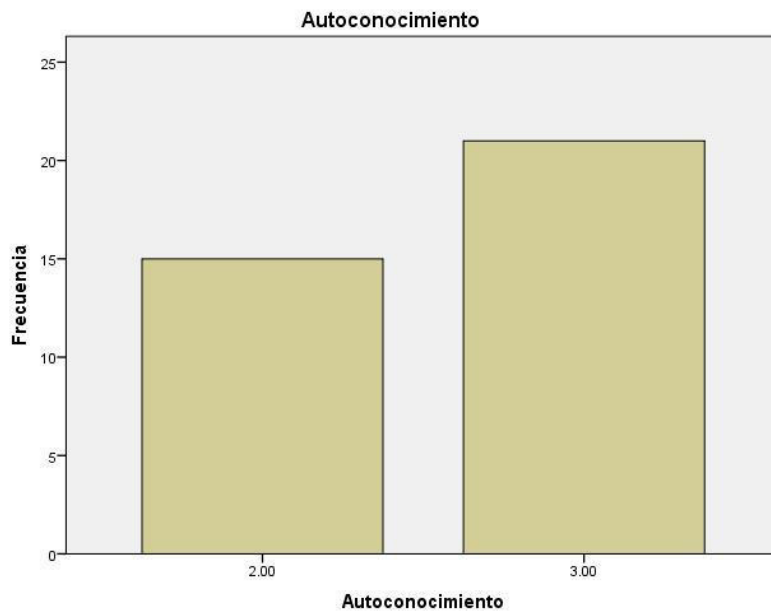


Figura 2. Nivel de autoconocimiento

Con relación a la capacidad para tener conciencia de las propias emociones y de los demás, así como la capacidad de captar cuál es el clima emocional que se presenta en un determinado contexto; el 58,3% de los trabajadores estiman que “rara vez” tienen dificultades y 41,7% refiere “A veces”.

Tabla 3
Nivel de autorregulación de las emociones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	3	8,3	8,3	8,3
	Rara vez	33	91,7	91,7	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Trabajadores de la empresa CIVA
 Elaboración: Fiorella Dávila y Lucy Mejía

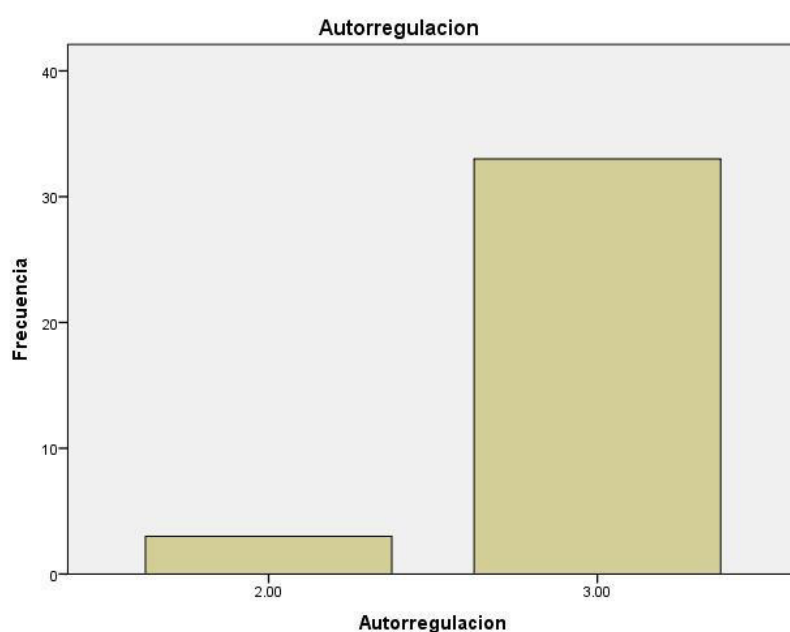


Figura 3. Nivel de autorregulación emocional

Respecto a, la capacidad para controlar las emociones de forma apropiada, el 91,7% de los trabajadores piensan que “rara vez” presentan dificultades y 8,3% manifiestan “A veces”.

Tabla 4
Nivel de automotivación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	3	8,3	8,3	8,3
	Rara vez	33	91,7	91,7	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Trabajadores de la empresa CIVA
 Elaboración: Fiorella Dávila y Lucy Mejía

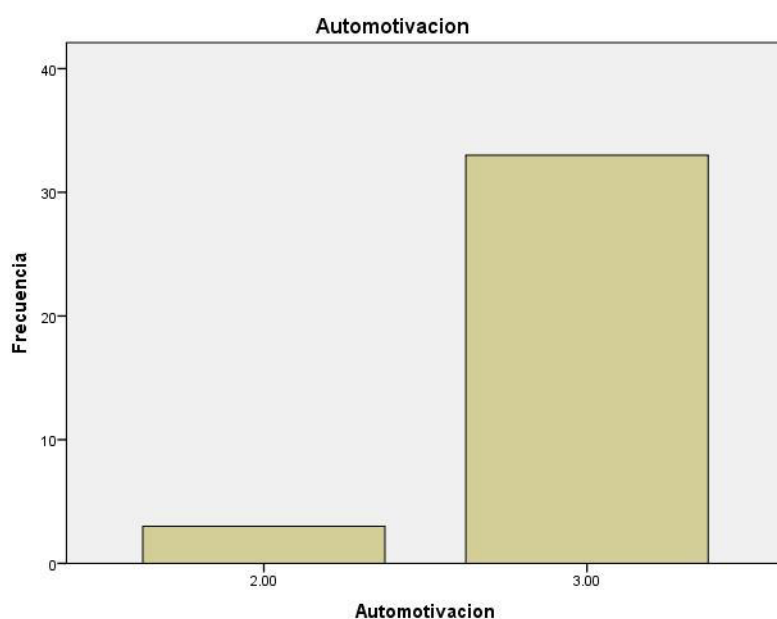


Figura 4. Nivel de automotivación

La capacidad para encaminar las emociones y la motivación consecuente hacia el logro de objetivos y ser más productivas y efectivas en las actividades que emprenden, el 91,7% de los trabajadores tiene en cuenta que “rara vez” presentan dificultades y 8,3% refieren “A veces”.

Tabla 5
Nivel de empatía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	21	58,3	58,3	58,3
	Rara vez	15	41,7	41,7	100,0
Total		36	100,0	100,0	

Fuente: Trabajadores de la empresa CIVA
 Elaboración: Fiorella Dávila y Lucy Mejía

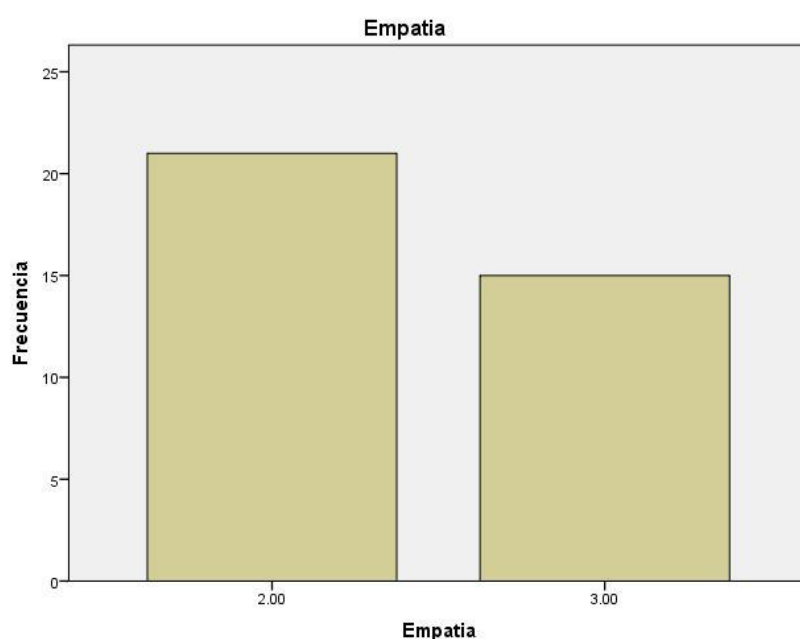


Figura 5. Nivel de empatía

Con relación a la capacidad para reconocer las emociones de los demás y sintonizar mejor con las sutiles señales que indican lo que los demás necesitan o desean, el 41,7% de los trabajadores valoran que “rara vez” presentan dificultades y 58,3% manifiestan “A veces”.

Tabla 6
Nivel de habilidades sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	9	25,0	25,0	25,0
	Rara vez	27	75,0	75,0	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Trabajadores de la empresa CIVA
Elaboración: Fiorella Dávila y Lucy Mejía

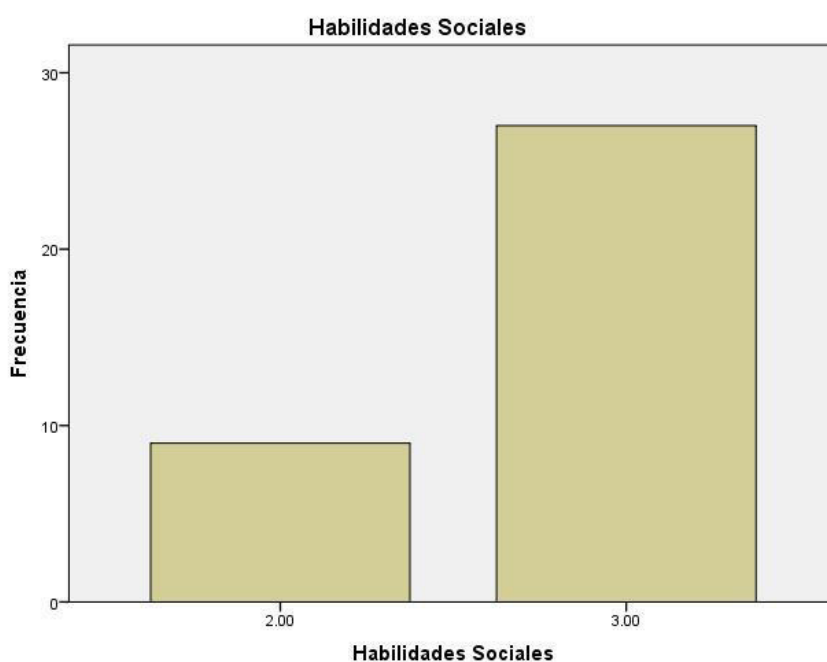


Figura 6. Nivel de habilidades sociales.

En tanto, a la capacidad para establecer relaciones e interactuar de forma sutil y efectiva con los demás, el 75,0% de los trabajadores piensan que “rara vez” presentan dificultades y 25,0% opinan que “A veces”.

4.1.2. Identificar el nivel calidad de servicio del personal de la empresa de “Transportes Civa” – Chiclayo 2016

Tabla 7
Nivel de calidad de servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Insatisfecho	49	98,0	98,0	98,0
Válidos Indiferente	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Clientes de la empresa CIVA
Elaboración: Fiorella Dávila y Lucy Mejía

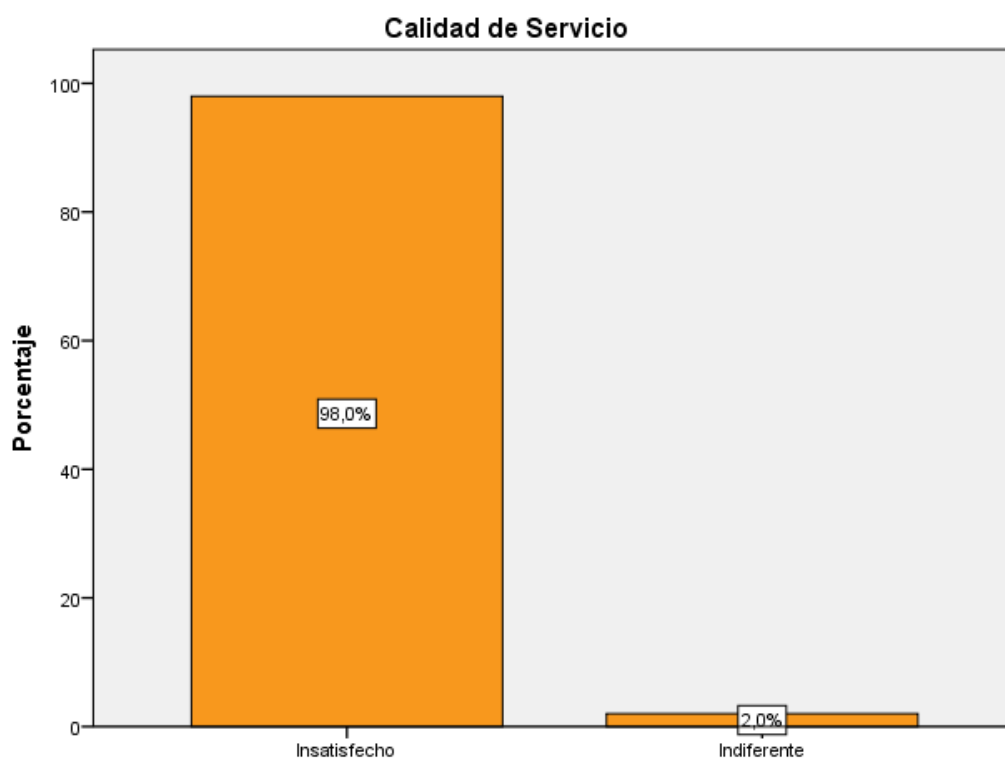


Figura 7. Nivel de habilidades sociales.

En la figura 7 observamos que el 98% de los clientes se sienten insatisfechos con la calidad de servicio.

4.2. Discusión de resultados

La investigación tiene como objetivo general diseñar, elaborar y fundamentar un Programa de Inteligencia Emocional basado en talleres para mejorar la calidad de servicio del personal del personal en la empresa de “Transportes Civa” – Chiclayo 2016.

Para ello, fue necesario realizar una evaluación, tanto a nivel de inteligencia emocional en los trabajadores de la empresa “Civa”, como una evaluación de la calidad de servicio que perciben los clientes.

Empecemos analizando las competencias de la inteligencia emocional. Primero, , la dimensión autoconocimiento, es decir a la capacidad para tener conciencia de las propias emociones como de las emociones de los demás, así como la capacidad de captar cuál es el clima emocional que se presenta en un determinado contexto, el 58,3% de los trabajadores juzgan al respecto “rara vez” tienen la capacidad de tener conciencia de sus propias emociones y de los demás y el 41,7% refiere “A veces”. Según Goleman (2001) el autoconocimiento comprende a su vez tres aptitudes como la conciencia emocional, la autoevaluación y la confianza en uno mismo.

Segundo, la dimensión autorregulación, que es la capacidad para controlar las emociones de forma apropiada, el 91,7% de los trabajadores consideran que “rara vez” tienen la capacidad para controlar las emociones de forma apropiada y 8,3% refieren “A veces”. Según Goleman (2001) la autorregulación comprende a su vez el autodominio, la confiabilidad, la escrupulosidad y la adaptabilidad.

Tercero, la competencia de automotivación, que es la capacidad para encaminar las emociones y la motivación consecuente hacia el logro de objetivos y ser más

productivas y efectivas en las actividades que emprenden, el 91,7% de los trabajadores valoran que “rara vez” tiene la capacidad para encaminar las emociones y motivación hacia el alcance de sus objetivos y el 8,3% manifiestan que “A veces”. Según Goleman (2001) la automotivación comprende a su vez el afán de triunfo, el compromiso, la iniciativa y el optimismo.

Cuarto, la competencia empatía, con relación a la capacidad para reconocer las emociones de los demás y sintonizar mejor con las sutiles señales que indican lo que los demás necesitan o desean, el 41,7% de los trabajadores piensan que “rara vez” tiene la capacidad para reconocer las emociones de los demás y el 58,3% opinan que “A veces”. Según Goleman (2001) la empatía abarca a su vez el comprender a los demás, ayudar a los demás a desarrollarse, orientación hacia el servicio y aprovechar la diversidad y tener conciencia política.

Quinto, la capacidad para establecer relaciones e interactuar de forma suave y efectiva con los demás, el 75,0% de los trabajadores juzgan que “rara vez” tienen la capacidad para establecer relaciones e interactuar de forma afectiva con los demás y el 25,0% refiere “A veces”. Según Goleman (2001) las habilidades sociales comprenden la influencia, la comunicación, el manejo de conflictos y el liderazgo.

Como podemos observar todas las competencias de la inteligencia emocional son percibidas por los trabajadores en un nivel medio bajo y ello puede influir en la servicio al cliente que se le brinda al cliente, como lo demuestra Hernández (2014) en la investigación “Inteligencia emocional y servicio al cliente, estudio realizado con el personal de servicio al cliente de la cooperativa de Salcajá R.L” y López (2016) en la tesis “Relación entre inteligencia emocional y satisfacción del cliente

de la Municipalidad de la Democracia, departamento de Escuintla." sede regional de Escuintla ".

En la calidad de servicio, observamos que la mayoría de los clientes se sienten insatisfechos, tanto en la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación, fiabilidad, la disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido, los conocimientos y atención mostrados por los trabajadores y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza, así como con la atención personalizada.

Motivo por el cual, creemos conveniente diseñar, elaborar y fundamentar un Programa de Inteligencia Emocional, para mejorar la calidad de servicio del personal en la empresa de "Transportes Civa"

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

1. El 75% de los trabajadores tienen un nivel bajo de inteligencia emocional en el trabajo y el 25% en un nivel medio, la capacidad de autoconocimiento, autorregulación, automotivación, empatía y habilidades sociales.
2. El 98% de los clientes se sienten insatisfechos con la calidad de servicio. Asimismo, insatisfacción en elementos tangibles, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.
3. Necesidad de diseñar un Programa de Inteligencia Emocional para mejorar el nivel de calidad de servicio de la Empresa de Transportes CIVA.

Recomendaciones

Sobre la base de los resultados y conclusiones se recomienda lo siguiente:

Realizar cursos talleres enfocadas a temas relacionados a inteligencia emocional como control emocional y salud mental laboral, en los cuales puedan desarrollar ejercicios que les permitan disminuir el estrés que generen situaciones incómodas dentro de la empresa.

Facultar a los trabajadores sobre las funciones que deben realizar en sus actividades diarias, dando a conocer toda la información que necesitan para desempeñar el puesto.

La comunicación dentro de la empresa debe ser empática y asertiva, para adquirir datos que ayuden a corregir puntos débiles del servicio al cliente con el objetivo de ir en busca de la mejora continua y calidad empresarial.

Diseñar, elaborar y fundamentar un Programa de Inteligencia Emocional para mejorar la calidad de servicio del personal en la Empresa de Transportes “Civa”.

Programa de inteligencia emocional para mejorar la Calidad de Servicio en el personal en la empresa de “Transportes Civa” – Chiclayo 2016.

A continuación, se presenta el esquema del Programa de Inteligencia Emocional con la finalidad en la mejorar la calidad de servicio en la empresa de transportes.

PROGRAMA DE INTELIGENCIA EMOCIONAL PARA LOS TRABAJADORES DE TRANSPORTES “CIVA”

Objetivos:

El objetivo principal del programa es crear talleres dirigido a los trabajadores de la empresa “CIVA” donde adquieran conocimientos, técnicas, habilidades, valores y comportamientos necesarios para mejorar sus capacidades y bienestar individual, que suponen en definitiva la base del éxito profesional y vital.

Objetivos específicos

- Conocer nuestras fortalezas y nuestro perfil psicológico relacionadas con el trabajo.
- Conocer nuestras emociones, cómo se manifiestan, de dónde vienen y qué provocan, teniendo en cuenta que nuestras emociones guían nuestras actitudes y son las protagonistas de nuestras decisiones.
- Aprender a gestionar nuestras emociones eficazmente para que nos ayuden a trabajar a favor, y no en contra, de nuestros objetivos e intereses.
- Aprender qué es la motivación y qué nos motiva. Y qué herramientas utilizan las empresas para motivar a sus empleados.

- Reconocer las emociones de los demás, establecer relaciones positivas con otras personas.
- Aprender a aumentar nuestros niveles de bienestar y felicidad a través de la toma de conciencia de quién somos y del desarrollo del potencial de nuestras fortalezas.

Políticas del taller

Todos los trabajadores de la Empresa “CIVA” recibirán capacitación, dotación de conocimientos, herramientas actualizadas para el desarrollo de sus actividades, y el cumplimiento de sus responsabilidades en diferentes talleres.

Se diseñarán y analizarán las propuestas de planes para la capacitación y adiestramiento, los cuales se elaborarán en base a las necesidades de los trabajadores, para su crecimiento y mejoramiento de su competitividad.

Las facilidades que se otorguen, estarán limitadas a cursos, seminarios y entrenamientos en el ámbito técnico de cada puesto.

Las acciones de adiestramiento deberán estar identificadas previamente por los responsables de áreas y contenidas en el plan anual de adiestramiento de los trabajadores, para la obtención de certificación de la capacitación y el adiestramiento de la misma.

Los temas que se abordarán en los talleres estarán dirigidos al personal según su área de trabajo y funciones que realizan, los talleres estarán agrupados en dos dimensiones, dimensión intrapersonal que tiene que ver con la parte individual de cada colaborador y la dimensión interpersonal relacionado con el aspecto social.

Contenido del taller de Inteligencia Emocional

¿Qué es la inteligencia emocional?

Emociones primarias.

Significado de las emociones en las organizaciones.

Las 5 habilidades prácticas de la inteligencia emocional.

La inteligencia al servicio de las emociones.

Fases del taller de Inteligencia Emocional

Dimensión intrapersonal (individual)

Dirigido al personal de todas las áreas (Personal de ventas, cargadores, encomiendas, mecánicos, conductores, terramozas, verificadores de tickes y personal de seguridad).

TALLER N° 1. Autoconocimiento.

Objetivo general:

Desarrollar una apreciación y dar nombre a las propias emociones.

Contenido Programático:

- La conciencia emocional
- El saber de ¿por qué me siento?
- Y ¿cómo me siento?
- La diferencia de actuar con o sin autoconciencia.

Duración:

30 horas

TALLER 2. Manejo de las emociones.

Objetivo general:

Manejar las emociones y darse cuenta de lo que hay detrás de cada sentimiento.

Contenido programático:

- Dirigir las emociones.
- Manejo del estrés, la presión y la tensión
- Técnicas de control psico-físico.
- La respuesta de relajación.
- La respiración completa.
- La visualización de los sentimientos.

Duración:

40 horas

TALLER 3. Motivación.

Objetivo general:

Clasificar las emociones para el desarrollo integral del individuo y prestar atención para la automotivación, la creatividad y el dominio.

Contenido programático:

- Los componentes de la motivación: motivo, confianza, entusiasmo, optimismo, persistencia y resistencia.
- Los tres elementos de la motivación: motivación, necesidades y posibilidades.
- Las emociones como fuente de motivación.
- El contagio de las emociones.

- Motivación, lealtad y pertenencia.
- La iniciativa.
- El fomento de la risa, la alegría y el buen humor.
- El fomento de la inspiración y el estímulo.

Duración:

30 horas

Dimensión interpersonal (social)

Dirigido al personal de las áreas (personal de ventas, encomiendas, terramozas, verificadores de tickes y personal de seguridad).

TALLER 4. Empatía.

Objetivo general:

Escuchar con concentración, comprender pensamientos y sentimientos no expresados verbalmente haciendo en forma analítica.

Contenido programático:

El lenguaje no verbal.

La expresión de las emociones y los comportamientos en las distintas culturas.

Diferencia de comunicación y expresión de las emociones.

Comprender, ayudar e influir. Persuasión y emoción.

Las comunicaciones empáticas.

Duración:

30 horas.

TALLER 5. Relaciones personales.

Objetivo general:

Tener la capacidad de reflexionar sobre las ventajas de los conflictos para el crecimiento de los individuos, así como crear y cultivar las relaciones.

Contenido programático:

- Fórmulas de exteriorización con inteligencia emocional.
- Las tres herramientas de la asertividad: autoapertura, asertividad y escucha activa manejo de conflictos.
- La adaptación al cambio.
- Catalizador de cambios.

Duración:

30 horas.

REFERENCIAS

1. Arredondo Baquerizo, D. L. (2008). Inteligencia emocional y clima organizacional en el personal del Hospital" Félix Mayorca Soto". Disponible en: <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/3275>
2. Barbosa Ramírez, Lucía Carolina. (2013). Leadership and emotional intelligence among persons working in leading positions at companies in Bogota. Universidad & Empresa. Vol. 25, p87-106. 20p. Disponible en: <http://eds.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=e0204119-616a-49a3-9cbf-bc0b40df5704%40sessionmgr4004&hid=4113>.
3. Bar-On, R. (2000). Emotional and social intelligence: Insights from the Emotional Quotient Inventory (EQ-i). En R. Bar-On y J.D.A. Parker (Eds.). The handbook of emotional intelligence: Theory, development, assessment, and application at home, school, and in the workplace. (pp. 363-387). San Francisco, CA: Jossey-Bass Inc.
4. Berry, Leonard y A. Parasuraman (1991). Marketing en las empresas de servicio. Grupo editorial Norma, México.
5. Castillo, Camilo Góngora; Díaz, María Hernández; Fariñas, Anaí García; Delgado, Zoe Sánchez. (2009). Labour competences proposals for physicians offering medical care services in Cuban hotels. Revista Cubana de Educación Médica Superior. Vol. 23 Issue 3, p15-26. 12p. 4 Charts, 1 Graph. Disponible en: <http://eds.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=3acd0327-310f-4d2f-bd54-770dc2559ec9%40sessionmgr112&vid=16&hid=116>.

6. Castro Milano, Luis A. (2012). Management training and skills development for hotel managers. Cuadernos de Administración. Vol. 28 Issue 48, p64-76. 13p. Disponible en: <http://eds.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=3acd0327-310f-4d2f-bd54-770dc2559ec9%40sessionmgr112&vid=13&hid=116>
7. CEPAL (Secretaria de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (1999). Las Normas ISO 9000: Calidad como estrategia de mercado, Boletín FAL # 152.
8. Cooper, R. A., k Cooper, R., & Sawaf, A. (1998). La inteligencia emocional aplicada al liderazgo ya las organizaciones. Editorial Norma.
9. Correia Paulino, Giuseppe; Wagner Araújo Lucena, Daniel; Camila Fernandes Madruga, Lyvia; DutraLeão de Menezes, Paula; Pinheiro Rafael de Sousa, Patricia. (2012). Gestión de la calidad de servicios de alimentos y bebidas. Estudios y perspectivas en turismo. May2012, Vol. 21 Issue 3, p763-777. 15p. Disponible en: <http://eds.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=3acd0327-310f-4d2f-bd54-770dc2559ec9%40sessionmgr112&vid=32&hid=109>
10. Cronin, J., & Taylor, S. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. Journal of Marketing, 56(3), 55-68.
11. Cruz, M., Olvera, L., Domínguez, T., & Cortés, S. (2002). El papel de la inteligencia emocional en el rendimiento académico de estudiantes de ingeniería del INO. Revista Psicología y Salud, 12(2), 159-172.
12. Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2001).

13. Dueñas Ruiz, Domingo Ernesto & Monsalve, Henry Jaimes. (2008). Métodos para determinar la calidad del servicio de transporte urbano en autobús. *UIS Ingenierías*. 2008, Vol. 7 Issue 2, p237-248. Disponible en: 12p. <http://eds.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=6c5078dc-2ca7-4fb0-a7a1-7fc62d21330c%40sessionmgr4004&hid=4210>
14. Elizabeth Maldonado-Radillo, Sonia; Ma. Guillén Jiménez, Ana; Ernesto Carranza Prieto, Rafael; Concepción Ramírez Barón, María (2013). Analysis of service quality received from higher education institutions. *Revista Internacional Administración & Finanzas (riaf)*. vol. 6 issue 7, p67-79. 13p. Disponible en: <http://eds.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=27&sid=3acd0327-310f-4d2f-bd54-770dc2559ec9%40sessionmgr112&hid=109>
15. Falla Albújar, Ana Cecilia (2008) "Validación de un método para la medición de la calidad de servicio del área de canales de atención del BCP de la ciudad de Chiclayo".
16. Fisher, L. & Navarro, V. (1994). *Introducción a la investigación de mercado* (3ª ed.). México: McGraw-Hill Interamericana S.A. de C.V.
17. Gardner, H. (1993). *Múltiple Intelligences. The theory in practice*. Nueva York: Basic Books.
18. Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence*. Nueva York: Bantam Books. (Trad. Cast. Kairós, 1996).
19. Goleman, D. (1998). *La práctica de la inteligencia emocional*. Barcelona: Kairós.

20. Goleman, D. (2001). Emotional intelligence perspectives on a theory of performance. En C. Cherniss, & D. Goleman (Eds.), *The emotionally intelligent workplace*. San Francisco: Jossey- Bass.
21. Goleman, D. (2001). Emotional intelligence perspectives on a theory of performance. En C. Cherniss, & D. Goleman (Eds.), *The emotionally intelligent workplace*. San Francisco: Jossey- Bass.
22. Gutierrez Pulido, Humberto; Gutierrez González, Porfirio; Díaz Caldera, Lizbeth; Garibay López, Cecilia (2014) Multivariate analysis and QFD as tools to listen to the voice of the customer and improve service quality. *INGENIARE - Revista Chilena de Ingeniería*. 2014, Vol. 22 Issue 1, p62-73. 12p. Disponible en: <http://eds.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=27&sid=3acd0327-310f-4d2f-bd54-770dc2559ec9%40sessionmgr112&hid=109>
23. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. La Habana: Editorial Félix Varela, 2.
24. Hernández, L. (2014). *Inteligencia emocional y servicio al cliente, estudio realizado con el personal de servicio al cliente de la cooperativa de Salcajá R.L.* Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
25. Jiménez, C. R. A. F., Arias, M. M. G., & Espinosa, M. J. (2008). Tesis “Estudio acerca de la relación entre calidad del servicio percibida e inteligencia emocional: comportamiento en procesos hoteleros de Cuba”. Disponible en: <http://monografias.umcc.cu/monos/2009/INDECO/m09ind7.pdf>

26. Jorge Vera; L., Andrea Trujillo. (2009). The Role of Restaurant Service Quality as an Antecedent of Customer Loyalty. *Panorama Socioeconómico* Vol. 27 Issue 38, p16-30. 15p. 1 Diagram, 11 Charts. Disponible en: <http://eds.b.ebscohost.com/ehost/detail?vid=32&sid=3acd0327-310f-4d2f-bd54-770dc2559ec9%40sessionmgr112&hid=109&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=fua&AN=44684301>
27. Junco, Varna Hernández; Tápanes, Lázaro Quintana; Díaz, Ramiro Guedes; Torres, Reynaldo Mederos; Cossío, Neife Sablón. (2006). Estudio de la motivación, la satisfacción laboral, el liderazgo, la cultura organizacional y la calidad del servicio existente en el hospital Mario Muños Monroy. *Folletos gerenciales*. Vol. 10 Issue 10, p37-53. 17p. Disponible en: <http://eds.b.ebscohost.com/ehost/detail?vid=9&sid=20238447-3745-421e-97b4-b5d6a59ec302%40sessionmgr111&hid=116&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=zbh&AN=25591191>.
28. Junco, Varna Hernández; Tápanes, Lázaro Quintana; Torres, Reynaldo Mederos; Díaz, Ramiro Guedes; Gutiérrez, Benita Nancy García. (2009). Motivation, satisfaction at work, leadership and their relation with the service quality *Revista Cubana de Medicina Militar*. Vol. 38 Issue 1, Specialsection p1-8. 8p. Disponible en: <http://eds.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=11&sid=20238447-3745-421e-97b4-b5d6a59ec302%40sessionmgr111&hid=116>

29. Juran, M. & Gryna F. M. (1998). Análisis y planeación de la calidad. México: Editorial. MC Graw Hill. Tercera edición. 633 pp.
30. Kotler, P. (1997). Mercadotecnia. México: Prentice-Hall.
31. Kotler, P., & Bloom, P. (1984). Marketing Professional Services. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall.
32. Kotler, P., & Keller, K. (2006): Dirección de Marketing. México: Prentice-Hall.
33. Laci, Omayda Urbina; Esperón, Julia Maricela Torres; Ceballos, Marta Otero; Trujillo, Nelcy Martínez. (2008). Theworkingcompetences of thenursingprofessional in theNeonatologyservice. Revista Cubana de Educación Médica Superior. Vol. 22 Issue 4, p1-10. 10p. Disponible en: <http://eds.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=13&sid=3acd0327-310f-4d2f-bd54-770dc2559ec9%40sessionmgr112&hid=116>
34. López Ortiz, W. (2016). Relación entre inteligencia emocional y satisfacción del cliente de la municipalidad de la democracia, departamento de escuintla." sede regional de escuintla escuintla. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2016/05/43/Lopez-Walter.pdf>
35. Lucero Botía Sanabria, María; Humberto Orozco Pulido, Luis. (2012). Competencias en servicio al cliente y efectividad en solución de problemas. Estudios y Perspectivas en Turismo. Vol. 21 Issue 3, p646-662. 17p. Disponible en: <http://eds.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=20238447-3745-421e-97b4-b5d6a59ec302%40sessionmgr111&hid=116>

36. Mayer, J.D. y Salovey, P. (1999). What is emotional intelligence? In P. Salovey & D. Sluyter (Eds). Emotional Development and Emotional Intelligence: Implications for Educators (p. 3- 31) Nueva York: Basic Books.
37. Müller, Enrique (1999): Cultura de calidad de servicio. Editorial Trillas. México.
38. Muñoz, Domingo Caballero; Prieto, Antonio Blanco. (2007). Competencias para la flexibilidad: la gestión emocional de las organizaciones. *Psicothema*. Vol. 19 Issue 4, p616-620. 5p. Disponible en: <http://eds.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=3acd0327-310f-4d2f-bd54-770dc2559ec9%40sessionmgr112&hid=116>
39. Olatoye, R. A., Akintunde, S. O., & Yakasi, M. I. (2010). Inteligencia emocional, creatividad y logro académico en los estudiantes de empresariales. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 8(2), 763-786.
40. Oliva, E. J. D. (2005). Del servicio y sus modelos de medición. Disponible en: <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/viewFile/30/40>
41. Orué-Arias, E. (2011). Inteligencia emocional y desempeño laboral de los trabajadores en una empresa peruana.
42. Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of quality service. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
43. Rodríguez, Ángel Machorro; García, Alberto Venegas; Díaz, Edmundo Resenos; Córdova, Maricela Gallardo; Maciel, Brenda Arlette Acuña. (2009). La calidad en el servicio como ventaja competitiva en una empresa automotriz. *Revista de la Ingeniería Industrial*. 2009, Vol. 3 Issue 1, p1-16.

- 16p. 1 Diagram, 5 Charts, 1 Graph. Disponible en:
<http://eds.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=3acd0327-310f-4d2f-bd54-770dc2559ec9%40sessionmgr112&vid=36&hid=109>
44. Romero, María Elizabeth Fonseca; Acosta, María Elena Pino. (2006). Evaluación de las competencias emocionales y su influencia en el liderazgo eficaz. Folletos Gerenciales. Vol. 10 Issue 3, p1. 8p. Disponible en:
<http://eds.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=20238447-3745-421e-97b4-b5d6a59ec302%40sessionmgr111&hid=116>.
45. Salvador-Ferrer, Carmen M. (2012). Commitment organizational as predictor of emotional intelligence. Revista Interamericana de Psicología. Vol. 46 Issue 2, p261-266. 6p. Disponible en:
<http://eds.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=7&sid=e0204119-616a-49a3-9cbf-bc0b40df5704%40sessionmgr4004&hid=4113>
46. Sánchez Arteaga, María Elva (2012). Inteligencia emocional percibida y su relación con la satisfacción laboral en el profesional de enfermería de la Microred Cono Norte Tacna. Disponible en:
http://tesis.unjbg.edu.pe:8080/bitstream/handle/unjbg/186/71_2013_Sanchez_Artiaga_ME_FACS_Enfermeria_2013.pdf?sequence=1
47. Sternberg, R. (1997). Inteligencia exitosa: cómo una inteligencia práctica y creativa determinan el éxito en la vida. Barcelona: Paidós.
48. Torres, Rodrigo A. Zárate; Matviuk, Sergio. (2012). Inteligencia emocional y prácticas de liderazgo en las organizaciones colombianas. Cuadernos de Administración. , Vol. 28 Issue 47, p89-102. 14p. Disponible en:

<http://eds.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=5&sid=e0204119-616a-49a3-9cbf-bc0b40df5704%40sessionmgr4004&hid=4113>

49. Torres, Rodrigo A. Zárate; Matviuk, Sergio. (2012). Inteligencia emocional y prácticas de liderazgo en las organizaciones colombianas. Cuadernos de Administración. Vol. 28 Issue 47, p89-102. 14p. Disponible en: <http://eds.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=5&sid=e0204119-616a-49a3-9cbf-bc0b40df5704%40sessionmgr4004&hid=4113>.
50. Vázquez, R., Rodríguez, I., & Díaz, A. (1996). Estructura multidimensional de la calidad de servicio en cadenas de supermercados: desarrollo y validación de la escala Calsuper. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Oviedo.
51. Vera, Jorge, and Andrea Trujillo. "El papel de la calidad del servicio del restaurante como antecedente de la lealtad del cliente." *Panorama Socioeconómico* 38 (2009): 16-30.

APÉNDICES

APÉNDICE 1. MATRIZ DE COHERENCIA

Problemas	Objetivos	Hipótesis
¿De qué manera un programa de inteligencia emocional mejorará la calidad de servicio en la empresa de “Transportes Civa” – Chiclayo?	Proponer un programa de Inteligencia Emocional como estrategia para mejorar la calidad de servicio en el personal en la empresa de “Transportes Civa” – Chiclayo 2016.	No va hipótesis, por qué no se llegará a ejecutar el Programa de Inteligencia Emocional.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas
	Identificar el nivel de inteligencia emocional del personal de la empresa de “Transportes Civa” – Chiclayo 2016.	
	Identificar el nivel calidad de servicio del personal de la empresa de “Transportes Civa” – Chiclayo 2016.	
	Diseñar el programa de inteligencia emocional para mejorar la calidad de servicio en el personal en la empresa de “Transportes Civa” – Chiclayo 2016.	

APÉNDICE 2. MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	DISEÑO DEL ESTUDIO	POBLACION/ MUESTRA	VARIABLES
LA INTELIGENCIA EMOCIONAL COMO ESTRATEGIA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL PERSONAL DE LA "EMPRESA DE TRANSPORTES CIVA" - CHICLAYO 2016	¿Un programa de Inteligencia Emocional mejorará la calidad de servicio en la empresa de "Transportes Civa" – Chiclayo?	Proponer un programa de Inteligencia Emocional como estrategia para mejorar la calidad de servicio en el personal en la empresa de "Transportes Civa" – Chiclayo 2016.	Identificar el nivel de inteligencia emocional del personal de la empresa de "Transportes Civa" – Chiclayo 2016. Diseñar el programa de inteligencia emocional para mejorar la Calidad de Servicio en el personal en la	Tipo de estudio Descriptiva propositiva transversal Diseño de investigación No experimental	Para medir la variable Inteligencia Emocional la población estará conformada por 36 trabajadores. Para medir la Calidad de Servicio la población estará constituida por los clientes de la agencia de transportes Civa. Se tomó como muestra a 50 clientes y fueron seleccionados por muestreo intencional.	Independiente. Inteligencia Emocional Dependiente. Calidad de Servicio

			empresa de "Transportes Civa" – Chiclayo 2016.			
--	--	--	---	--	--	--

APÉNDICE 3. CUESTIONARIO: INTELIGENCIA EMOCIONAL

Las emociones son lo que nos impulsa a alcanzar nuestros objetivos, aquello que moviliza nuestra energía y nuestra motivación, lo que impulsa nuestras percepciones y modela nuestras acciones.

Por favor, pedimos su colaboración para que se sirva responder con seriedad el siguiente cuestionario sobre las competencias que configuran la Inteligencia Emocional.

Marque con un aspa (x) la alternativa que considere:

1 = Nunca 2 = A veces 3 = Rara vez 4 = Con frecuencia 5 = Siempre

PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1. Regulo adecuadamente mis sentimientos impulsivos					
2. Regulo adecuadamente mis emociones conflictivas					
3. Soy una persona valiente y decidida					
4. Permanezco equilibrado aun en los momentos más críticos					
5. Recurro a mis valores personales para tomar mis decisiones personales					
6. Recurro a los valores de la organización para tomar mis decisiones laborales					
7. Permanezco positivo aun en los momentos más críticos					
8. Pienso con claridad y permanezco centrado a pesar de las presiones					
9. Soy una persona optimista					
10. Actúo más desde la perspectiva del éxito que desde el miedo al fracaso					
11. Considero que los errores son oportunidades de aprendizaje					
12. Actúo de manera ética					
13. Tomo decisiones en función de mis principios.					
14. Genero confianza en los demás por mi honradez y franqueza					
15. Soy capaz de admitir mis propios errores					
16. Gestiono mi tiempo según prioridades					
17. Busco siempre nuevas ideas a partir de fuentes variadas.					

18. Aprendo continuamente a mejorar mi desempeño en mis tareas cotidianas					
19. No me genera estrés si se me acumulan múltiples demandas de los demás					
20. Se decir que no de manera asertiva.					
21. Me adapto rápidamente a los cambios					
22. Adopto posturas firmes en mis principios aunque resulten impopulares					
23. Cumplo con mis compromisos y mis promesas					
24. Soy una persona organizada					
25. Adopto nuevas perspectivas cuando planifico mi vida					
26. Soy una persona orientada a resultados					
27. Soy una persona con un alto grado de motivación					
28. Cuando tengo claros mis objetivos, no me representa un esfuerzo el sacrificio					
29. Encuentro sentido al esfuerzo si lo que hago está acorde con mi misión vital					
30. Persigo los objetivos más allá de lo que se requiere o se espera de mi					
31. Insisto en lograr mis objetivos a pesar de los obstáculos que se presenten					
32. Despierto la participación y el entusiasmo					
33. Busco activamente oportunidades para que se hagan realidad mis sueños					
34. Señalo las acciones poco éticas de los demás.					
35. Soy una persona cuidadosa con las cosas					
36. Soy una persona atenta con los demás					
37. Recabo la información necesaria para reducir mi incertidumbre y actuar					
38. Inspiro a otras personas a emprender esfuerzos desacostumbrados					
39. Se escuchar y empatizar con las emociones de los demás					
40. Soy una persona sensible y comprendo los puntos de vista de los demás.					
41. Ayudo a los demás desde la comprensión de sus necesidades y sentimientos.					
42. Reconozco y recompensó las fortalezas, los logros y el desarrollo de los demás.					
43. Trato de satisfacerlas las necesidades de los demás a partir de mis capacidades.					

44. Brindo desinteresadamente la ayuda necesaria a los demás.					
45. Me relaciono bien con personas de distinto estatus económico/ cultural/social.					
46. Considero la diversidad como una oportunidad para desarrollarse.					
47. Afronto los prejuicios y la intolerancia.					
48. Percibo y comprendo los valores que rigen en los grupos que participo.					
49. Aporto soluciones originales a los problemas					
50. Recorro a explicaciones muy precisas para captar la atención de los demás					
51. Abordo abiertamente las cuestiones difíciles					
52. Busco la comprensión mutua para llegar a acuerdos					
53. Permanezco abierto tanto a las buenas noticias como a las malas					
54. Manejo a las personas difíciles y las situaciones tensas con diplomacia y tacto.					
55. Busco soluciones que satisfagan plenamente a todos los implicados.					
56. Lidero con el ejemplo					
57. Reconozco la necesidad de cambiar y eliminar barreras					
58. Promuevo el cambio y consigo que otros hagan lo mismo.					
59. Creo y consolido la amistad con las personas de mi entorno laboral					
60. Colaboro y comparto planes, información y recursos					
61. Promuevo un clima de amistad y cooperación en todos mis entornos					
62. Aliento cualidades grupales como el respeto, la disponibilidad y la cooperación					
63. Cuido al grupo y no hablo mal de los demás con otras personas.					
64. No me atribuyo como propios los méritos de todo el equipo.					
65. Consolida la identidad grupal, el espíritu de equipo y el compromiso					

Validez

La validez de contenido se realizó por juicio de expertos:

- Eco. Carlos Vereau Letellier
- MBA Cesar Chuman Cabezas
- Lic. Martin Valdivieso Iturregui

Confiabilidad

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Válidos	36	100,0
Excluidos ^a	0	,0
Total	36	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,762	65

APÉNDICE 3: CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO

Estimado usuario:

Queremos conocer su opinión acerca del servicio que brinda el personal de la Empresa CIVA.

Para contestar esta encuesta debe poner notas de 1 a 5 a cada una de las 22 preguntas que se realizan a continuación.

1 = Muy insatisfecho
2 = Insatisfecho
3 = Indiferente (No está insatisfecho, pero tampoco satisfecho)
4 = Satisfecho
5 = Muy satisfecho

	ITEMS	MI	I	In	S	M S
1	La empresa Civa tiene equipos de apariencia moderna.	1	2	3	4	5
2	Las instalaciones físicas de la empresa Civa son visualmente atractivas	1	2	3	4	5
3	Los empleados de la empresa Civa tienen apariencia pulcra.	1	2	3	4	5
4	Los elementos materiales (folletos, estados de cuenta y similares) son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5
5	Cuando la empresa Civa promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	1	2	3	4	5
6	Cuando un cliente tiene un problema la empresa Civa muestra un sincero interés en solucionarlo	1	2	3	4	5
7	La empresa Civa realiza bien el servicio la primera vez	1	2	3	4	5
8	La empresa Civa concluye el servicio en el tiempo prometido	1	2	3	4	5
9	La empresa Civa de servicios insiste en mantener registros exentos de errores	1	2	3	4	5
10	Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio.	1	2	3	4	5
11	Los empleados de la empresa Civa ofrecen un servicio rápido a sus clientes.	1	2	3	4	5
12	Los empleados de la empresa Civa siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes	1	2	3	4	5
13	Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de sus clientes.	1	2	3	4	5
14	El comportamiento de los empleados de la empresa Civa transmite confianza a sus clientes	1	2	3	4	5
15	Los clientes se sienten seguro en sus transacciones con la empresa Civa	1	2	3	4	5
16	Los empleados de la empresa Civa son siempre amables con los clientes.	1	2	3	4	5
17	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes	1	2	3	4	5
18	La empresa Civa da a sus clientes una atención individualizada.	1	2	3	4	5
19	La empresa Civa tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.	1	2	3	4	5
20	La empresa Civa tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.	1	2	3	4	5
21	La empresa Civa se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.	1	2	3	4	5
22	La empresa Civa comprende las necesidades específicas de sus clientes.	1	2	3	4	5

Validez

La validez de contenido se realizó por juicio de expertos:

- Eco. Carlos Vereau Letellier
- MBA Cesar Chuman Cabezas
- Lic. Martin Valdiviezo Iturregui

Confiabilidad

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Válidos	50	100,0
Casos Excluidos ^a	0	,0
Total	50	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,077	22

ANEXOS

Anexo 1: Fotos realizando trabajo de campo en la Empresa Civa Lambayeque 2014.



