

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**



ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

**LA INTELIGENCIA EMOCIONAL Y
SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS, DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO
SÁNCHEZ CARRIÓN HUACHO - 2018**

PRESENTADO POR:

BACH. ROBERT FERNANDO YARINGAÑO DIAZ

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN GESTIÓN
PÚBLICA**

ASESOR:

Dra. FLOR VICTORÍA PICHILINGUE NÚÑEZ

HUACHO - 2020

**LA INTELIGENCIA EMOCIONAL Y SATISFACCIÓN DE LOS
USUARIOS, DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO
SÁNCHEZ CARRIÓN HUACHO - 2018**

BACH. ROBERT FERNANDO YARINGAÑO DIAZ

TESIS DE MAESTRÍA

ASESOR: Dra. FLOR VICTORÍA PICHILINGUE NÚÑEZ

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA
HUACHO
2020**

DEDICATORIA

Esta tesis la dedico a mi Dios, quien supo guiarme por el buen camino, darme las fuerzas necesarias para seguir adelante y no desmayar en los problemas y adversidades que da la vida.

A mis padres que siempre me apoyaron, incondicionalmente en la parte moral y económica para lograr mis objetivos.

A mi esposa por el apoyo del día a día, para lograr mi superación y ser realidad mis sueños.

Robert Fernando, Yaringaño Diaz

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.

A mis padres por ser el pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente a lograr mi meta.

A mi esposa por la ayuda y consejos que me da.

Agradezco a mi asesor de tesis, Pichilingue Nuñez, Flor Victoria quien, con su experiencia y conocimiento hizo posible la presente investigación.

Robert Fernando, Yaringaño Diaz

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
CAPÍTULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.2 Formulación del problema	3
1.2.1 Problema general	3
1.2.2 Problemas específicos	3
1.3 Objetivos de la investigación	4
1.3.1 Objetivo general	4
1.3.2 Objetivos específicos	4
1.4 Justificación de la investigación	5
1.5 Delimitaciones del estudio	6
1.6 Viabilidad del estudio	7
CAPÍTULO II	8
MARCO TEÓRICO	8
2.1 Antecedentes de la investigación	8
2.1.1 Investigaciones internacionales	8
2.1.2 Investigaciones nacionales	12
2.2 Bases teóricas	16
2.3 Bases filosóficas	29
2.4 Definición de términos básicos	33
2.5 Hipótesis de investigación	35
2.5.1 Hipótesis general	35
2.5.2 Hipótesis específicas	35
2.6 Operacionalización de las variables	36
CAPÍTULO III	38
METODOLOGÍA	38
3.1 Diseño metodológico	38
3.2 Población y muestra	39
3.2.1 Población	39

3.2.2	Muestra	39
3.3	Técnicas de recolección de datos	40
3.4	Técnicas para el procesamiento de la información	41
CAPÍTULO IV		43
RESULTADOS		43
4.1	Análisis de resultados	43
4.2	Contrastación de hipótesis	61
CAPÍTULO V		73
DISCUSIÓN		73
5.1	Discusión de resultados	73
CAPÍTULO VI		77
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		77
6.1	Conclusiones	77
6.2	Recomendaciones	80
REFERENCIAS		81
7.1	Fuentes documentales	81
7.2	Fuentes bibliográficas	82
7.4	Fuentes electrónicas	82
ANEXOS		84

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de la Variable Inteligencia emocional	36
Tabla 2. Operacionalización de la Variable Satisfacción del usuario	37
Tabla 3. Baremación de la variable Inteligencia emocional y sus dimensiones.....	41
Tabla 4. Baremación de variable Satisfacción del usuario y sus dimensiones	42
Tabla 5 Inteligencia emocional.....	43
Tabla 6 Autoconciencia	44
Tabla 7 Autorregulación.....	45
Tabla 8 Motivación.....	46
Tabla 9 Empatía.....	47
Tabla 10 Habilidades Sociales.....	48
Tabla 11 Satisfacción del usuario	49
Tabla 12 Rendimiento percibido	50
Tabla 13 Expectativas.....	51
Tabla 14 Niveles de satisfacción.....	52
Tabla 15 Inteligencia emocional y Satisfacción del usuario	53
Tabla 16 Autoconciencia y Satisfacción del usuario	54
Tabla 17 Autorregulación y Satisfacción del usuario	55
Tabla 18 Motivación y Satisfacción del usuario	56
Tabla 19 Empatía y Satisfacción del usuario	57
Tabla 20 Habilidades sociales y Satisfacción del usuario.....	58
Tabla 21 Resultados de Normalidad de las variables y sus dimensiones	59
Tabla 22 Correlación entre Inteligencia emocional y Satisfacción del usuario.....	61
Tabla 23 Correlación entre Autoconciencia y Satisfacción del usuario	63
Tabla 24 Correlación entre Autorregulación y Satisfacción del usuario	65
Tabla 25 Correlación entre Motivación y Satisfacción del usuario.....	67
Tabla 26 Correlación entre Empatía y Satisfacción del usuario.....	69
Tabla 27 Correlación entre Habilidades sociales y Satisfacción del usuario	71

INDICE DE FIGURA

Figura 1. Inteligencia emocional	43
Figura 2. Autoconciencia.....	44
Figura 3. Autorregulación.....	45
Figura 4. Motivación	46
Figura 5. Empatía	47
Figura 6. Habilidades Sociales	48
Figura 7. Satisfacción del usuario.....	49
Figura 8. Rendimiento percibido	50
Figura 9. Expectativas	51
Figura 10. Niveles de satisfacción.....	52
Figura 11. Inteligencia emocional y Satisfacción del usuario	53
Figura 12. Autoconciencia y Satisfacción del usuario	54
Figura 13. Autorregulación y Satisfacción del usuario	55
Figura 14. Motivación y Satisfacción del usuario	56
Figura 15. Empatía y Satisfacción del usuario	57
Figura 16. Habilidades sociales y Satisfacción del usuario	58
Figura 17. Correlación entre Inteligencia emocional y Satisfacción del usuario	62
Figura 18. Correlación entre Autoconciencia y Satisfacción del usuario.....	64
Figura 19. Correlación entre Autorregulación y Satisfacción del usuario	66
Figura 20. Correlación entre Motivación y Satisfacción del usuario	68
Figura 21. Correlación entre Empatía y Satisfacción del usuario	70
Figura 22. Correlación entre Habilidades sociales y Satisfacción del usuario	72

RESUMEN

Objetivo: Analizar la influencia que existe entre la inteligencia emocional y la satisfacción del usuario de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho – 2018.

Métodos: La población estuvo comprendida por 562 personales administrativos que atienden directamente al usuario de la institución mencionada, de los cuales, 228 de ellos fueron parte de la muestra en el presente trabajo de investigación. Contando como instrumento al cuestionario de inteligencia emocional derivado del modelo de la inteligencia emocional del Dr. Daniel Goleman. La confiabilidad de dicho instrumento fue validada mediante el coeficiente alfa de Cronbach. **Resultados:** Se evidenció que, un 86% de los encuestados sostienen que la variable Inteligencia emocional alcanzó un nivel alto. Y un 90% manifiesta que la variable satisfacción al usuario, alcanzó un nivel de muy satisfecho.

Conclusión: Los resultados obtenidos reflejan que la inteligencia emocional influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho – 2018. Teniendo una correlación de Rho de Spearman de 0.825, siendo una correlación positiva y alta de acuerdo a la escala de Bisquerra.

Palabras clave: Inteligencia emocional, Satisfacción del usuario, Autoconciencia, Autorregulación, Motivación, Empatía, Habilidades sociales.

ABSTRACT

Objective: To analyze the influence that exists between emotional intelligence and user satisfaction at the José Faustino Sánchez Carrión National University, Huacho - 2018.

Methods: The population was comprised of 562 administrative personnel who directly serve the user of the aforementioned institution, from which, 228 of them were part of the sample in the present research work. Counting as an instrument the emotional intelligence questionnaire derived from Dr. Daniel Goleman's model of emotional intelligence. The reliability of this instrument was validity using Cronbach's alpha coefficient. **Results:** It was evidenced that 86% of those surveyed maintain that the Emotional Intelligence variable reached a high level. Moreover, 90% state that the user satisfaction variable reached a level of very satisfied. **Conclusion:** The results obtained reflect that emotional intelligence influences user satisfaction, from the José Faustino Sánchez Carrión de Huacho National University - 2018. Having a correlation of Spearman's Rho of 0.825, being a positive and high correlation according to the Bisquerra scale.

Keywords: Emotional intelligence, User satisfaction, Self-awareness, Self-regulation, Motivation, Empathy, Social skills.

INTRODUCCIÓN

La finalidad de esta investigación es analizar la influencia que existe entre la inteligencia emocional y la satisfacción del usuario de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

En el capítulo I se ha descrito la problemática existente de la inteligencia emocional y la satisfacción del usuario, se han formulado los problemas de investigación, se han establecido los objetivos, se han expuesto las justificaciones que dieron lugar a la realización del presente tema de investigación, se ha determinado la delimitación, y viabilidad correspondiente.

En el capítulo II se ha desarrollado el marco teórico empezando con los trabajos que sirvieron de guía en los antecedentes internacionales y nacionales por ser investigaciones sobre la inteligencia emocional y la satisfacción del usuario, para luego contrastar la información que se recoja con los resultados finales de la presente investigación. Además, se han desarrollado las bases teóricas de ambas variables de estudio, las bases filosóficas, y se ha elaborado las definiciones conceptuales a manera de un glosario de términos básicos. Prosiguiendo así, se han establecido las hipótesis generales y específicas, partiendo de los problemas y objetivos de la investigación; así como también, se ha desarrollado la operacionalización de las variables y dimensiones.

En el capítulo III se ha desarrollado la metodología, teniendo en primer lugar al diseño metodológico, donde se ha planteado el tipo, nivel, diseño y enfoque de la investigación para luego determinar el número de individuos que conforman la población y la muestra de la investigación. Se han descrito la técnica e instrumento de recolección de datos; así como también, se ha explicado las técnicas para el procesamiento de la información.

En el capítulo IV se ha consignado los resultados de la investigación, una vez aplicados los instrumentos de recolección de datos, mismos que han sido organizados en tablas y gráficos. Para luego tener a la Contrastación de hipótesis.

En el capítulo V se presentan la discusión del trabajo, donde se establece una comparación con los trabajos expuestos con anterioridad en los Antecedentes de la investigación.

En el capítulo VI, tenemos a las conclusiones y recomendaciones que permitieron dar conocimiento de la situación que se presenta en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, donde se realizó la investigación y sirva como aporte a investigaciones futuras. Del mismo modo, servirá de antecedente al desarrollar otras investigaciones similares en otros contextos.

En referencias, se presentan las diversas fuentes de información, siendo estas, las fuentes documentales, fuentes bibliográficas, fuentes hemerográficas, y las fuentes electrónicas.

Finalmente, se muestran los anexos de la investigación que comprenden la matriz de consistencia, el instrumento de recolección de datos que se ha aplicado a la muestra de estudio, el proceso de Baremación de variables y dimensiones, así como también, las bases de datos con la información obtenida en forma ordenada.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

La inteligencia emocional se inicia en la sociedad norteamericana ante determinadas problemáticas sociales, lo que llevaron a reflexión sobre lo que estaba pasando, de cómo las emociones llevaban a muchos escolares al borde del abismo, fuera de lo racional, acabando con sus propias vidas y la de los demás. Desde entonces la inteligencia emocional es aplicada no solamente al desempeño académico, sino al área personal de todo ser humano, esta colabora a que la persona se desenvuelva de una mejor manera o satisfactoriamente en todos los ámbitos de su vida.

El mundo empresarial ha encontrado en la inteligencia emocional una herramienta inestimable para comprender la productividad laboral de las personas, el éxito de las empresas, los requerimientos del liderazgo y hasta la prevención de los desastres corporativos. Una persona que carece de control sobre sus emociones negativas podrá ser víctima de un arrebató emocional que le impida concentrarse, recordar, aprender y tomar decisiones con claridad. En un entorno laboral de creciente profesionalización, en el que las personas son muy buenas en labores específicas, pero ignoran el resto de tareas que conforman la cadena de valor, la productividad depende cada vez más de la adecuada coordinación de los esfuerzos individuales. Por esa razón, la inteligencia emocional, que permite implementar buenas relaciones con las demás personas, es un capital inestimable para el trabajador contemporáneo.

La inteligencia emocional es *“la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos y los de los demás, de motivarnos y de manejar adecuadamente las relaciones”*. Daniel Goleman (1995)

El mundo laboral exige no solo la inteligencia racional sino otras capacidades como la inteligencia emocional.

En la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión se observa que los trabajadores trabajan presionados producto de la competencia laboral esto implica que deben estar actualizados y capacitados para cumplir con los requisitos que exige la ley universitaria y en muchos casos los trabajadores tienen que cumplir con otros trabajos para que les pueda alcanzar con la canasta familiar, por lo que todo ello les afecta a sus emociones, al autocontrol no interactúan con los demás y no se realizan con frecuencia, reuniones de camaradería muy importante para relacionarse con los miembros de la organización: con jefes y colaboradores, con clientes y proveedores puede llevarnos a negociar intereses o resolver conflictos, a dirigir o guiar y a fomentar el espíritu de equipo.

Asimismo, los trabajadores no cuentan con la capacidad de controlar sus propias emociones, la sociabilidad tiene que ver en cambio con el conocimiento y control de las emociones y estados de ánimo de los demás, que se refleja en la satisfacción del usuario de la Universidad.

La investigación permitirá analizar la inteligencia emocional del personal que labora en la universidad José Faustino Sánchez Carrión y como se relaciona con la satisfacción de los usuarios.

Por ello nos planteamos lo siguiente:

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera la inteligencia emocional influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018?

1.2.2 Problemas específicos

- a) ¿Cuál es la influencia que existe en la autoconciencia y la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018?
- b) ¿Cuál es la influencia entre la autorregulación y la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho - 2018?
- c) ¿Cómo influye la motivación en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018?
- d) ¿Cuál es la influencia de la empatía en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018?
- e) ¿Cuál es la influencia de las habilidades sociales en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Analizar la influencia que existe entre la inteligencia emocional y la satisfacción del usuario, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Determinar la influencia que existe entre la autoconciencia y la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.
- b) Establecer la influencia que existe entre la autorregulación y la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.
- c) Identificar la influencia que existe entre la motivación y la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.
- d) Determinar la influencia entre la empatía y la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.
- e) Determinar la influencia de las habilidades sociales y la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

1.4 Justificación de la investigación

Las tensiones de la vida moderna, la continua globalización de los conocimientos en el terreno individual, estudiantil, profesional, laboral, la presión del tiempo, la exigencia de un constante perfeccionamiento, entre otros factores, son situaciones que tienden a alterar el estado emocional de la mayoría de los trabajadores, llevándolos al borde de sus propios límites físicos y psíquicos. Como se puede apreciar el estado de ánimo es importante en el momento de atender y cumplir con las expectativas del usuario

En este sentido, el presente trabajo analizó la influencia que existe entre la inteligencia emocional y la satisfacción de los usuarios por los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho. Los resultados permitieron enfrentar con creatividad y positivismo las dificultades que la vida presenta, teniendo en cuenta un adecuado desarrollo y manejo de la inteligencia emocional. Finalmente, la presente investigación ha dado un gran aporte, dentro de lo laboral y social de la institución, para hacer frente a los problemas de manera competente. Asimismo, se dio un aporte teórico a través del nuevo conocimiento científico que será fundamentado con los resultados que se obtuvieron luego de procesar la información.

1.5 Delimitaciones del estudio

La delimitación temática: En la investigación se abordaron temas como la inteligencia emocional y satisfacción de los usuarios.

La delimitación espacial: La investigación se realizó en la Universidad José Faustino Sánchez Carrión, que se encuentra en el distrito de Huacho, Provincia de Huaura, Departamento de Lima.

La delimitación temporal: El desarrollo de la Investigación se realizó en el año 2018.

La delimitación Poblacional: Esta Comprendida por los trabajadores administrativos de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión.

1.6 Viabilidad del estudio

La viabilidad de la investigación está relacionada con la disponibilidad de la información y la aplicación de los instrumentos necesarios al personal de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión. Los recursos económicos fueron costeados por el investigador, en cuanto a los recursos humanos se contó con un equipo: investigador, asesor, encuestadores, y apoyo logístico.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Pacheco, (2009); realizó una investigación sobre la *Inteligencia emocional del gerente educativo y relaciones interpersonales en escuelas bolivarianas del municipio san francisco – Venezuela*, con una muestra constituida por 9 directivos y 74 docentes tiene como objetivo determinar la relación entre inteligencia emocional del gerente educativo y relaciones interpersonales en las Escuelas Bolivarianas del Municipio San Francisco en el año 2009. Se sustenta en el enfoque cuanti-cualitativo, en la investigación documental, de campo, descriptiva y exploratoria; llegando a la siguiente conclusión: que el gerente educativo tiene dominio significativo en cuanto a su Inteligencia Emocional, lo cual representa una fortaleza para las relaciones interpersonales en su ámbito de trabajo. Sin embargo, debe mejorar el autodomínio y el liderazgo para que consolide un ámbito armónico en las organizaciones objeto de estudio.

Araujo, (2012); realizo la investigación sobre *La Inteligencia Emocional y Desempeño Laboral en las Instituciones de Educación Superior Públicas*. Tuvo como objetivo general determinar la relación entre la Inteligencia Emocional y el Desempeño Laboral del Nivel Directivo, en las Instituciones de Educación Superior Públicas del estado Trujillo – Venezuela, la población está conformada por todas las instituciones de educación superior pública del estado Trujillo, se restringe a los individuos con responsabilidad gerencial y jerarquía de supervisores, la investigación fue de tipo descriptivo - correlacional Del cual se obtuvieron las siguientes conclusiones existe la inteligencia emocional del nivel directivo se ubica en niveles muy altos, lo cual permite que estas personas reconozcan las emociones propias y la de los demás, se esfuerzan diariamente por adquirir un mayor grado de excelencia personal y profesional.

López (2016) realizo la investigación “*Relación entre inteligencia emocional y satisfacción del cliente de la municipalidad de la democracia, departamento de Escuintla.*” De la Universidad Rafael Landívar, Guatemala. El objetivo de esta investigación, fue determinar si existe relación entre la inteligencia emocional de los colaboradores y la satisfacción del cliente que adquiere los servicios de la Municipalidad de la Democracia, departamento de Escuintla. Dicho estudio se realizó con una población de 25 personas que trabajan actualmente en los departamentos de desarrollo social y educación, y 25 clientes o usuarios que reciben los servicios de dicha municipalidad, la población oscila entre las edades de 20 a 50 años, de ambos sexos. Los instrumentos utilizados para esta investigación fueron; para inteligencia

emocional el Test T.I.E. el cual mide el nivel de inteligencia emocional en cinco factores: autoconocimiento, autorregulación, automotivación, empatía y habilidades sociales. Para medir la satisfacción del cliente, se utilizó una encuesta con 12 afirmaciones. Según los resultados obtenidos, se concluyó que el nivel de inteligencia emocional es adecuado ya que se sitúa en un nivel medio alto a óptimo, determinando que la satisfacción de los usuarios es satisfactoria, ya que los colaboradores se esfuerzan para agradar a los mismos.

Rojas (2016) realizó la tesis titulada *“La inteligencia emocional en los empleados que prestan servicios a los usuarios del Hospital Germán Vélez Gutiérrez del municipio de Betulia - Antioquia*. La investigación concluye que los empleados que prestan servicios a los usuarios en el Hospital Germán Vélez Gutiérrez en el municipio de Betulia Antioquia predominan componentes de la inteligencia emocional como lo son el intrapersonal y el estado de ánimo. Está demás aclarar que todos los porcentajes en general no presentan muchas desigualdades entre los componentes lo que implica que están en el grado de normalidad. El componente intrapersonal en los empleados se encuentra en un nivel alto en cuanto a que la mayoría de ellos tienen conocimiento de sus propias emociones, un buen concepto de sí mismo y buena autoestima; mientras que el componente interpersonal se encuentra en un nivel bajo donde las personas tienen pocas habilidades para entender las emociones de los demás y usarlas para establecer relaciones satisfactorias. El proceso de adaptabilidad y manejo del estrés de los empleados está en un nivel medio donde quiere decir que presentan alternativas de solución para

problemáticas de las cuales se enfrentan cada día. El estado de ánimo de los empleados fue otro de los componentes del cual tuvo un puntaje alto en el que se puede deducir que la mayoría de los empleados participantes tienen la capacidad de sentirse satisfechos con su propia vida y disfrutar 63 de sí mismo y de otros, además de tener la capacidad de encontrar el lado más provechoso de la vida y mantener una actitud positiva.

Hernández (2010) realizó la tesis “*Inteligencia emocional y servicio al cliente*” (estudio realizado con el personal de servicio al cliente de la cooperativa Salcajá .El objetivo del trabajo de investigación, fue establecer la influencia entre inteligencia emocional y servicio al cliente en la Cooperativa Salcajá R.L. El estudio se realizó con una muestra compuesta de 50 personas que trabajan en servicio al cliente, entre un rango de edad de 20 a 57 años, de ambos sexos. Los instrumentos utilizados para realizar el estudio fueron, para inteligencia emocional, el Test T.I.E=G, diseñado con base en el cuestionario C.E de Cooper, el cual mide el nivel de inteligencia emocional en cinco dimensiones: vulnerable extremo, vulnerable, nivel diestro, optimo y control extremo. Para servicio al cliente, se utilizó una escala de Likert mediante una encuesta con 12 afirmaciones. Con base en los resultados obtenidos, se concluyó que el nivel de servicio al cliente es satisfactorio, debido a que los colaboradores se esfuerzan por agradar a sus clientes y tienen un buen control sobre sus emociones. Por lo que se comprueba que la inteligencia emocional influye en el servicio al cliente.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Andrade (2018) en su tesis de maestría de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, titulada “*La inteligencia emocional y su relación con el rendimiento académico en asignatura de estadística en educación superior*” concluye que; existe una relación positiva alta entre la inteligencia emocional y el rendimiento académico en la asignatura de Estadística en los estudiantes de Ingeniería de la Universidad Peruana de las Américas – 2016 - II. La relación positiva entre la inteligencia emocional y el rendimiento académico en Estadística se mantiene aun separando a los estudiantes en grupos; de género, colegio de procedencia y si viven o no con sus padres; esta relación positiva no se mantiene cuando agrupamos a los estudiantes por escuela de ingeniería a la que pertenece, lo cual puede deberse a la influencia de la variable interviniente número de estudiantes por aula.

Aquino, (2012); realizo la investigación sobre *La Relación de la Inteligencia Emocional y el Liderazgo en los Directores de las Instituciones Educativas del nivel primaria de la red educativa “Nuevo Horizonte” Jauja - Junín - 2012*. Con una muestra constituida por 15 directores del nivel primaria de la red educativa “Nuevo Horizonte” Jauja – Junín - 2012, la investigación fue de tipo descriptivo - correlacional y considero como objetivo general determinar la relación de la Inteligencia Emocional y el Liderazgo en los directores de las Instituciones Educativas del nivel primaria de la red educativa “Nuevo Horizonte” Jauja - Junín - 2012. Del cual se obtuvieron las siguientes conclusiones existe correlación entre inteligencia emocional y liderazgo, en los directores de las instituciones educativas del nivel primaria

de la red educativa “Nuevo horizonte” Jauja -Junín – 2012, expresado en la $r = 0,73$. Los resultados obtenidos de esta investigación han permitido determinar que existe una relación positiva entre la inteligencia emocional y liderazgo en los directores de las instituciones educativas del nivel primaria de la red educativa “Nuevo Horizonte” – Jauja.

Salvador, (2010); realizo la investigación sobre *La Relación de la Inteligencia Emocional en el liderazgo del equipo directivo en las instituciones educativas de la zona de canto grande, UGEL N° 05 del distrito de San Juan de Lurigancho*. Con una muestra constituida por 34 directivos de las instituciones educativas de la zona de Canto Grande UGEL N° 05, distrito de San Juan de Lurigancho, la investigación fue de tipo descriptivo - correlacional y considero como objetivo general identificar como se relaciona la capacidad de liderazgo del equipo directivo con las habilidades emocionales en las instituciones educativas de la zona de canto grande de la UGEL N° 05, distrito de San Juan de Lurigancho. Del cual se obtuvieron las siguientes conclusiones existe una relación positiva significativa entre la inteligencia emocional y el liderazgo del equipo directivo, en las instituciones educativas de la zona de Canto Grande, UGEL N° 05 del distrito de San Juan de Lurigancho; se observa un coeficiente de correlación de 0,434.

Dávila (2016) realizó la tesis “La inteligencia emocional como estrategia para mejorar la calidad de servicio del personal de la “Empresa de transportes Civa” - Chiclayo 2016. Universidad San Martín de Porres. La presente tesis tuvo como finalidad 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.

Montesinos (2018) *“Inteligencia emocional y relaciones interpersonales del personal de enfermería del hospital Luis Negreiros Vega 2018”*. Tesis para optar el grado académico de: Maestra en Gestión de los Servicios de la Salud esta investigación se propuso determinar la relación entre la inteligencia emocional y las relaciones interpersonales del personal de enfermería del hospital Luis Negreiros Vega (HLNV) Lima 2018, como parte de un aporte importante para generar línea base de gestión en este nosocomio. Tuvo un enfoque cuantitativo, tipo básica, diseño no experimental, de corte transversal,

correlacional. Se usó el método hipotético deductivo. la muestra fue de 80 profesionales de enfermería del hospital Essalud Luis Negreiros vega, a quienes se les encuestó con dos instrumentos validados. Los datos se analizaron mediante RHO Spearman. En las conclusiones se tuvo baja asociación (0,493) entre la inteligencia emocional y las relaciones interpersonales del personal de enfermería del HLNv lima 2018. Asimismo, se obtuvo baja asociación (0,392) entre la autoconciencia y las relaciones interpersonales. Se tuvo moderada asociación (0,588) entre la autorregulación y las relaciones interpersonales. Hubo una moderada asociación (0,513) entre la motivación y las relaciones interpersonales de este mismo personal. Se tuvo baja asociación (0,223) entre la empatía y las relaciones interpersonales, y finalmente hubo baja asociación (0,452) entre las habilidades sociales y las relaciones interpersonales del personal de enfermería del HLNv Lima 2018.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Inteligencia emocional

Bar-On (1997), define a la inteligencia emocional como un conjunto de habilidades personales, emocionales sociales y de destrezas que influyen en nuestra habilidad para adaptarse y enfrentar a 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.

El modelo de Bar-On está compuesto por cinco elementos o dominios principales que son: destrezas intrapersonales, destrezas interpersonales, adaptabilidad, manejo de estrés y estado de ánimo son:

Componente Intrapersonal (CI): Reúne los siguientes componentes:

- **Comprensión emocional de sí mismo (CM):** la habilidad para percatarse y comprender nuestros sentimientos y emociones, diferenciarlos y conocer el porqué de los mismos.
- **Asertividad (AS):** La habilidad para expresar sentimientos, creencias y pensamientos sin dañar los sentimientos de los demás; y defender nuestros derechos de una manera no destructiva.
- **Auto concepto (AC):** La habilidad para comprender, aceptar y respetarse a sí mismo, aceptando nuestros aspectos positivos y negativos, como también nuestras limitaciones y posibilidades.
- **Autorrealización (AR):** La habilidad para realizar lo que realmente podemos, queremos y disfrutamos de hacerlo.

- Independencia (IN): Es la habilidad para auto dirigirse, sentirse seguro de sí mismo en nuestros pensamientos, acciones y ser independientes emocionalmente para tomar nuestras decisiones.

Componente Interpersonal (CIE): Contiene los siguientes componentes:

- Empatía (EM): La habilidad de percatarse, comprender y apreciar los sentimientos de los demás.
- Relaciones interpersonales (RI): La habilidad para establecer y mantener relaciones mutuas satisfactorias que son caracterizadas por una cercanía emocional e intimidad.
- Responsabilidad social (RS): La habilidad para demostrarse a sí mismo como una persona que coopera, contribuye y que es un miembro constructivo del grupo social.

Componente de Adaptabilidad (CAD): Reúne los siguientes componentes:

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

Componente del Manejo de Estrés (CME): Contiene los siguientes componentes:

- Tolerancia al estrés (TE): La habilidad para soportar eventos adversos, situaciones estresantes, y fuertes emociones sin “desmoronarse”, enfrentando activa y positivamente el estrés.
- Control de los impulsos (CI): La habilidad para resistir o postergar un impulso o tentaciones para actuar y controlar nuestras emociones.
- Componente del Estado de Ánimo en General (CAG): Reúne los siguientes componentes:
- Felicidad (FE): La habilidad para sentirse satisfecho con nuestra vida, para disfrutar de sí mismo y de otros y para divertirse y expresar sentimientos positivos.
- Optimismo (OP): La habilidad para ver el aspecto más brillante de la vida y mantener una actitud positiva a pesar de la adversidad y los sentimientos negativos.

Según Mayer y Salovey (1997), la inteligencia emocional incluye la habilidad para percibir con precisión, valorar y expresar emoción; la habilidad de acceder y/o generar sentimientos cuando facilitan pensamientos; la habilidad de comprender la emoción y el conocimiento emocional; y la habilidad para regular las emociones para promover crecimiento emocional e intelectual. La inteligencia emocional se estructura como un modelo de cuatro ramas interrelacionadas:

1. Percepción emocional.

Las emociones son percibidas, identificadas, valoradas y expresadas. Se refiere a sí mismo, en otros, a través del lenguaje, conducta, en obras de arte, música, etc. Incluye la capacidad para expresar las emociones

adecuadamente. También la capacidad de discriminar entre expresiones precisas e imprecisas, honestas o deshonestas.

2. Facilitación emocional del pensamiento.

Las emociones sentidas entran en el sistema cognitivo como señales que influyen la cognición (integración emoción y cognición). Las emociones priorizan el pensamiento y dirigen la atención a la información importante. El estado de humor cambia la perspectiva del individuo, desde el optimismo al pesimismo, favoreciendo la consideración de múltiples puntos de vista. Los estados emocionales facilitan el afrontamiento. Por ejemplo, el bienestar facilita la creatividad.

3. Comprensión emocional.

Comprender y analizar las emociones empleando el conocimiento emocional. Las señales emocionales en las relaciones interpersonales son comprendidas, lo cual tiene implicaciones para la misma relación. Capacidad para etiquetar emociones, reconocer las relaciones entre las palabras y las emociones. Se consideran las implicaciones de las emociones, desde el sentimiento a su significado; esto significa comprender y razonar sobre las emociones para interpretarlas. Por ejemplo, que la tristeza se debe a una pérdida. Habilidad para comprender sentimientos complejos; por ejemplo, el amor y odio simultáneo hacia una persona querida (pareja, hijos) durante un conflicto. Habilidad para reconocer las transiciones entre emociones; por ejemplo, de frustración a ira, de amor a odio.

4. Regulación emocional

Regulación reflexiva de las emociones para promover el conocimiento emocional e intelectual. Los pensamientos promueven el crecimiento emocional, intelectual y personal para hacer posible la gestión de las emociones en las situaciones de la vida. Habilidad para distanciarse de una emoción. Habilidad para regular las emociones en uno mismo y en otros. Capacidad para mitigar las emociones negativas y potenciar las positivas, sin reprimir o exagerar la información que transmiten.

Goleman, (1995) La inteligencia emocional es una forma de interactuar con el mundo que tiene muy en cuenta los sentimientos, y engloba habilidades tales como el control de los impulsos, la autoconciencia, la motivación, el entusiasmo, la perseverancia, la empatía, la agilidad mental. Ellas configuran rasgos de carácter como la autodisciplina, la compasión o el altruismo, que resultan indispensables para una buena y creativa adaptación social.

DIMENSIONES:

La inteligencia emocional tiene 5 dimensiones básicas:

1. Autoconciencia

Esta dimensión está formada por 3 competencias.

- Conciencia emocional: Quien la posee sabe reconocer sus emociones y por qué las están sintiendo.
- Auto evaluación precisa: Las personas que la tengan conocerán sus fortalezas y debilidades, al conocerlas serán capaces de explotarlas o de mejorarlas respectivamente; estarán abiertas a la retroalimentación y aprendizaje continuo.

- Auto- confianza: Estas personas son capaces de tomar decisiones en situaciones difíciles. Como creen en sus habilidades son capaces de asumir riesgos, trabajan más y mejor y consiguen unos mejores resultados.

2. Autorregulación

Está relacionada con la zona de “la memoria que trabaja”, que es la que es capaz de prestar atención, recordar información y tomar decisiones. Esta parte trabaja mejor en calma, cuando hay una emergencia cambia a otro modo y alerta a todo el sistema, durante este modo se reduce la creatividad, por eso cuando alguien está nervioso se le produce un bloqueo mental temporal, percibe esto como “emergencia” y bloquea la capacidad de expresarse.

- Autocontrol: Las personas que lo tienen dominan sus impulsos y sentimientos y pueden pensar con claridad en situaciones complicadas. Para adquirirla es buena la meditación y el ejercicio.
- Fiabilidad: Estas personas actúan con ética, crean confianza y admiten sus errores. En un ambiente laboral la fiabilidad significa dejar que las personas conozcan los valores y principios de uno y que actúen conforme a ello.
- Innovación y adaptabilidad: Buscan nuevas formas de hacer las cosas, aportan ideas nuevas e innovadoras. Los que sean adaptables serán capaces de ajustarse a cualquier ambiente y situación, incluso cambiando sus prioridades cuando la ocasión lo necesite.

3. Motivación

La motivación no solo viene dada por el aspecto monetario, sino que para muchos la motivación es un reto creativo y una estimulación por el trabajo en sí.

- **Motivación al logro:** Sienten la retroalimentación como algo muy importante. Estas personas se esfuerzan para ser mejores, se fijan metas retadoras, quieren hacer las cosas de mejor forma.
- **Compromiso:** Se consiguen altos niveles de compromiso cuando las personas creen en lo que hacen y en la empresa en la que están. Hacen esfuerzos para conseguir una meta mayor, utilizan los valores del grupo en su toma de decisiones y están constantemente buscando oportunidades para alcanzar la misión.
- **Iniciativa y optimismo:** Una persona con iniciativa persigue metas que sobrepasan las expectativas que otros se han hecho de ellos. Son positivas y por tanto siente que puede hacer todo lo que se propongan.

4. Empatía

Con esta dimensión una persona es capaz de ponerse en la piel de la otra persona y ver cómo se siente y piensa.

- **Comprender a los demás:** El ambiente laboral, sirve para conocer las necesidades de los trabajadores y en base a esto promover sus habilidades.
- **Desarrollo de los demás:** En el caso de los directivos, algunas cosas que pueden hacer para desarrollar a sus trabajadores son: promover el desempeño, dándoles retos acordes a sus cargos; Creer en los trabajadores que poseen un desempeño más bajo; y resaltarles los

problemas, pero sin darles las soluciones, para que ellos mismos sean capaces de encontrarlas.

- **Orientación al servicio:** Se relacionan las necesidades de los clientes con los servicios y productos, y se pone todo el empeño en conseguir una relación de confianza a largo plazo con él.
- **Apalancamiento de diversidad:** Las personas que los poseen respetan y se relacionan con personas de otros orígenes. Las minorías pueden sentirse rechazadas, disminuyendo así su desempeño. El apalancamiento de la diversidad va en aumento cada vez más.
- **Conciencia política:** Se trata de reconocer las influencias políticas y sociales y estar a tono con el clima y cultura de la organización. Al mantener relaciones con otros empleados o clientes, es clave saber quien posee el poder y toma las decisiones. Si mantienes buenas conexiones personales, entonces tendrás esta destreza.

5. Habilidades sociales

- **Influencia:** Una persona que sabe comunicarse y es capaz de ganarse a la gente, poseerá esta competencia.
- **Comunicación:** Estas personas saben afrontar situaciones difíciles, saben escuchar y aceptan las buenas y malas noticias.
- **Manejo de conflictos:** Saben desenvolverse en situaciones complejas, hallan soluciones a los problemas. Algunas formas para poder evitar los conflictos son: Calmarse, mostrar disponibilidad para resolver el conflicto, exponer nuestro punto de vista en un tono neutral e intentar encontrar soluciones para resolver dicho conflicto.

- Liderazgo: Esta competencia se relaciona con la anterior, las personas que lo poseen, tienen una misión y una visión compartida, el fin último es el objetivo común.
- Catalizador de cambios: Perciben la necesidad de cambio y animan al resto a llevarlo a cabo.
- Creación de lazos: Estas personas buscan crear relaciones mutuamente beneficiosas

2.2.2 Satisfacción de los usuarios

Kotler y Armstrong (2003), definen la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

DIMENSIONES

Está conformada por tres componentes:

- 1. El Rendimiento Percibido:** Se refiere al desempeño que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. El rendimiento percibido tiene las siguientes características:
 - o Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
 - o Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- 2. Las Expectativas:** Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de éstas cuatro situaciones:
 - Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.

- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (p.ej.: artistas)
- Promesas que ofrecen los competidores. En la parte que depende de la empresa, ésta debe tener cuidado de establecer el nivel correcto de expectativas. Por ejemplo, si las expectativas son demasiado bajas no se atraerán suficientes clientes; pero si son muy altas, los clientes se sentirán decepcionados luego de la compra. Un detalle muy interesante sobre este punto es que la disminución en los índices de satisfacción del cliente no siempre significa una disminución en la calidad de los productos o servicios; en muchos casos, es el resultado de un aumento en las expectativas del cliente.

Es de vital importancia monitorear "regularmente" las "expectativas" de los clientes para determinar lo siguiente:

- Si están dentro de lo que la empresa puede proporcionarles.
- Si están a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia.
- Si coinciden con lo que el cliente promedio espera, para animarse a comprar.

3. Los Niveles de Satisfacción:

Cuando se adquiere un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.

- Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Dependiendo el nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: Un cliente insatisfecho cambiará de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional). Por ese motivo, las empresas inteligentes buscan complacer a sus clientes mediante prometer solo lo que pueden entregar, y entregar después más de lo que prometieron.

Velasco (2010) manifiesta que la satisfacción de los usuarios es el nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio. La lógica indica que, a mayor satisfacción, mayor posibilidad de que el cliente vuelva a comprar o a contratar servicios en el mismo establecimiento. Es posible definir la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de un individuo que resulta de la comparación entre el rendimiento percibido del producto o servicio con sus expectativas.

Reyes, S; Mayo, J. y Loredo, N. (2009) precisan que la “Satisfacción es la respuesta de saciedad del cliente. Es un juicio acerca de un rasgo del producto o servicio, o un producto y servicio en sí mismo, que proporciona

un nivel placentero de recompensa que se relaciona con el consumo.” Para estos escritores, la satisfacción refleja el cumplimiento de una expectativa; es decir, proporciona una respuesta al acto del consumo del servicio. (p. 17).

Calva (2009) define a la satisfacción del cliente como la razón, acción o modo con que se apacigua y responde totalmente a una queja, sentimiento o razón contraria. La sensación de estar satisfecho, la mermamos, por ende, a lo que nos es grato, próspero o bien nos lleva a sentirnos complacidos o simplemente contentos.

Según **Pérez (2006)**, La satisfacción del cliente representa la evaluación del consumidor respecto a una transacción específica y una experiencia de consumo. Esto se convierte luego en la actitud global hacia el servicio recibido. A partir de las experiencias de satisfacción con encuentros de servicio, se desarrolla y se va modificando una actitud global a largo plazo sobre la calidad del servicio recibido. La satisfacción del cliente va a ser el resultado de comparar sus expectativas con la percepción del producto o servicio recibido. Cuanto más positiva sea la percepción del cliente, sobre el servicio recibido, y en la medida en que se corresponda con sus expectativas mayor será la satisfacción del cliente.

Dimensiones:

- 1. Nivel de cumplimiento:** Se precisa como la facultad de cumplir satisfactoriamente con necesidades, acciones o procesos con determinada cuestión o cliente.
- 2. Atención brindada:** Se precisa como el conjunto de acciones como amabilidad, actitud, rapidez, ambiente agradable, entre otros que caracterizan una buena relación entre cliente y empleado.

3. **Rapidez en la atención:** Se precisa como la agilidad para procesar las consultas de los usuarios en un tiempo prudencial.
4. **Consultas y trámites:** Se define como la capacidad para procesar las operaciones de los usuarios, en cuanto a las necesidades que estos tengan.
5. **Recepción de quejas y sugerencias:** Se precisa como el recibimiento de los reclamos, propuestas, sugerencias, las cuales los usuarios esperan sean tomados en cuenta para mejorar la atención.

2.3 Bases filosóficas

Jennifer Mesa (2015) El término Inteligencia Emocional (en adelante IE) ha pasado de ser estudiado únicamente en el ámbito científico, a ser utilizado en distintos ámbitos de la vida. Por ejemplo, psicólogos, orientadores escolares y profesores se basan en ella para intentar que los alumnos alcancen su máximo potencial académico; las pruebas de IE se han convertido en un aliado durante el proceso de selección de empleados en las empresas; incluso dentro del entorno familiar, los padres que desean que sus hijos crezcan para ser personas emocionalmente estables y felices recurren a libros y otros materiales que ayuden a fomentar la IE en sus hijos. Este es uno de los constructos científicos que más popularidad ha adquirido en los últimos años, apareciendo originalmente como una alternativa a la visión de la inteligencia general y estableciéndose como una habilidad que va más allá de los aspectos intelectuales. La creencia en la efectividad de una buena IE tiene sus cimientos sobre componentes conceptuales y teóricos que no son de reciente aparición y que, para su comprensión, es importante examinar. Por esta razón, en este capítulo se presentarán los constructos emoción e inteligencia desde sus bases teóricas, para así poder visualizar los fundamentos que dieron lugar a la IE y su desarrollo hasta nuestros días.

Por una parte, están las emociones, las cuales son fundamentales pues son mecanismos adaptativos que orientan nuestras acciones de manera eficaz, transmiten conocimiento sobre el ambiente y las personas que nos rodean y pueden potenciar el pensamiento y la toma de decisiones. Por otra parte, está la inteligencia, entendida como la capacidad de relacionar conocimientos previos para resolver las diferentes situaciones que nos plantea la vida. Repasaremos, también, teorías que hacen referencia a capacidades típicamente relacionadas con la inteligencia (capacidades verbales, numéricas, perceptivas, memorísticas, etc.), que ignoraban los aspectos

afectivos-emocionales. También abordaremos las conclusiones a las que llegaron autores como Thorndike (1920a), que propuso el término de inteligencia social y la definió como la habilidad de la persona de comprender y dirigir a los individuos y de emplear las relaciones humanas de forma adecuada y eficaz, además de las teorías de Sternberg (1985a) y Gardner (1998), que incluyeron elementos propios de la emocionalidad en sus teorías, como la capacidad de adaptarse al contexto, o las habilidades inter e intrapersonales.(pág 26, 27).

El desarrollo armónico de la vida social, académica o profesional de las personas no puede ser explicado sólo a partir de una concepción monolítica o factorial de la inteligencia. En realidad, muchos comportamientos y capacidades considerados excepcionales no son producto exclusivo de la cognición, sino que influyen otras dimensiones o componentes para el funcionamiento y adaptación de las personas en sociedad. Por años, el énfasis se mantuvo en el estudio de la cognición y en encontrar maneras de disminuir la influencia que la subjetividad y la emoción podían ejercer en la toma de decisiones y el comportamiento. Sin embargo, los pioneros en el estudio y la medición de la inteligencia reconocieron la necesidad de ir más allá de los planteamientos puramente cognitivos basados en la capacidad e incluir otros tipos de habilidades. Después de años de estudio, se llegó a la conclusión que la inteligencia psicométrica era un factor que contribuía a asegurar parte del desempeño académico o profesional de un individuo, pero que no aseguraba ni garantizaba por sí sólo el logro de un desempeño exitoso en los demás ámbitos de la vida. De ahí que surgiera el concepto de inteligencia emocional (IE) (pág 54, 55).

Claudia (2018) manifiesta que tradicionalmente, nos hemos definido como una especie racional, con una fuerte capacidad para controlar las emociones mediante procesos conscientes y racionales. Sin embargo, las teorías más modernas de la psicología afirman que deberíamos darle más importancia a los sentimientos y capacidades como la empatía y la gestión emocional. Una de las teorías más extendidas es la de la inteligencia emocional. En ella, pioneros como Daniel Goleman afirman que nuestras capacidades racionales no son lo más importante en nuestro camino hacia la superación personal y el crecimiento psicológico.

Daniel Goleman nos habla de la evolución física y estructural que ha ido experimentando nuestro cerebro. Afirma que en la prehistoria nuestras funciones de supervivencia eran primitivas y se basaban en respuestas simples para mantenernos con vida, es por esa razón que la zona del tallo encefálico (la zona cerebral más primitiva) es la encargada de regular funciones como la respiración, digestión y temperatura corporal. Con el paso de las generaciones, fuimos aprendiendo nuevas maneras de relacionarnos y nuestro cerebro fue evolucionando, adaptándose así a nuestro modo de vida más avanzado. Se dice que el sistema límbico (aquél encargado de regular nuestra conducta emocional) sufrió una enorme evolución. Hoy en día, el sistema nervioso del ser humano es extremadamente complejo, está lleno de conexiones y tiene una zona específica destinada a gestionar nuestros pensamientos de manera consciente. (Claudia 2018)

La importancia de las capacidades emocionales. Si bien es cierto que nuestra capacidad para razonar nos permite solucionar problemas y situaciones eficazmente, no es el secreto de la felicidad humana ni del éxito personal. Goleman afirma que el Coeficiente Intelectual tan solo predice del 10 al 20% del éxito en la vida. Parece ser prácticamente irrelevante en nuestras relaciones, lo que importa al fin y al cabo no son nuestras capacidades intelectuales sino nuestras aptitudes personales. La Inteligencia Emocional no es fija, oscila a lo largo de nuestra vida y gracias a ello podemos desarrollar nuevas capacidades y habilidades sociales, mejora con el paso de los años. En resumen, la teoría de la inteligencia emocional de Daniel Goleman afirma que se requiere algo más allá del intelecto para que nos "vaya bien en la vida" y que la Inteligencia Emocional es la clave del éxito personal. (Claudia 2018).

2.4 Definición de términos básicos

Aptitud Emocional: Es una capacidad aprendida, basada en la inteligencia emocional, que origina un desempeño laboral sobresaliente.

Autoconocimiento: Es el proceso reflexivo (y su resultado) por el cual la persona adquiere noción de su yo y de sus propias cualidades y características.

Automotivación: Es la habilidad para controlar y redireccionar impulsos y estados emocionales negativos, unido a la capacidad para suspender juicios y pensar antes de actuar.

Conciencia de uno mismo: Es la habilidad para reconocer y comprender los propios estados emocionales, sentimientos, rasgos, así como su efecto en las demás personas.

Ciente: Proviene del latín cliens, el término cliente es un término que puede tener diferentes significados, de acuerdo a la perspectiva en la que se lo analice. En economía el concepto permite referirse a la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. En ciertas exigencias, premiar un mérito o deshacer un agravio.

Emoción: Es definida como un estado de ánimo que se caracteriza por una conmoción orgánica. Producto de sentimientos, ideas o recuerdos, y que puede traducirse en gestos, actitudes, risa, llanto, etc.

Empatía: Son las habilidades para sentir y palpar las necesidades de otros y de la propia organización, unida a la apertura para servir y cubrir las inquietudes de quienes le rodean.

Gestión: acción de conducir a un grupo humano hacia el logro de sus objetivos institucionales.

Habilidades Sociales: Engloba el dominio de estrategias y formas de relacionarse afectiva y efectivamente con las demás personas, creando redes de relaciones, construyendo climas agradables, abiertos y efectivos en sus conversaciones.

Inteligencia: Capacidad que tiene el ser humano para enfrentarse a situaciones nuevas y resolverlas a través de la capacidad del pensamiento.

Inteligencia Emocional: Conjunto de habilidades personales, habilidades sociales y destrezas que influyen en la capacidad de una persona para lograr adaptarse y enfrentarse a las exigencias y presiones de su entorno.

Satisfacción: Proviene del latín *satisfactio*, es la acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. Este verbo refiere a pagar lo que se debe, saciar un apetito, sosegar las pasiones del ánimo.

Usuario: es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín *usuarius*, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público.

2.5 Hipótesis de investigación

2.5.1 Hipótesis general

La inteligencia emocional influye en la satisfacción de los usuarios de la Universidad nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

2.5.2 Hipótesis específicas

a) La autoconciencia influye en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

b) La autorregulación influye en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

c) La motivación influye en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

d) La empatía influye en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

e) Las habilidades sociales influyen en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

2.6 Operacionalización de las variables

2.6.1 Definición Conceptual de la Variable X

VARIABLE X = **Inteligencia Emocional**

Bar-On (1997) señala que la inteligencia emocional es el conjunto de habilidades personales, emocionales, sociales y de destrezas que influyen en nuestra habilidad para adaptarse y enfrentar las demandas y presiones del medio.

Tabla 1.

Operacionalización de la Variable Inteligencia emocional

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items
Inteligencia Emocional	Auto-conciencia	<ul style="list-style-type: none">• Conciencia emocional• Auto evaluación• Autoconfianza	1-3
	Autorregulación	<ul style="list-style-type: none">• Autocontrol• Fiabilidad• Innovación y adaptabilidad	4-7
	Motivación	<ul style="list-style-type: none">• Motivación al logro• Compromiso• Iniciativa y optimismo	8-10
	Empatía	<ul style="list-style-type: none">• Comprender a los demás• Desarrollo de los demás• Orientación al servicio• Apalancamiento de diversidad.• Conciencia política	11-15
	Habilidades sociales	<ul style="list-style-type: none">• Influencia• Comunicación• Manejo de conflictos• Liderazgo• Catalizador de cambios• Creación de lazos	16-21

Nota. Autor: D. Goleman

2.6.2 Definición Conceptual de la Variable Y

VARIABLE Y = Satisfacción del usuario

Phillip Kotler citado por Labrador, H. (2006) define la satisfacción del cliente como “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus experiencias”.

Tabla 2.

Operacionalización de la Variable Satisfacción del usuario

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Satisfacción Del usuario	Rendimiento Percibido	<ul style="list-style-type: none"> • El rendimiento percibido del producto o servicio que adquirió. • El rendimiento percibido desde el punto de vista del cliente, no de la empresa. • Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio. 	22-27
	Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> • De la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio. • Experiencias de compras anteriores. • Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión • Promesas que ofrecen los competidores 	28-33
	Niveles de Satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> • Insatisfacción • Satisfacción • Complacencia 	34-36

Nota. Autor: P. Kotler

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

El diseño es no Experimental, de corte transversal, descriptiva correlacional, esto se ajusta a la definición otorgada por Hernández y Baptista (2016), acerca de estos estudios, quienes precisan que una investigación descriptiva tiene como propósito identificar el grado de relación que existe entre dos o más variables en un contexto particular y pretende ver si están o no relacionadas en los mismos sujetos y, después analizar la correlación; En este caso, vamos a contrastar y analizar la relación de las variables: Inteligencia emocional y satisfacción del usuario.

3.1.1 Tipo de Investigación

La investigación es de tipo Básica, por cuanto todos los aspectos son teorizados, aunque sus alcances son prácticos en la medida en que se aplicaran en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

Está comprendida por el personal administrativo que atiende directamente al usuario de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión.

PERSONAL ADMINISTRATIVO	CANTIDAD
Nombrado	238
Contratado en planillas	64
CAS	260
Total	562

Fuente: Oficina de Personal UNJFSC

3.2.2 Muestra

El muestreo es no probabilístico. La muestra de la investigación se obtuvo a través de la fórmula estadística para población finita.

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

Donde:

N = Total de la población.

Z_a = 1.96 al cuadrado (la seguridad es de 95%).

p = Proporción esperada (5%=0.05)

q = 1-p (1-0.05=0.95)

d = precisión (5%).

$$n = \frac{562 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.05^2 (562-1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = 228$$

La muestra es 229 trabajadores del personal administrativo:

TRABAJADORES	CANTIDAD	%
NOMBRADOS	95	42
CONTRATADOS PLANILLA	28	12
CAS	105	46
TOTAL	228	100%

3.3 Técnicas de recolección de datos

En la presente investigación se usará como instrumento el cuestionario de inteligencia emocional que deriva del modelo de la inteligencia emocional del Dr. Daniel Goleman, contiene 36 preguntas en escala de Likert. El objetivo de este instrumento es medir la Inteligencia Emocional de los trabajadores para relacionarlos con la satisfacción de los usuarios.

3.3.1 Técnica

La encuesta fue la técnica de procedimiento que se utilizó en este trabajo de investigación, siendo apoyado por un cuestionario, que ayudó a la recopilación de información, y así poder probar la hipótesis.

3.3.2 Instrumento

Se aplicó un cuestionario, denominado “Encuesta sobre inteligencia emocional y satisfacción del usuario”, conteniendo 36 preguntas y de tipo escala Likert, elaborados por el investigador, aprobados por la escuela de Posgrado de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

- Se realizó las correspondientes coordinaciones pertinentes con la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- Se aplicó con gran satisfacción la encuesta elaborada, en un horario adecuado y flexible para los trabajadores de la institución administrativos.
- Para el análisis estadístico se utilizó el software de Microsoft Excel, donde se pudo ordenar, codificar y clasificar la información recogida de la encuesta.
- Luego estos datos procesados datos electrónica en el software SPSS en su Versión 2, donde se desarrolló los siguientes análisis:

A. Análisis descriptivo. Con la elaboración de tablas y gráficos, y sus respectivas interpretaciones de cada variable con sus dimensiones.

B. Análisis inferencial. Desarrollo del grado de correlación entre las variables Estimulación intelectual y Satisfacción del usuario, utilizándose la Correlación de Spearman, y así comprobándose la hipótesis de la presente investigación.

C. Proceso de Baremación según la Escala de Stanone.

Tabla 3.

Baremación de la variable Inteligencia emocional y sus dimensiones

Nº	Variabes y dimensiones	Ítems	Niveles de medición
X	Inteligencia emocional	21	<ul style="list-style-type: none">▪ Baja: 21 a 49▪ Moderada: 50 a 77▪ Alta: 78 a 105
D1	Autoconciencia	3	<ul style="list-style-type: none">▪ Baja: 3 a 7▪ Moderada: 8 a 11▪ Alta: 12 a 15
D2	Autorregulación	4	<ul style="list-style-type: none">▪ Baja: 4 a 9▪ Moderada: 10 a 14▪ Alta: 15 a 20
D3	Motivación	3	<ul style="list-style-type: none">▪ Baja: 3 a 7▪ Moderada: 8 a 11▪ Alta: 12 a 15
D4	Empatía	5	<ul style="list-style-type: none">▪ Baja: 5 a 12▪ Moderada: 13 a 19▪ Alta: 20 a 25
D5	Habilidades sociales	6	<ul style="list-style-type: none">▪ Baja: 6 a 14▪ Moderada: 15 a 22▪ Alta: 23 a 30

Nota. Fuente: *Elaboración propia.*

Tabla 4.*Baremación de variable Satisfacción del usuario y sus dimensiones*

Nº	Variables y dimensiones	Ítems	Niveles de medición
X	Satisfacción del usuario	15	<ul style="list-style-type: none">▪ Insatisfecho: 15 a 35▪ Satisfecho: 36 a 55▪ Muy satisfecho: 56 a 75
D1	Rendimiento percibido	6	<ul style="list-style-type: none">▪ Insatisfecho: 6 a 14▪ Satisfecho: 15 a 22▪ Muy satisfecho: 23 a 30
D2	Expectativas	6	<ul style="list-style-type: none">▪ Insatisfecho: 6 a 14▪ Satisfecho: 15 a 22▪ Muy satisfecho: 23 a 30
D3	Niveles de satisfacción	3	<ul style="list-style-type: none">▪ Insatisfecho: 3 a 7▪ Satisfecho: 8 a 11▪ Muy satisfecho: 12 a 15

Nota. Fuente: *Elaboración propia.*

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

4.1.1 Resultados de la variable Inteligencia emocional y sus dimensiones

Tabla 5
Inteligencia emocional

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTA	197	86%
BAJA	2	1%
MODERADA	29	13%
TOTAL	228	100%

Nota: Test aplicado al personal administrativo que atiende directamente al usuario en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

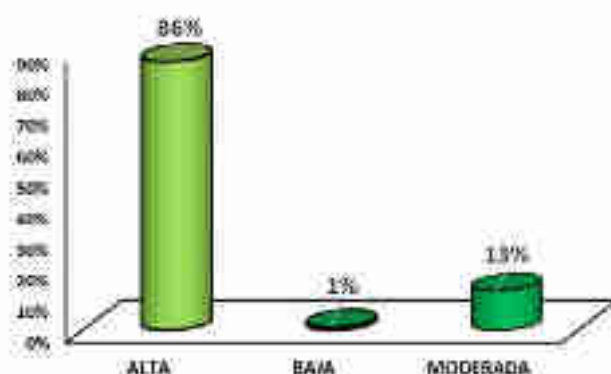


Figura 1. Inteligencia emocional

En la figura 1 y tabla 5, se muestra que, del 100% del personal administrativo que atiende directamente al usuario en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, del 86% su Inteligencia Emocional alcanzó un nivel alto, esto quiere decir, que se práctica adecuadamente la autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía, y las habilidades sociales. Sin embargo, del 13% de los encuestados su inteligencia emocional alcanzó el nivel moderado, y solo del 1% de los encuestados su inteligencia emocional alcanzo el nivel bajo.

Tabla 6

Autoconciencia

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTA	143	62.7%
BAJA	4	1.8%
MODERADA	81	35.5%
TOTAL	228	100.0%

Nota: Test aplicado al personal administrativo que atiende directamente al usuario de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión.

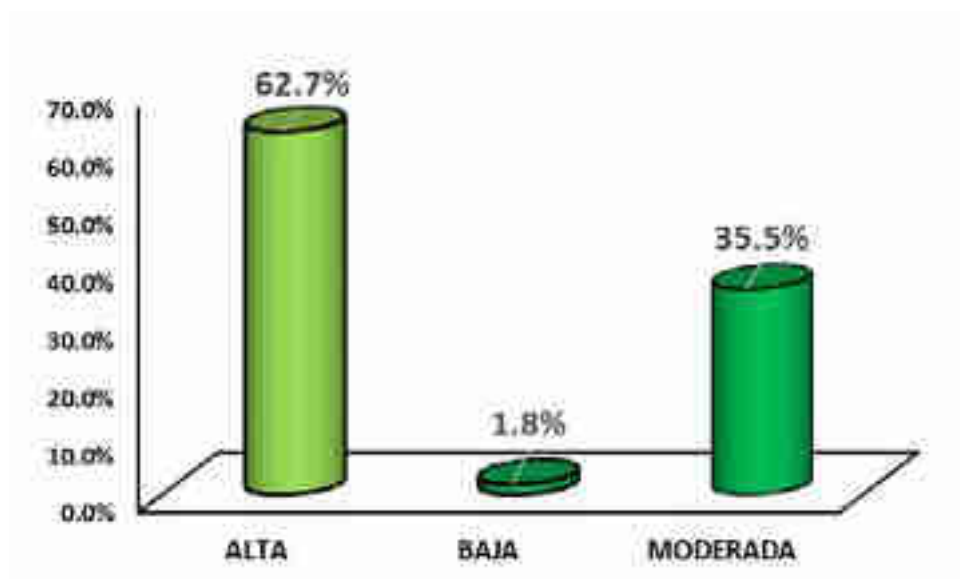


Figura 2. Autoconciencia

En la figura 2 y tabla 6, se muestra que del 100% del personal administrativo que atiende directamente al usuario en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, del 62.7% su Autoconciencia alcanzó un nivel alto, esto quiere decir, que se aplica la conciencia emocional, la autoevaluación, y la autoconfianza. Sin embargo, del 35.5% de los encuestados su autoconciencia alcanzó un nivel moderado, y solo del 1.8% de los encuestados su nivel de autoconciencia es baja.

Tabla 7

Autorregulación

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTA	197	86%
BAJA	2	1%
MODERADA	29	13%
TOTAL	228	100%

Nota: Test aplicado al personal administrativo que atiende directamente al usuario de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión.

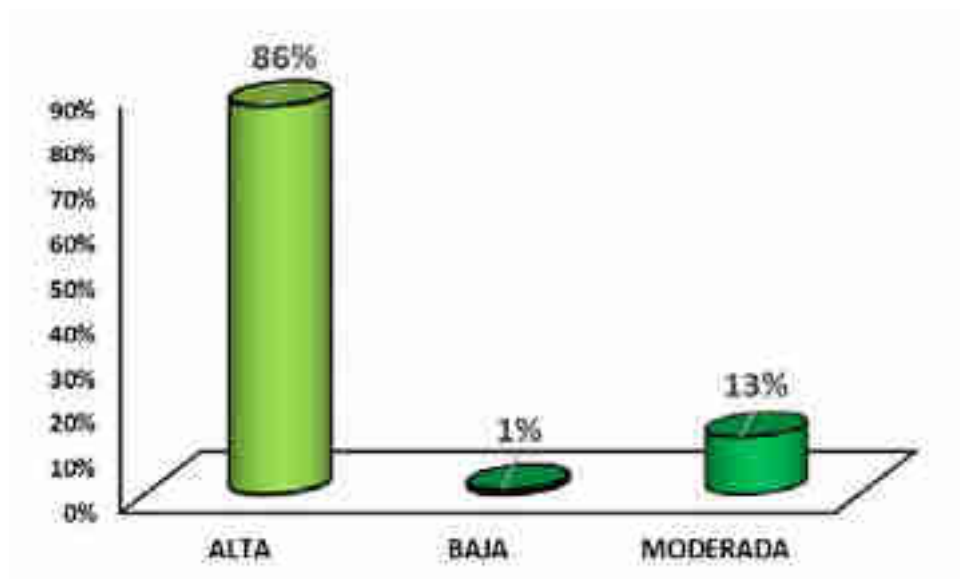


Figura 3. Autorregulación

De la figura 3 y tabla 7, se muestra que del 100% del personal administrativo que atiende directamente al usuario en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, un 86% sostiene que en la dimensión autorregulación, se alcanzó un nivel alto, esto quiere decir, que se aplica el autocontrol, fiabilidad, innovación, y adaptabilidad. Sin embargo, un 13% señalan que se obtuvo un nivel moderado, y apenas un 1% que se consiguió un nivel bajo.

Tabla 8

Motivación

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTA	189	83%
BAJA	4	2%
MODERADA	35	15%
TOTAL	228	100%

Nota: Test aplicado al personal administrativo que atiende directamente al usuario de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión.

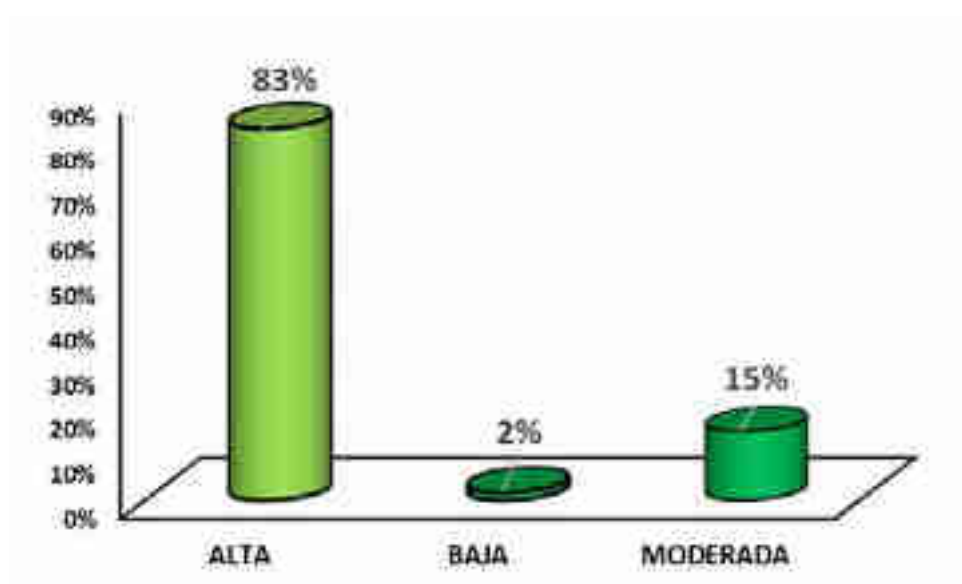


Figura 4. Motivación

De la figura 4 y tabla 8, se muestra que del 100% del personal administrativo que atiende directamente al usuario en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, un 83% sostiene que en la dimensión motivación, se alcanzó un nivel alto, esto quiere decir, que se aplica la motivación al logro, compromiso, e iniciativa y optimismo. Sin embargo, un 15% señalan que se obtuvo un nivel moderado, y solo un 2% que se consiguió un nivel bajo.

Tabla 9

Empatía

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTA	161	70.6%
BAJA	2	0.9%
MODERADA	65	28.5%
TOTAL	228	100.0%

Nota: Test aplicado al personal administrativo que atiende directamente al usuario de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión.

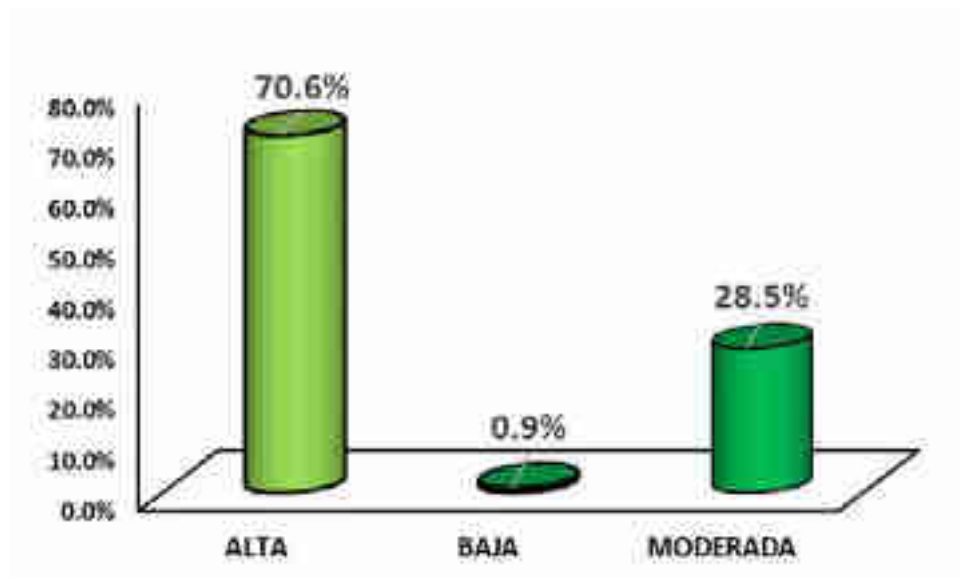


Figura 5. Empatía

De la figura 5 y tabla 9, se muestra que del 100% del personal administrativo que atiende directamente al usuario en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, un 70.6% sostiene que en la dimensión empatía, se alcanzó un nivel alto, esto quiere decir, que se aplica la comprensión a los demás, desarrollo de los demás, orientación al servicio, apalancamiento de diversidad, y la conciencia política. Sin embargo, un 28.5% señalan que se obtuvo un nivel moderado, y solo un 0.9% que se consiguió un nivel bajo.

Tabla 10
Habilidades Sociales

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTA	195	85.5%
BAJA	2	0.9%
MODERADA	31	13.6%
TOTAL	228	100.0%

Nota: Test aplicado al personal administrativo que atiende directamente al usuario de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión.

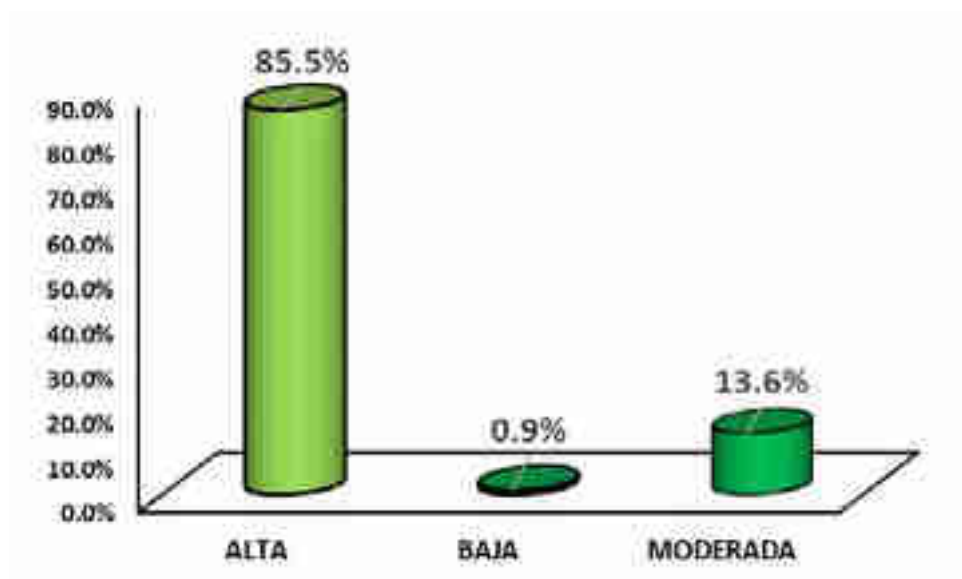


Figura 6. Habilidades Sociales

De la figura 6 y tabla 10, se muestra que del 100% del personal administrativo que atiende directamente al usuario en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, un 85.5% sostiene que en la dimensión habilidades sociales, se alcanzó un nivel alto, esto quiere decir, que se aplica la influencia, comunicación, manejo de conflictos, liderazgo, catalizador de cambios, y creación de lazos. Sin embargo, un 13.6% señalan que se obtuvo un nivel moderado, y apenas un 0.9% que se consiguió un nivel bajo.

4.1.2 Resultados de la variable Satisfacción del usuario y sus dimensiones

Tabla 11
Satisfacción del usuario

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INSATISFECHO	0	0%
MUY SATISFECHO	205	90%
SATISFECHO	23	10%
TOTAL	228	100%

Nota: Test aplicado al personal administrativo que atiende directamente al usuario en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

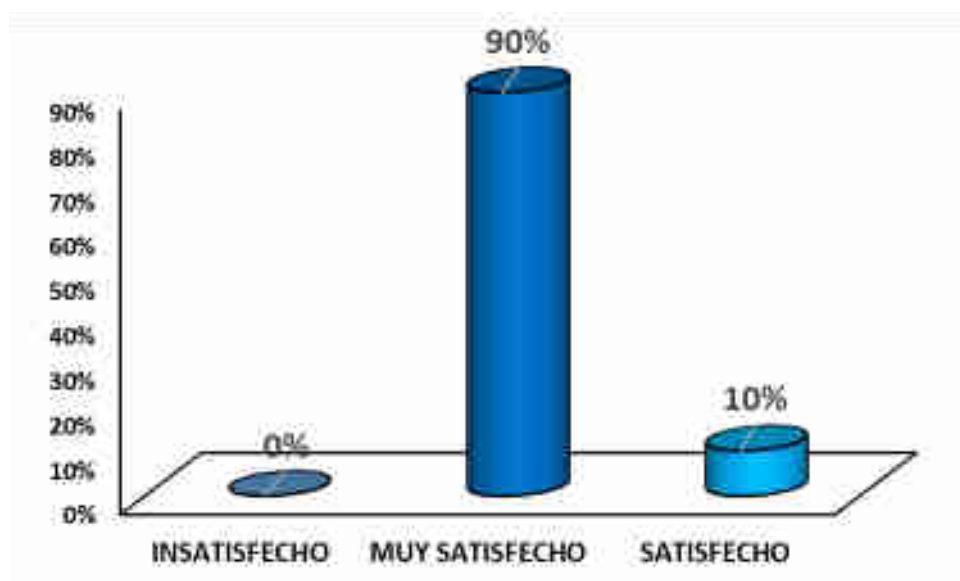


Figura 7. Satisfacción del usuario

De la figura 7 y tabla 11, se muestra que del 100% del personal administrativo que atiende directamente al usuario en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, el 90% manifiesta que la variable satisfacción al usuario, se alcanzó un nivel de Muy satisfecho, esto quiere decir, que se tomó en cuenta al rendimiento percibido, las expectativas, y los niveles de satisfacción. Sin embargo, el 10% señalan que se obtuvo un nivel Satisfecho.

Tabla 12
Rendimiento percibido

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INSATISFECHO	2	1%
MUY SATISFECHO	214	94%
SATISFECHO	12	5%
TOTAL	228	100%

Nota: Test aplicado al personal administrativo que atiende directamente al usuario de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión.

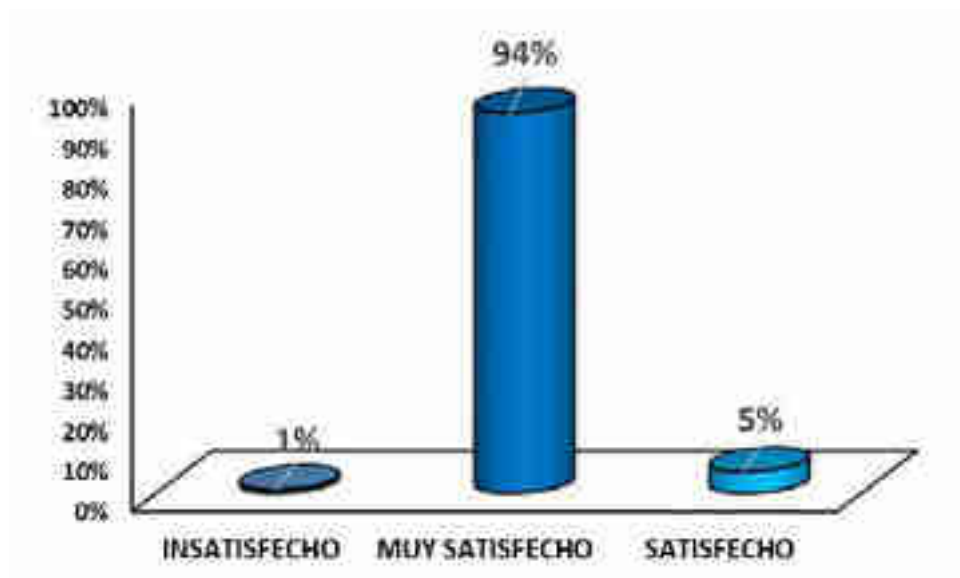


Figura 8. Rendimiento percibido

De la figura 8 y tabla 12, se muestra que del 100% del personal administrativo que atiende directamente al usuario en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, el 94% manifiesta que la dimensión rendimiento percibido, se alcanzó un nivel de Muy satisfecho, esto quiere decir, que se tomó en cuenta al rendimiento percibido del producto o servicio que se adquirió, desde el punto de vista del cliente y no de la empresa, y por basarse en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio. Sin embargo, el 5% señalan que se obtuvo un nivel Satisfecho; y tan solo el 1% un nivel insatisfecho.

Tabla 13
Expectativas

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INSATISFECHO	2	1%
MUY SATISFECHO	179	79%
SATISFECHO	47	21%
TOTAL	228	100%

Nota: Test aplicado al personal administrativo que atiende directamente al usuario de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión.

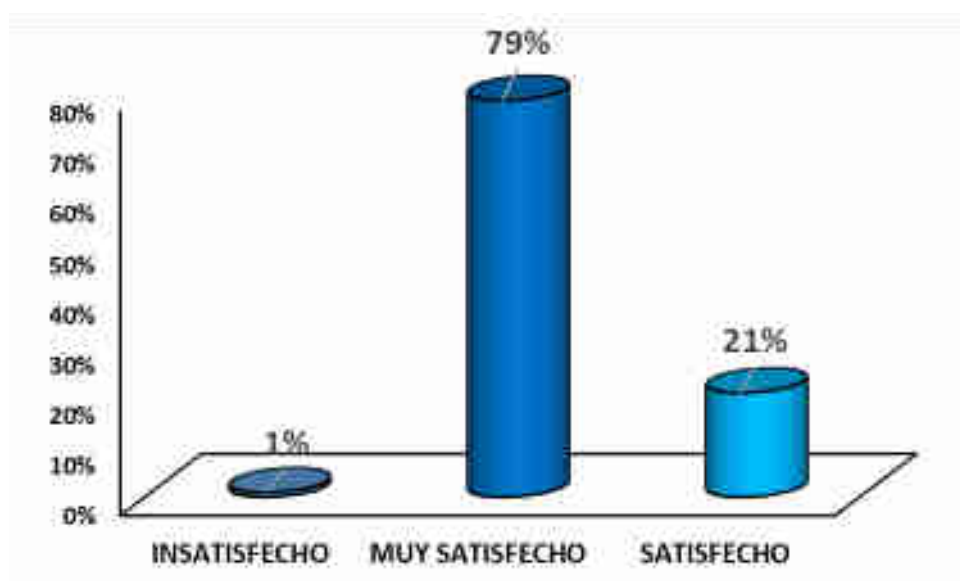


Figura 9. Expectativas

De la figura 9 y tabla 13, se muestra que del 100% del personal administrativo que atiende directamente al usuario en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, el 79% manifiesta que la dimensión expectativas, se alcanzó un nivel de Muy satisfecho, esto quiere decir, que se tomó a las expectativas de la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio, las de compras anteriores, opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión, así como las promesas que ofrecen los competidores. Sin embargo, el 21% señalan que se obtuvo un nivel Satisfecho; y tan solo el 1% un nivel insatisfecho.

Tabla 14

Niveles de satisfacción

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INSATISFECHO	2	1%
MUY SATISFECHO	168	74%
SATISFECHO	58	25%
TOTAL	228	100%

Nota: Test aplicado al personal administrativo que atiende directamente al usuario de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión.

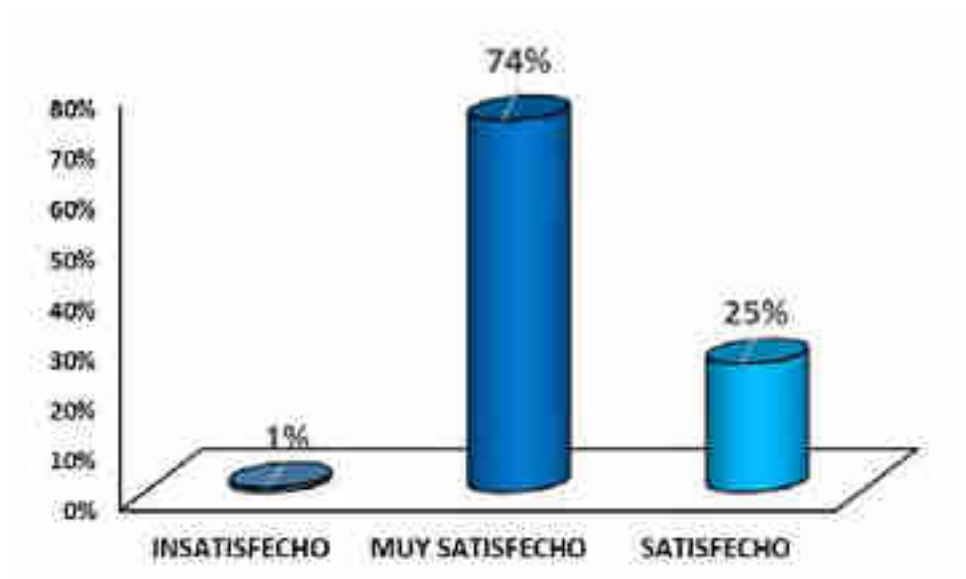


Figura 10. Niveles de satisfacción

De la figura 10 y tabla 14, se muestra que del 100% del personal administrativo que atiende directamente al usuario en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, el 74% manifiesta que la dimensión niveles de satisfacción, alcanzó un nivel de Muy satisfecho, esto quiere decir, se tiene conocimiento de la insatisfacción, satisfacción, y complacencia. Sin embargo, el 25% señalan que se obtuvo un nivel Satisfecho; y tan solo el 1% un nivel insatisfecho.

4.1.3 Tablas de Contingencia y figuras

Tabla 15

Inteligencia emocional y Satisfacción del usuario

		Satisfacción del usuario			Total
		Insatisfecho	Muy satisfecho	Satisfecho	
Inteligencia Emocional	Alta	0.0%	84.6%	1.8%	86.4%
	Baja	0.0%	0.9%	0.0%	0.9%
	Moderada	0.0%	4.4%	8.3%	12.7%
Total		0.0%	89.9%	10.1%	100.0%

Nota: Test aplicado al personal administrativo que atiende directamente al usuario de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión.

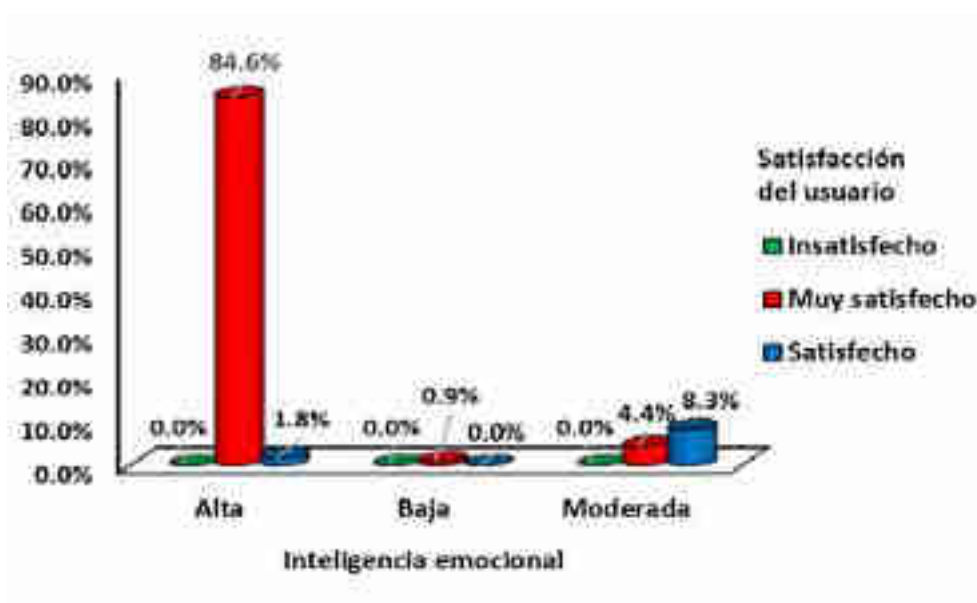


Figura 11. Inteligencia emocional y Satisfacción del usuario

De la figura 11 y tabla 15, se muestra que del 100% de los encuestados, un 84.6% manifiestan que la Inteligencia emocional es alta, y a la vez están muy satisfecho con Satisfacción del usuario. Mientras que un 4.4% señalan que esta primera variable es moderada, estando muy satisfecho con la segunda variable; y tan solo el 0.9% afirman que dicha primera variable es baja y muy satisfechos con la ya mencionada segunda variable. A parte, un 1.8% aseguran que la Inteligencia emocional es alta estando satisfechos con la Satisfacción del usuario; finalmente un 8.3% que la primera variable es moderada y están satisfecho con la segunda variable.

Tabla 16

Autoconciencia y Satisfacción del usuario

		Satisfacción del usuario			Total
		Insatisfecho	Muy satisfecho	Satisfecho	
Autoconciencia	Alta	0.0%	62.7%	0.0%	62.7%
	Baja	0.0%	0.9%	0.9%	1.8%
	Moderada	0.0%	26.3%	9.2%	35.5%
Total		0.0%	89.9%	10.1%	100.0%

Nota: Test aplicado al personal administrativo que atiende directamente al usuario de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión.

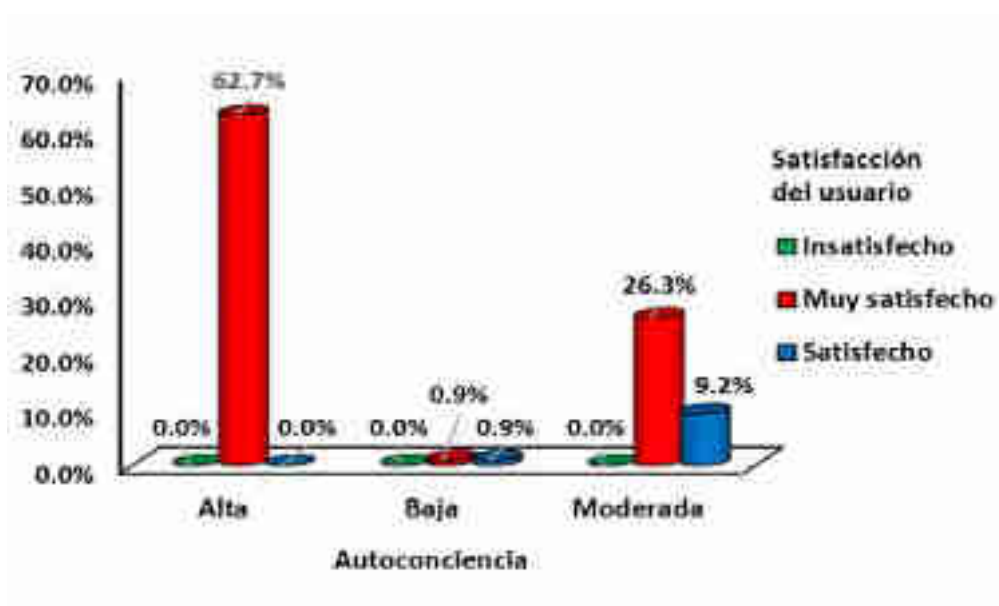


Figura 12. Autoconciencia y Satisfacción del usuario

De la figura 12 y tabla 16, se muestra que del 100% de los encuestados, un 62.7% manifiestan que la autoconciencia es alta, y a la vez están muy satisfecho con Satisfacción del usuario. Mientras que un 26.3% señalan que esta dimensión es moderada, estando muy satisfecho con la segunda variable; y tan solo el 0.9% afirman que dicha dimensión es baja y muy satisfechos con la ya mencionada segunda variable. A parte, un 9.2% aseguran que la Autoconciencia es moderada estando satisfechos con la Satisfacción del usuario; finalmente un 0.9% dicen que la dimensión es baja y están satisfecho con la segunda variable.

Tabla 17

Autorregulación y Satisfacción del usuario

		Satisfacción del usuario			Total
		Insatisfecho	Muy satisfecho	Satisfecho	
Autorregulación	Alta	0%	84%	3%	86%
	Baja	0%	1%	0%	1%
	Moderada	0%	5%	8%	13%
Total		0%	90%	10%	100%

Nota: Test aplicado al personal administrativo que atiende directamente al usuario de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión.

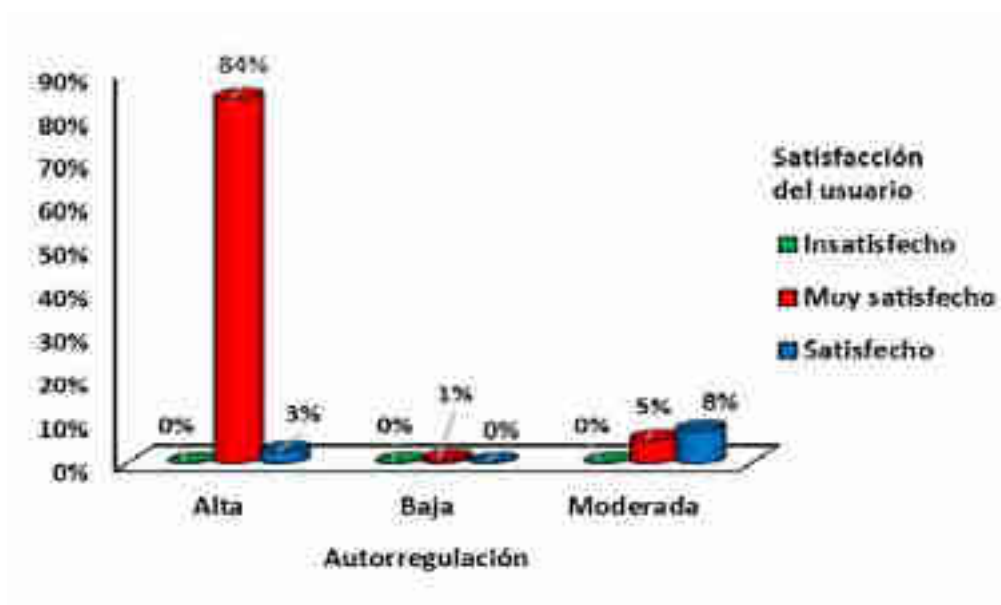


Figura 13. Autorregulación y Satisfacción del usuario

De la figura 13 y tabla 17, se muestra que del 100% de los encuestados, un 84% manifiestan que la Autorregulación es alta, y a la vez están muy satisfechos con Satisfacción del usuario. Mientras que un 5% señalan que esta dimensión es moderada, estando muy satisfechos con la segunda variable; y tan solo el 1% afirman que dicha dimensión es baja y muy satisfechos con la ya mencionada segunda variable. A parte, un 3% aseguran que la Autorregulación es alta estando satisfechos con la Satisfacción del usuario; y finalmente un 8% que la dimensión es moderada y están satisfechos con la segunda variable.

Tabla 18

Motivación y Satisfacción del usuario

		Satisfacción del usuario			Total
		Insatisfecho	Muy satisfecho	Satisfecho	
Motivación	Alta	0%	81%	2%	83%
	Baja	0%	2%	0%	2%
	Moderada	0%	7%	8%	15%
Total		0%	90%	10%	100%

Nota: Test aplicado al personal administrativo que atiende directamente al usuario de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión.

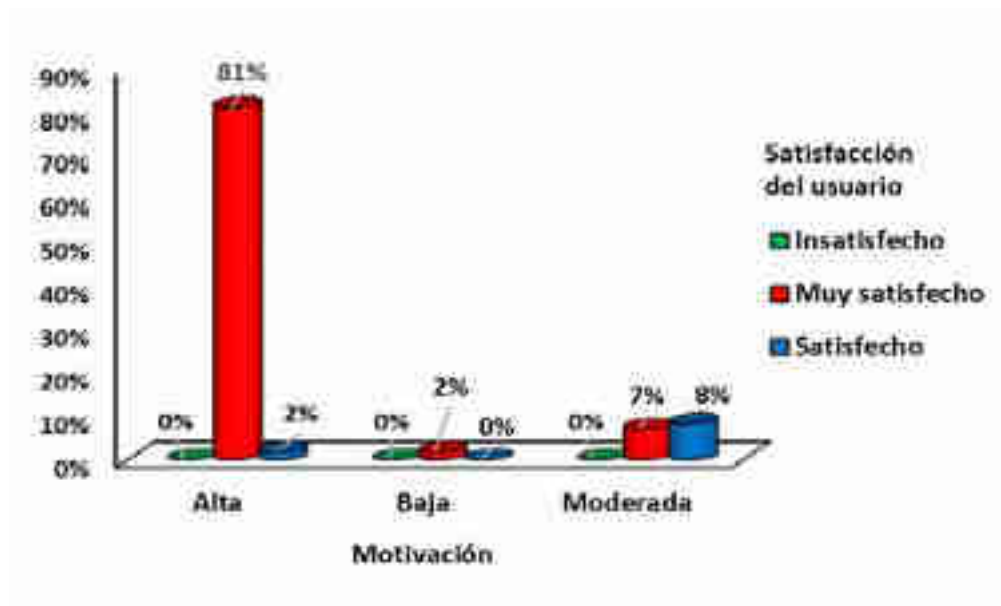


Figura 14. Motivación y Satisfacción del usuario

De la figura 14 y tabla 18, se muestra que del 100% de los encuestados, un 81% manifiestan que la Motivación es alta, y a la vez están muy satisfechos con Satisfacción del usuario. Mientras que un 7% señalan que esta dimensión es moderada, estando muy satisfechos con la segunda variable; y tan solo el 2% afirman que dicha dimensión es baja y muy satisfechos con la ya mencionada segunda variable. A parte, un 2% aseguran que la Motivación es alta estando satisfechos con la Satisfacción del usuario; y finalmente un 8% que la dimensión es moderada y están satisfechos con la segunda variable.

Tabla 19

Empatía y Satisfacción del usuario

		Satisfacción del usuario			Total
		Insatisfecho	Muy satisfecho	Satisfecho	
Empatía	Alta	0.0%	69.7%	0.9%	70.6%
	Baja	0.0%	0.9%	0.0%	0.9%
	Moderada	0.0%	19.3%	9.2%	28.5%
Total		0.0%	89.9%	10.1%	100.0%

Nota: Test aplicado al personal administrativo que atiende directamente al usuario de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión.

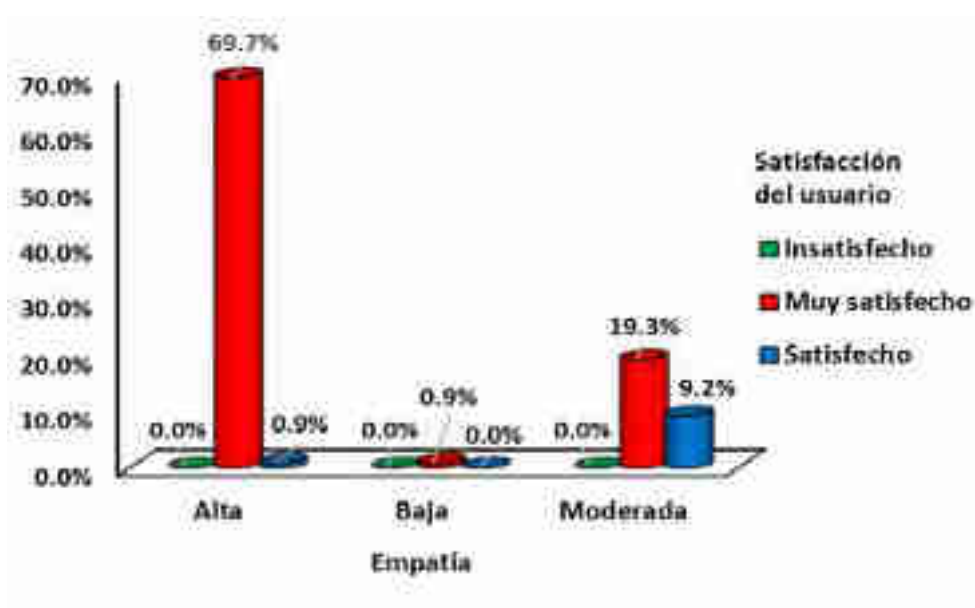


Figura 15. Empatía y Satisfacción del usuario

De la figura 15 y tabla 19, se muestra que del 100% de los encuestados, un 69.7% manifiestan que la Empatía es alta, y a la vez están muy satisfecho con Satisfacción del usuario. Mientras que un 19.3% señalan que esta dimensión es moderada, estando muy satisfecho con la segunda variable; y tan solo el 0.9% afirman que dicha dimensión es baja y muy satisfechos con la ya mencionada segunda variable. A parte, un 0.9% aseguran que la Empatía es alta estando satisfechos con la Satisfacción del usuario; y finalmente un 9.2% que la dimensión es moderada y están satisfecho con la segunda variable.

Tabla 20

Habilidades sociales y Satisfacción del usuario

		Satisfacción del usuario			Total
		Insatisfecho	Muy satisfecho	Satisfecho	
Habilidades sociales	Alta	0.0%	83.8%	1.8%	85.6%
	Baja	0.0%	0.9%	0.0%	0.9%
	Moderada	0.0%	5.2%	8.3%	13.5%
Total		0.0%	89.9%	10.1%	100.0%

Nota: Test aplicado al personal administrativo que atiende directamente al usuario de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión.

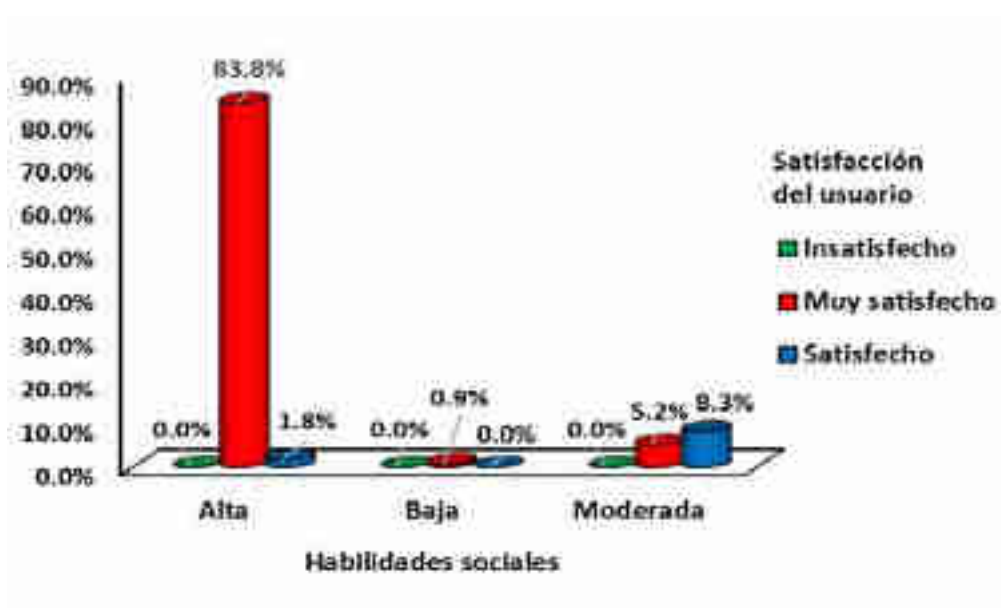


Figura 16. Habilidades sociales y Satisfacción del usuario

De la figura 16 y tabla 20, se muestra que del 100% de los encuestados, un 83.8% manifiestan que las Habilidades sociales es de nivel alto, y a la vez están muy satisfecho con Satisfacción del usuario. Mientras que un 5.2% señalan que esta dimensión es moderada, estando muy satisfecho con la segunda variable; y tan solo el 0.9% afirman que dicha dimensión es baja y están muy satisfechos con la ya mencionada segunda variable. A parte, un 1.8% aseguran que las Habilidades sociales es de nivel alto estando satisfechos con la Satisfacción del usuario; y finalmente un 8.3% que la dimensión es moderada y están satisfecho con la segunda variable.

4.1.4 Supuesto de Normalidad de las variables y dimensiones

1. Formulación de hipótesis para demostrar la normalidad de los datos

- **H₀:** Los datos cumplen el supuesto de normalidad
- **H_a:** Los datos no cumplen el supuesto de normalidad

2. Nivel de significancia: $p=0.05=5\%$

3. Criterios de Decisión

- Si el nivel de significancia (p) calculado es mayor que 5% (0.05), no se rechaza la hipótesis nula.
- Si el nivel de significancia (p) calculado es menor que 5% (0.05), se rechaza la hipótesis nula.

4. Estadístico para demostrar el supuesto de normalidad

La muestra de mi investigación es 228 personal administrativo de la UNJFSC, mayor que 50, por ello utilicé la prueba estadística de ajuste: Kolmogorov – Smirnov (K-S).

Tabla 21
Resultados de Normalidad de las variables y sus dimensiones

Variable y Dimensiones	Kolmogorov - Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Inteligencia Emocional	0.211	228	0.000
Satisfacción del usuario	0.129	228	0.000
Autoconciencia	0.159	228	0.000
Autorregulación	0.189	228	0.000
Motivación	0.304	228	0.000
Empatía	0.185	228	0.000
Habilidades sociales	0.258	228	0.000
Rendimiento percibido	0.151	228	0.000
Expectativas	0.270	228	0.000
Niveles de satisfacción	0.294	228	0.000

Nota. Fuente: Elaboración propia

5. Decisión

La tabla 21 muestra los resultados de la prueba de normalidad denominado: Kolmogorov – Smirnov (K-S). Donde se observa que las variables y sus respectivas dimensiones no se aproximan a una distribución normal ($p < 0.05$). Por ello, se determinarán correlaciones entre variables y dimensiones, siendo la prueba estadística a usarse no paramétrica, es decir, una prueba de Correlación de Spearman.

4.2 Contrastación de hipótesis

4.2.1 Procedimiento para la Contrastación de la Hipótesis General

1. Formulación de la hipótesis General:

Ho: La inteligencia emocional no influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

Ha: La inteligencia emocional influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

2. Nivel de significancia: $p=0.05=5\%$

3. Elección del estadístico:

Los datos de la encuesta no cumplen el supuesto de normalidad, las variables de mi investigación son cualitativa ordinal y el objetivo de mi investigación es analizar la influencia que existe entre la inteligencia emocional y la satisfacción del usuario. Es por ello que se utiliza el estadístico denominado Rho de Spearman.

4. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

Tabla 22

Correlación entre Inteligencia emocional y Satisfacción del usuario

			Inteligencia emocional	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Inteligencia emocional	Coefficiente de correlación	1.000	0.825
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	228	228
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	0.825	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	228	228

Nota. Fuente: Elaboración Propia

5. Criterio de decisión

- Si p valor calculado es mayor que 0.05, no se rechaza la hipótesis nula.
- Si p valor calculado es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula.

6. Decisión y Conclusión

En la tabla 22 se aprecia que el $p=0.000$ inferior a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador), es decir, la inteligencia emocional influye en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0.825 y de acuerdo a la escala de Bisquerra, dicha correlación es positiva y alta.

Para apreciar de una mejor manera se muestra la siguiente figura:

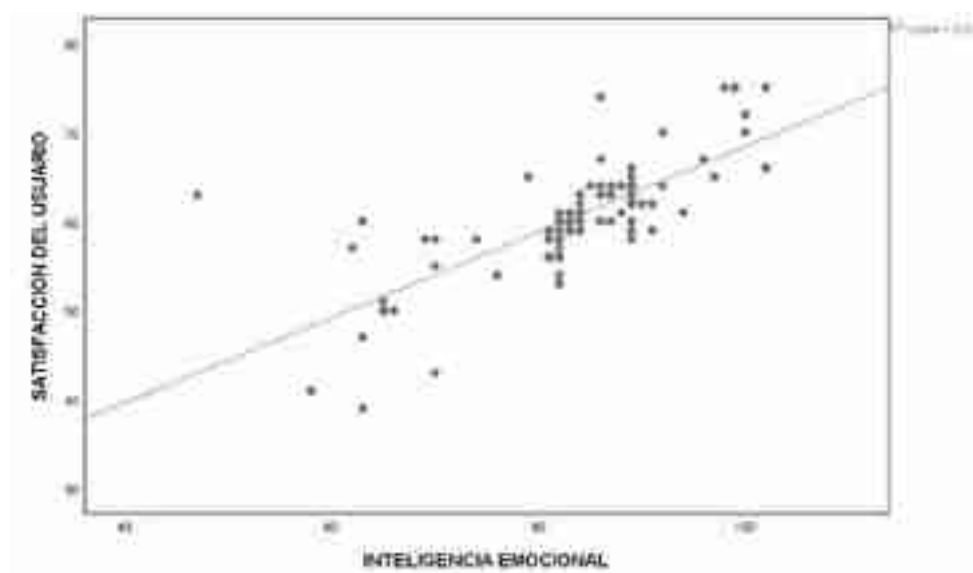


Figura 17. Correlación entre Inteligencia emocional y Satisfacción del usuario

En la figura 17, se puede observar que los puntos se aproximan a la recta, ello indica que la correlación que existe entre inteligencia emocional y la satisfacción del usuario es positiva y alta.

4.2.2 Procedimiento para la Contrastación de la Hipótesis Específica 1

1. Formulación de la hipótesis General:

Ho: La autoconciencia no influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

Ha: La autoconciencia influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

2. Nivel de significancia: $p=0.05=5\%$

3. Elección del estadístico:

Los datos de la encuesta no cumplen el supuesto de normalidad, las variables y dimensiones de mi investigación son cualitativa ordinal y el primer objetivo específico de mi investigación es determinar la influencia que existe entre la autoconciencia y la satisfacción del usuario. Es por ello que se utiliza el estadístico denominado Rho de Spearman.

4. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

Tabla 23

Correlación entre Autoconciencia y Satisfacción del usuario

			Autoconciencia	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Autoconciencia	Coefficiente de correlación	1.000	0.684
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	228	228
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	0.684	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	228	228

Nota. Fuente: Elaboración Propia

5. Criterio de decisión

- Si p valor calculado es mayor que 0.05, no se rechaza la hipótesis nula.
- Si p valor calculado es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula.

6. Decisión y Conclusión

En la tabla 23 se aprecia que el $p=0.000$ inferior a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador), es decir, la autoconciencia influye en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0.684 y de acuerdo a la escala de Bisquerra, dicha correlación es positiva y moderada.

Para apreciar de una mejor manera se muestra la siguiente figura:

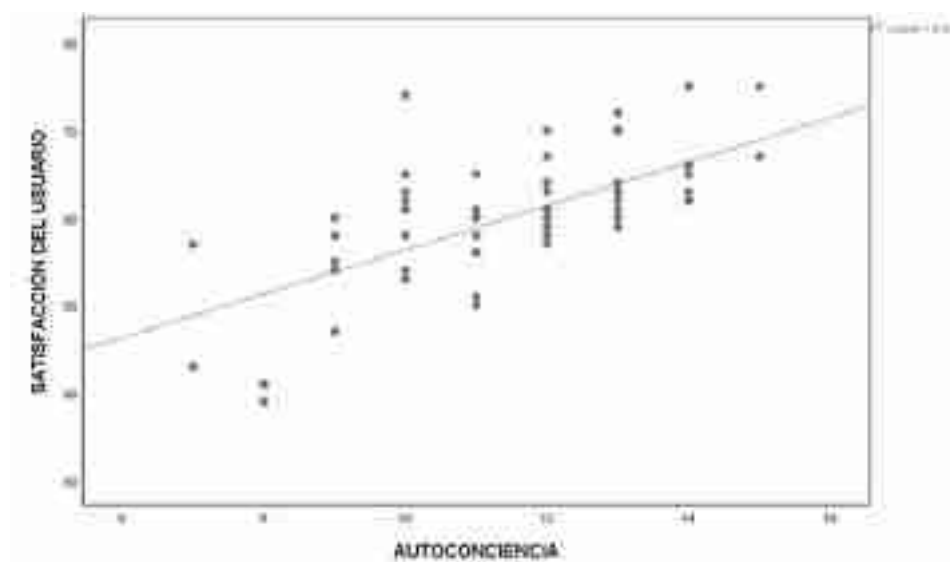


Figura 18. Correlación entre Autoconciencia y Satisfacción del usuario

En la figura 18, se puede observar que los puntos se aproximan a la recta, ello indica que la correlación que existe entre autoconciencia y la satisfacción del usuario es positiva y moderada.

4.2.3 Procedimiento para la Contrastación de la Hipótesis Específica 2

1. Formulación de la hipótesis General:

Ho: La autorregulación no influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

Ha: La autorregulación influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

2. Nivel de significancia: $p=0.05=5\%$

3. Elección del estadístico:

Los datos de la encuesta no cumplen el supuesto de normalidad, las variables y dimensiones de mi investigación son cualitativa ordinal y el segundo objetivo específico de mi investigación es establecer la influencia que existe entre la autorregulación y la satisfacción del usuario. Es por ello que se utiliza el estadístico denominado Rho de Spearman.

4. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

Tabla 24

Correlación entre Autorregulación y Satisfacción del usuario

			Autorregula ción	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Autorregul ación	Coefficiente de correlación	1.000	0.544
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	228	228
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	0.544	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	228	228

Nota. Fuente: Elaboración Propia

5. Criterio de decisión

- Si p valor calculado es mayor que 0.05, no se rechaza la hipótesis nula.
- Si p valor calculado es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula.

6. Decisión y Conclusión

En la tabla 24 se aprecia que el $p=0.000$ inferior a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador), es decir, autorregulación influye en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0.544 y de acuerdo a la escala de Bisquerra, dicha correlación es positiva y moderada.

Para apreciar de una mejor manera se muestra la siguiente figura:

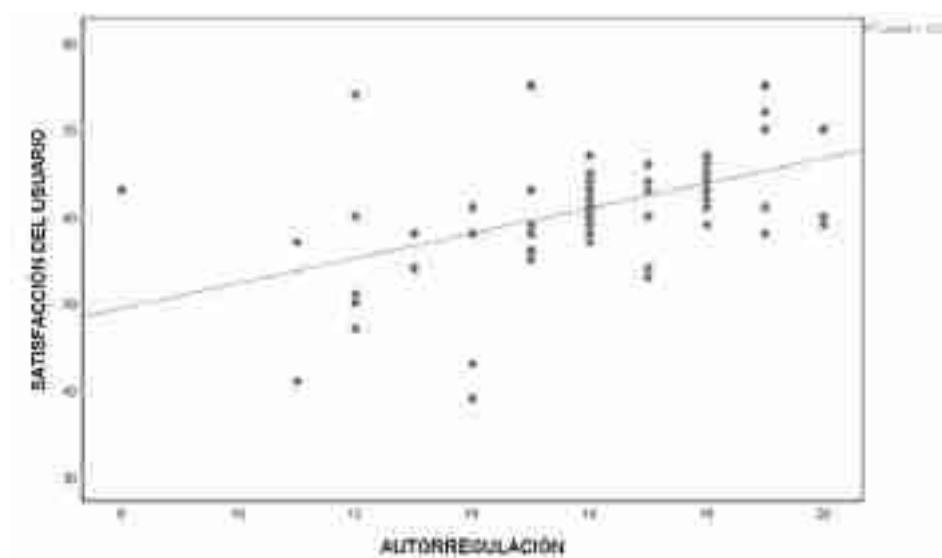


Figura 19. Correlación entre Autorregulación y Satisfacción del usuario

En la figura 19, se puede observar que los puntos se aproximan a la recta, ello indica que la correlación que existe entre autorregulación y la satisfacción del usuario es positiva y moderada.

4.2.4 Procedimiento para la Contrastación de la Hipótesis Específica 3

1. Formulación de la hipótesis General:

Ho: La motivación no influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

Ha: La motivación influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

2. Nivel de significancia: $p=0.05=5\%$

3. Elección del estadístico:

Los datos de la encuesta no cumplen el supuesto de normalidad, las variables y dimensiones de mi investigación son cualitativa ordinal y el tercer objetivo específico de mi investigación es identificar la influencia que existe entre la motivación y la satisfacción del usuario. Es por ello que se utiliza el estadístico denominado Rho de Spearman.

4. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

Tabla 25

Correlación entre Motivación y Satisfacción del usuario

			Motivación	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Motivación	Coefficiente de correlación	1.000	0.611
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	228	228
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	0.611	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	228	228

Nota. Fuente: Elaboración Propia

5. Criterio de decisión

- Si p valor calculado es mayor que 0.05, no se rechaza la hipótesis nula.
- Si p valor calculado es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula.

6. Decisión y Conclusión

En la tabla 25 se aprecia que el $p=0.000$ inferior a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador), es decir, la motivación influye en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0.611 y de acuerdo a la escala de Bisquerra, dicha correlación es positiva y moderada.

Para apreciar de una mejor manera se muestra la siguiente figura:

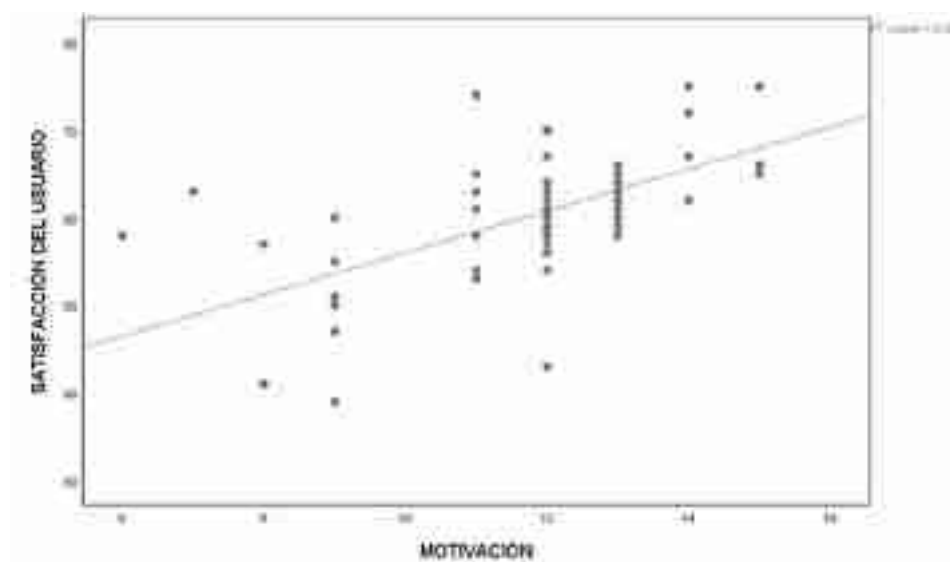


Figura 20. Correlación entre Motivación y Satisfacción del usuario

En la figura 20, se puede observar que los puntos se aproximan a la recta, ello indica que la correlación que existe entre motivación y la satisfacción del usuario es positiva y moderada.

4.2.5 Procedimiento para la Contrastación de la Hipótesis Específica 4

1. Formulación de la hipótesis General:

Ho: La empatía no influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

Ha: La empatía influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

2. Nivel de significancia: $p=0.05=5\%$

3. Elección del estadístico:

Los datos de la encuesta no cumplen el supuesto de normalidad, las variables y dimensiones de mi investigación son cualitativa ordinal y el cuarto objetivo específico de mi investigación es determinar la influencia que existe entre la empatía y la satisfacción del usuario. Es por ello que se utiliza el estadístico denominado Rho de Spearman.

4. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

Tabla 26

Correlación entre Empatía y Satisfacción del usuario

			Empatía	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Empatía	Coefficiente de correlación	1.000	0.810
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	228	228
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	0.810	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	228	228

Nota. Fuente: Elaboración Propia

5. Criterio de decisión

- Si p valor calculado es mayor que 0.05, no se rechaza la hipótesis nula.
- Si p valor calculado es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula.

6. Decisión y Conclusión

En la tabla 26 se aprecia que el $p=0.000$ inferior a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador), es decir, la empatía influye en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0.810 y de acuerdo a la escala de Bisquerra, dicha correlación es positiva y alta.

Para apreciar de una mejor manera se muestra la siguiente figura:

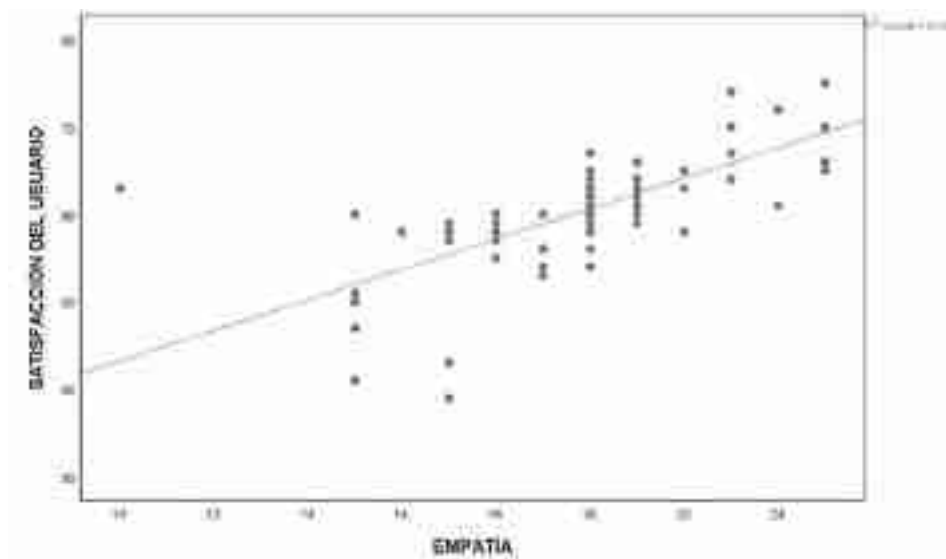


Figura 21. Correlación entre Empatía y Satisfacción del usuario

En la figura 21, se puede observar que los puntos se aproximan a la recta, ello indica que la correlación que existe entre empatía y la satisfacción del usuario es positiva y alta.

4.2.6 Procedimiento para la Contrastación de la Hipótesis Específica 5

1. Formulación de la hipótesis General:

Ho: Las habilidades sociales no influyen en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

Ha: Las habilidades sociales influyen en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018.

2. Nivel de significancia:

$$p=0.05=5\%$$

3. Elección del estadístico:

Los datos de la encuesta no cumplen el supuesto de normalidad, las variables y dimensiones de mi investigación son cualitativa ordinal y el quinto objetivo específico de mi investigación es determinar la influencia que existe entre las habilidades sociales y la satisfacción del usuario. Es por ello que se utiliza el estadístico denominado Rho de Spearman.

4. Cálculo del coeficiente de correlación y el nivel de significancia

Tabla 27

Correlación entre Habilidades sociales y Satisfacción del usuario

			Habilidades sociales	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Habilidades sociales	Coeficiente de correlación	1.000	0.640
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	228	228
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	0.640	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	228	228

Nota. Fuente: Elaboración Propia

5. Criterio de decisión

- Si p valor calculado es mayor que 0.05, no se rechaza la hipótesis nula.
- Si p valor calculado es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula.

6. Decisión y Conclusión

En la tabla 27 se aprecia que el $p=0.000$ inferior a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador), es decir, las habilidades sociales influyen en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0.640 y de acuerdo a la escala de Bisquerra, dicha correlación es positiva y moderada.

Para apreciar de una mejor manera se muestra la siguiente figura:

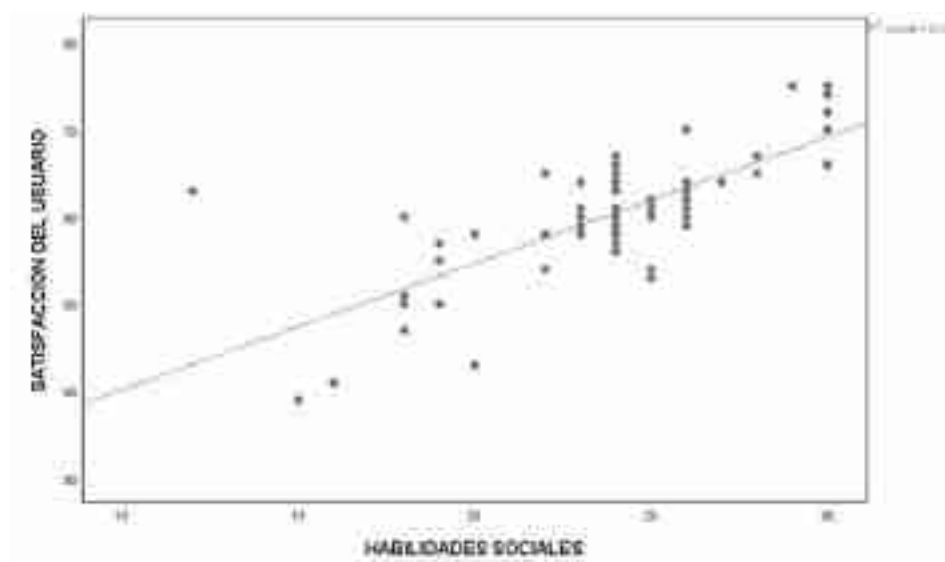


Figura 22. Correlación entre Habilidades sociales y Satisfacción del usuario

En la figura 22, se puede observar que los puntos se aproximan a la recta, ello indica que la correlación que existe entre habilidades sociales y la satisfacción del usuario es positiva y moderada.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

- En la presente investigación, se logró identificar que la inteligencia emocional influye en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018. Con una correlación de Rho de Spearman de 0.825 y de acuerdo a la escala de Bisquerra, dicha correlación es positiva y alta. Este resultado tiene similitud con lo expresado por el autor Pacheco (2009) en su investigación “Inteligencia emocional del gerente educativo y relaciones interpersonales en escuelas bolivarianas del municipio san francisco – Venezuela”, con su objetivo de determinar la relación entre inteligencia emocional del gerente educativo y relaciones interpersonales en las Escuelas Bolivarianas del Municipio San Francisco en el año 2009. Llegando a la conclusión que el gerente educativo tiene dominio significativo en cuanto a su Inteligencia Emocional, lo cual representa una fortaleza para las relaciones interpersonales en su ámbito de trabajo. Sin embargo, debe mejorar el autodomínio y el liderazgo para que consolide un ámbito armónico en las organizaciones objeto de estudio.
- López (2016) en su tesis de investigación “Relación entre inteligencia emocional y satisfacción del cliente de la municipalidad de la democracia, departamento de Escuintla”, de la Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Concluyó que el nivel de inteligencia emocional es adecuado ya que se sitúa en un nivel medio alto a óptimo, determinando que la satisfacción de los usuarios es satisfactoria,

ya que los colaboradores se esfuerzan para agradar a los mismos. Siendo esto similar al resultado obtenido en la presente investigación. Debido a que la autoconciencia influye en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0.684 y de acuerdo a la escala de Bisquerra, dicha correlación es positiva y moderada.

- También en la presente investigación, se logró percibir que la autorregulación influye en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018. Teniendo una la correlación de Rho de Spearman de 0.544 y de acuerdo a la escala de Bisquerra, dicha correlación es positiva y moderada. Dicho resultado, guarda similitud con lo expresado del autor Rojas (2016) en su tesis titulada “La inteligencia emocional en los empleados que prestan servicios a los usuarios del Hospital Germán Vélez Gutiérrez del municipio de Betulia – Antioquia”. Donde concluyo que los empleados que prestan servicios a los usuarios en el Hospital Germán Vélez Gutiérrez en el municipio de Betulia Antioquia predominan componentes de la inteligencia emocional como lo son el intrapersonal y el estado de ánimo.
- El autor Aquino (2012) realizó la investigación sobre “La relación de la Inteligencia Emocional y el Liderazgo en los Directores de las Instituciones Educativas del nivel primaria de la red educativa Nuevo Horizonte, Jauja–Junín-2012”, donde concluyó que, existe una correlación entre inteligencia emocional y liderazgo, en los directores de las instituciones educativas del nivel primaria de la red educativa “Nuevo horizonte” Jauja -Junín – 2012, expresado en la $r =$

0,73. Dicho resultado guarda similitud con los resultados obtenidos en la presente investigación, donde la motivación influye en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018. Con una correlación de Rho de Spearman de 0.611, siendo positiva y moderada de acuerdo a la escala de Bisquerra.

- Por otra parte, en la presente investigación, también se logró percibir que la empatía influye en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018. Teniendo una correlación de Rho de Spearman de 0.810 y de acuerdo a la escala de Bisquerra, dicha correlación es positiva y alta. Este resultado tiene similitud con lo expresado por el autor Andrade (2018) en su tesis de maestría de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, titulada “La inteligencia emocional y su relación con el rendimiento académico en asignatura de estadística en educación superior”, donde concluyo que, existe una relación positiva alta entre la inteligencia emocional y el rendimiento académico en la asignatura de Estadística en los estudiantes de Ingeniería de la Universidad Peruana de las Américas – 2016 - II. Siendo una relación positiva entre la inteligencia emocional y el rendimiento académico en Estadística manteniendo aun separando a los estudiantes en grupos; de género, colegio de procedencia y si viven o no con sus padres; esta relación positiva no se mantiene cuando se agrupa a los estudiantes por escuela de ingeniería a la que pertenece, lo cual puede deberse a la influencia de la variable interviniente número de estudiantes por aula.

- Finalmente, el autor Dávila (2016) en su tesis denominado “La inteligencia emocional como estrategia para mejorar la calidad de servicio del personal de la Empresa de transportes Civa – Chiclayo, 2016”, de la Universidad San Martín de Porres, tuvo como resultado 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. A diferencia de ello, los resultados obtenidos en la presente investigación, determinó que las habilidades sociales influyen en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - 2018. Teniendo una correlación de Rho de Spearman de 0.640, siendo positiva y moderada de acuerdo a la escala de Bisquerra.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- La significancia asintótica (p valor calculado es igual a 0.000), siendo este menor que el nivel de significancia (p valor igual a 0.05). Por tanto, existe suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna (hipótesis del investigador): la inteligencia emocional influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho – 2018. Teniendo una correlación de Rho de Spearman de 0.825, siendo una correlación positiva y alta de acuerdo a la escala de Bisquerra. Es decir, el personal administrativo de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, atiende a los usuarios con autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía, y habilidades sociales; a ello se debe la satisfacción del usuario.

- La significancia asintótica (p valor calculado es igual a 0.000), siendo este menor que el nivel de significancia (p valor igual a 0.05). Por tanto, existe suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna (primera hipótesis específica del investigador): la autoconfianza influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho – 2018. Teniendo una correlación de Rho de Spearman de 0.684, siendo una correlación positiva y moderada de acuerdo a la escala de

Bisquerra. Es decir, el personal administrativo de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, aplica moderadamente la conciencia emocional, autoevaluación y autoconfianza; a ello se debe la satisfacción del usuario.

- La significancia asintótica (p valor calculado es igual a 0.000), siendo este menor que el nivel de significancia (p valor igual a 0.05). Por tanto, existe suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna (segunda hipótesis específica del investigador): la autorregulación influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho – 2018. Teniendo una correlación de Rho de Spearman de 0.544, siendo una correlación positiva y moderada de acuerdo a la escala de Bisquerra. Es decir, el personal administrativo de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, aplica moderadamente el autocontrol, fiabilidad, innovación y adaptabilidad; a ello se debe la satisfacción del usuario.
- La significancia asintótica (p valor calculado es igual a 0.000), siendo este menor que el nivel de significancia (p valor igual a 0.05). Por tanto, existe suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna (tercera hipótesis específica del investigador): la motivación influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho – 2018. Teniendo una correlación de Rho de Spearman de 0.611, siendo una correlación positiva y moderada de acuerdo a la escala de Bisquerra. Es decir, el personal administrativo de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, aplica moderadamente la motivación al logro, compromiso, e iniciativa y optimismo; a ello se debe la satisfacción del usuario.

- La significancia asintótica (p valor calculado es igual a 0.000), siendo este menor que el nivel de significancia (p valor igual a 0.05). Por tanto, existe suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna (cuarta hipótesis específica del investigador): la empatía influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho – 2018. Teniendo una correlación de Rho de Spearman de 0.810, siendo una correlación positiva y alta de acuerdo a la escala de Bisquerra. Es decir, el personal administrativo de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, comprende a los demás, vela por el desarrollo de los demás, orientado al servicio, aplica el apalancamiento de diversidad, así como la conciencia política; y es por ello la satisfacción del usuario.

- La significancia asintótica (p valor calculado es igual a 0.000), siendo este menor que el nivel de significancia (p valor igual a 0.05). Por tanto, existe suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna (quinta hipótesis específica del investigador): las habilidades sociales influyen en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho – 2018. Teniendo una correlación de Rho de Spearman de 0.640, siendo una correlación positiva y moderada de acuerdo a la escala de Bisquerra. Es decir, el personal administrativo de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, aplica moderadamente la influencia, comunicación, manejo de conflictos, catalización de cambios, y creación de lazos; a ello se debe la satisfacción del usuario.

6.2 Recomendaciones

- Se recomienda implementar un programa de capacitación con la finalidad de desarrollar la inteligencia emocional en el personal administrativo de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, siendo de suma importancia en la atención a los usuarios, y así poder obtener una mayor satisfacción en ellos.
- También, se recomienda realizar seguimientos constantes en los personales administrativos, para mantener el nivel satisfacción del usuario aceptable o elevado, siendo de gran importancia el tener un vínculo armonioso y amable.
- Crear estrategias de autoconciencia y autorregulación en el personal administrativo, para fortalecer su desarrollo personal y laboral en las realizaciones de las tareas diarias.
- Centrar los estudios sobre la satisfacción del usuario, basándose en las observaciones inmediatas dentro del ambiente laboral para determinar el sistema de funcionamiento de la relación trabajador administrativo y usuario, con la finalidad de conocer a detalle, los requerimientos necesarios para mejorar la atención de servicio.
- Realizar coordinaciones, entre los jefes de áreas y el personal administrativo, para fomentar una mayor interrelación laboral y ambiente adecuado, sirviendo como imagen ante los usuarios que acudan a la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

REFERENCIAS

7.1 Fuentes documentales

7.1.1 Fuentes Internacionales

Pacheco, (2009) *La Inteligencia emocional del gerente educativo y relaciones interpersonales en escuelas bolivarianas del municipio san francisco - Venezuela,*

Araujo, (2012) *La Inteligencia Emocional y Desempeño Laboral en las Instituciones de Educación Superior Públicas.* del estado Trujillo – Venezuela.

López (2016) realizo la investigación “Relación entre inteligencia emocional y satisfacción del cliente de la municipalidad de la democracia, departamento de Escuintla.” De la Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

Rojas (2016) realizo la tesis titulada “*La inteligencia emocional en los empleados que prestan servicios a los usuarios del Hospital Germán Vélez Gutiérrez del municipio de Betulia - Antioquia.*”

Hernández (2010) realizo la tesis “*Inteligencia emocional y servicio al cliente*” (estudio realizado con el personal de servicio al cliente de la cooperativa Salcajá-Colombia.

7.1.2 Fuentes Nacionales

Andrade (2018) en su tesis de maestría, titulada “*La inteligencia emocional y su relación con el rendimiento académico en asignatura de estadística en educación superior*” Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima – Perú.

Aquino, (2012); realizo la investigación sobre *La Relación de la Inteligencia Emocional y el Liderazgo en los Directores de las Instituciones Educativas del nivel primaria de la red educativa “Nuevo Horizonte” Jauja - Junín –Perú.*

Salvador, (2010); realizo la investigación sobre *La Relación de la Inteligencia Emocional en el liderazgo del equipo directivo en las instituciones educativas de la zona de canto grande, UGEL N° 05 del distrito de San Juan de Lurigancho- Lima Perú.*

Dávila (2016) realizó la tesis “*La inteligencia emocional como estrategia para mejorar la calidad de servicio del personal de la “Empresa de transportes Civa” - Chiclayo 2016.* Universidad San Martín de Porres. Lima - Perú.

Montesinos (2018) “*Inteligencia emocional y relaciones interpersonales del personal de enfermería del hospital Luis Negreiros Vega 2018- Callao - Perú*

7.2 Fuentes bibliográficas

Baron, I. (2003). *Inventario de Inteligencia Emocional*. Canadá: Editorial ICE

Goleman, Daniel. *La Inteligencia Emocional*. Javier Vergara Editor-Buenos Aires, 1996

Goleman, Daniel. *La práctica de la inteligencia emocional*, 2000.

González Ramírez, José Francisco. *Inteligencia emocional (la manera de manejar las emociones)*, 2007.

Quiroga. *La Ciencia del Éxito: Inteligencia Emocional Práctica*. Editorial Instituto Alfac. Santiago, 1997.

Ordóñez Legarda, M^a del Carmen. *Estimulación Temprana Inteligencia emocional y cognitiva*, 2004.

Sandino, Claudia. *Inteligencia Emocional para Padres*. Editorial Planeta Chilena, 2003.

Ugarriza, N. (2003). *La evaluación de la inteligencia Emocional a través del Inventario Emocional de Baron (I-CE)*. Lima: Ediciones Libro Amigo.

7.4 Fuentes electrónicas

<http://redie.uabc.mx/contenido/vol6no2/contenido-extremera.pdf>

<http://www.rieoei.org/deloslectores/465Extremera.pdf>

[http://www.inteligenciaemocional-](http://www.inteligenciaemocional-portal.org/ARTICULOS/Liderar%20con%20Inteligencia%20Emocional.pdf)

[portal.org/ARTICULOS/Liderar%20con%20Inteligencia%20Emocional.pdf](http://www.inteligenciaemocional-portal.org/ARTICULOS/Liderar%20con%20Inteligencia%20Emocional.pdf)

http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/cursos/material_de_apoyo-F-C-

[CIFH/2MaterialdeapoyocursosCICAP/5InteligenciaEmocional/PracticaInteligEmocional.pdf](http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/cursos/material_de_apoyo-F-C-CIFH/2MaterialdeapoyocursosCICAP/5InteligenciaEmocional/PracticaInteligEmocional.pdf)

http://www.anantes.net/wpcontent/collection_idc4359ea7e77cf49fwriterlreturn_toInteligencia+emocional.pdf

http://www.csicsif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_21/CARMEN_JURADO_GOMEZ02.pdf

<http://www.monografias.com/trabajos23/inteligencia-emocional-trabajo/inteligencia-emocional-trabajo.shtml>

<http://www.aldadis.net/revista12/documentos/11.pdf>

http://www.apsique.cl/wiki/laboInt_emoc_empresa

<https://www.psicologia-online.com/teoria-de-la-inteligencia-emocional-de-daniel-goleman-resumen-y-test-3905.html>

ANEXOS

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGIA
<p>Problema General</p> <p>¿De qué manera la Inteligencia Emocional influye en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho -2018?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>a) ¿De qué manera la autoconciencia influye en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho -2018?</p> <p>b) ¿Cuál es la influencia entre la auto- regulación y la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho-2018?</p> <p>c) ¿Cómo influye la motivación en la satisfacción de los</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Analizar la influencia que existe entre la inteligencia emocional y la satisfacción del usuario, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho -2018.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>a) Determinar la influencia que existe entre la autoconciencia y la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional “José Faustino Sánchez Carrión” -2018.</p> <p>b) Establecer la influencia que existe entre la autorregulación y la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional “José Faustino Sánchez Carrión” Huacho-2018.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La inteligencia emocional influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho -2018.</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>a) La autoconciencia influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho -2018.</p> <p>b) La autorregulación influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho 2018.</p> <p>c) La motivación influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2018.</p>	<p>V.1 Independiente</p> <p>Inteligencia Emocional</p> <p>V.2 Dependiente</p> <p>Satisfacción del usuario</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Auto-conciencia • Auto- regulación • Motivación • Empatía • Habilidades sociales <ul style="list-style-type: none"> • Rendimiento Percibido • Expectativas • Niveles de Satisfacción 	<p>El diseño de investigación es de naturaleza no experimental de nivel descriptivo-correlacional.</p> <p>Tipo: Básica</p> <p>Población: personal administrativo de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2018</p> <p>Muestra 228 trabajadores</p> <p>Técnicas para el Procesamiento de la Información SPSS, Versión 22.</p>

<p>usuarios, de la Universidad Nacional “José Faustino Sánchez Carrión” Huacho-2018? d) ¿Cuál es la influencia de la empatía en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional “José Faustino Sánchez Carrión” Huacho -2018? e) ¿Cuál es la influencia de las habilidades sociales en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional “José Faustino Sánchez Carrión” -2018?</p>	<p>c) Identificar la influencia que existe entre la motivación y la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional “José Faustino Sánchez Carrión” Huacho-2018. d) Determinar la influencia entre la empatía y la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional “José Faustino Sánchez Carrión” Huacho -2018. e) Determinar la influencia de las habilidades sociales y la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional “José Faustino Sánchez Carrión” Huacho -2018.</p>	<p>d) La empatía influye en la satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho - 2018. e) Las habilidades sociales influyen en la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho-2018.</p>			
--	--	---	--	--	--

ENCUESTA SOBRE INTELIGENCIA EMOCIONAL & SATISFACCIÓN DEL USUARIO

La presente encuesta por cuestionario está dirigida a los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho, para analizar la influencia que existe entre la inteligencia emocional y la satisfacción del usuario por parte sus trabajadores administrativos, tanto nombrados como contratados. Para tal efecto tenga a bien en marcar con una (X) el factor que usted crea pertinente calificar.

Trabajadores Administrativos.	Nombrado	Trabajadores contratados en Planilla	CAS
Marcar (X)			

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

CUESTIONARIO

1.	Considera que su conciencia emocional ésta presente en la atención de los usuarios	1	2	3	4	5
2.	Cada que tiempo usted se auto evalúa en torno a las funciones del cargo que desempeña.	1	2	3	4	5
3.	Considera usted que su nivel de autoconfianza contribuye en la satisfacción de los usuarios que atiende.	1	2	3	4	5
4.	Deja usted que sus sentimientos afecten sus actividades laborales.	1	2	3	4	5
5.	Tiene claro sus sentimientos hacia sus compañeros de trabajo.	1	2	3	4	5
6.	Propone usted iniciativas para mejorar sus funciones que realiza.	1	2	3	4	5
7.	Se adapta con facilidad a los cambios que se presenta en el transcurso de su trabajo.	1	2	3	4	5
8.	Controla usted sus emociones y sentimientos ante los usuarios.	1	2	3	4	5
9.	Se siente usted comprometido con las funciones que realiza.	1	2	3	4	5
10.	Tiene la capacidad de anticiparme, reconocer y satisfacer las expectativas de los usuarios.	1	2	3	4	5
11.	Comprende usted a los usuarios que buscan una atención de calidad.	1	2	3	4	5
12.	Está preparado para ayudar a resolver las necesidades de los usuarios.	1	2	3	4	5
13.	Ésta usted presto a brindar una orientación a los usuarios.	1	2	3	4	5
14.	Tiene la capacidad de captar los sentimientos e interesarse por los problemas de los usuarios.	1	2	3	4	5
15.	Siempre tiene la mejor disponibilidad para atender y servir.	1	2	3	4	5

16.	Influye usted en el servicio que brinda en la satisfacción de los usuarios. Considera que la motivación es muy importante en su desempeño laboral.	1	2	3	4	5
17.	Considera usted que la comunicación que da a los usuarios es la más correcta.	1	2	3	4	5
18.	Cuando se presenta un conflicto entre usted y el usuario, es capaz de superarlo.	1	2	3	4	5
19.	Generalmente tiende a ser la persona que encamina al grupo de trabajo.	1	2	3	4	5
20.	Propone ciertos cambios o mejoras en las funciones que usted desempeña en su cargo a su jefe.	1	2	3	4	5
21.	La atención que usted realiza siempre es personalizada de acuerdo a las necesidades del usuario.	1	2	3	4	5
22.	Percibe un buen rendimiento en la realización de su puesto de trabajo.	1	2	3	4	5
23.	Percibe un buen rendimiento y aceptación de sus compañeros con su puesto de trabajo.	1	2	3	4	5
24.	El usuario percibe que está frente a una buena atención de servicio.	1	2	3	4	5
25.	El usuario se siente a gusto con la atención brindada en su centro de trabajo.	1	2	3	4	5
26.	El usuario obtiene lo esperado en la atención brindada.	1	2	3	4	5
27.	Se siente satisfecho con la percepción recibida por parte del usuario.	1	2	3	4	5
28.	En su institución se tiene expectativas aceptables en el servicio que se brinda..	1	2	3	4	5
29.	Constantemente los usuarios le felicitan y/o le hacen recordar por su buena atención otorgada.	1	2	3	4	5
30.	Amistades, familiares, o conocidos le han hecho saber de su buen desempeño en la atención al usuario.	1	2	3	4	5
31.	Alguna autoridad interna o externa a su trabajo le ha hecho saber de su buen desempeño en la atención al usuario.	1	2	3	4	5
32.	Los usuarios prefieren la atención brindada en su institución a comparación con otras instituciones o entidades.	1	2	3	4	5
33.	Otorga una buena atención a los usuarios, sin necesidad de hacer competencias de tiempo.	1	2	3	4	5
34.	El usuario muestra una nula insatisfacción luego de la atención brindada.	1	2	3	4	5
35.	El usuario se siente satisfecho luego de la atención recibida.	1	2	3	4	5
36.	Constantemente logra causar agrado en la atención a los usuarios.	1	2	3	4	5

Observaciones:

.....
.....
.....

Huacho, agosto 2019.

PROCESO DE BAREMACIÓN

1. Proceso de Baremación de la Variable Inteligencia Emocional y sus dimensiones

A. Baremación de la Variable Inteligencia emocional

- Máximo: $21(5) = 105$
- Mínimo: $21(1) = 21$
- Rango: Máximo – Mínimo $\rightarrow R = 105 - 21 = 84$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo: $A = R/3 \rightarrow 84/3 = 28$

B. Baremación de la Dimensión Autoconciencia

- Máximo: $3(5) = 15$
- Mínimo: $3(1) = 3$
- Rango: Máximo – Mínimo $\rightarrow R = 15 - 3 = 12$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo: $A = R/3 \rightarrow 12/3 = 4$

C. Baremación de la Dimensión Autorregulación

- Máximo: $4(5) = 20$
- Mínimo: $4(1) = 4$
- Rango: Máximo – Mínimo $\rightarrow R = 20 - 4 = 16$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo: $A = R/3 \rightarrow 16/3 = 5.3 = 5$

D. Baremación de la Dimensión Motivación

- Máximo: $3(5) = 15$
- Mínimo: $3(1) = 3$
- Rango: Máximo – Mínimo $\rightarrow R = 15 - 3 = 12$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo: $A = R/3 \rightarrow 12/3 = 4$

E. Baremación de la Dimensión Empatía

- Máximo: $5(5) = 25$
- Mínimo: $5(1) = 5$
- Rango: Máximo – Mínimo $\rightarrow R = 25 - 5 = 20$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo: $A = R/3 \rightarrow 20/3 = 6.67 = 7$

F. Baremación de la Dimensión Habilidades sociales

- Máximo: $6(5) = 30$
- Mínimo: $6(1) = 6$
- Rango: Máximo – Mínimo $\rightarrow R = 30 - 6 = 24$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo: $A = R/3 \rightarrow 24/3 = 8$

2. Proceso de Baremación de la Variable Satisfacción del usuario y sus dimensiones

A. Baremación de la Variable Satisfacción del usuario

- Máximo: $15(5) = 75$
- Mínimo: $15(1) = 15$
- Rango: Máximo – Mínimo $\rightarrow R = 75 - 15 = 60$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo: $A = R/3 \rightarrow 60/3 = 20$

B. Baremación de la Dimensión Rendimiento percibido

- Máximo: $6(5) = 30$
- Mínimo: $6(1) = 6$
- Rango: Máximo – Mínimo $\rightarrow R=30-6= 24$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo: $A = R/3 \rightarrow 24/3= 8$

C. Baremación de la Dimensión Expectativas

- Máximo: $6(5) = 30$
- Mínimo: $6(1) = 6$
- Rango: Máximo – Mínimo $\rightarrow R=30-6= 24$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo: $A = R/3 \rightarrow 24/3= 8$

D. Baremación de la Dimensión Niveles de satisfacción

- Máximo: $3(5) = 15$
- Mínimo: $3(1) = 3$
- Rango: Máximo – Mínimo $\rightarrow R=15-3= 12$
- Numero de intervalos: 3
- Amplitud del intervalo: $A = R/3 \rightarrow 12/3= 4$

DATA DE PROCEDIMIENTOS

Base de Datos										
V1	V2	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9
92	89	29	28	17	18	16	26	18	16	13
107	108	34	34	20	19	20	30	20	20	18
87	77	27	26	16	18	16	22	12	13	14
88	90	26	29	16	17	17	24	16	17	16
66	61	22	23	11	10	10	16	9	14	12
82	93	26	27	15	14	17	26	18	16	16
49	91	18	15	8	8	19	24	16	16	16
63	61	19	20	12	12	13	11	14	13	10
96	99	31	31	16	18	19	29	18	16	17
94	91	30	29	16	19	18	24	16	16	17
66	88	21	21	12	12	16	24	16	16	16
77	88	26	25	13	13	16	24	15	15	18
85	86	25	28	16	16	18	20	16	16	16
66	82	18	22	13	13	14	25	15	14	14
69	68	23	21	13	12	15	20	12	12	9
103	107	29	35	20	19	20	30	20	18	19
73	79	24	23	14	12	15	22	14	15	13
73	62	21	24	17	11	11	15	15	12	9
97	94	29	32	18	18	19	25	16	16	18
105	100	32	33	20	20	20	28	20	16	16
90	91	27	29	16	18	18	24	17	16	16
92	87	28	28	17	19	16	22	18	16	15
93	91	31	30	16	16	20	24	16	16	15
92	86	31	32	14	15	15	24	15	16	16
86	85	27	27	16	16	16	24	16	17	12
86	87	26	29	15	16	16	24	17	17	13
85	84	26	28	15	16	16	22	14	16	16
86	85	26	28	16	16	15	22	15	17	16
86	86	28	26	16	16	16	22	16	16	16
88	84	28	28	14	18	16	25	16	16	11
88	84	28	28	14	18	16	25	16	16	11
74	86	23	23	13	15	15	24	15	16	16
87	86	27	28	16	16	15	24	16	16	15
79	75	22	28	15	14	14	21	15	13	12
85	87	28	26	15	16	16	24	15	16	16
85	86	27	28	15	15	15	24	15	16	16
90	88	29	29	16	16	16	22	18	16	16
87	86	28	28	16	15	16	24	16	15	15
87	88	27	28	16	16	16	24	16	16	16
87	88	27	28	16	16	16	24	16	16	16
91	107	22	29	20	20	20	30	19	20	18
92	89	30	29	16	17	16	26	16	15	16
66	68	21	21	12	12	12	18	14	15	9
73	81	22	19	16	16	15	24	15	16	11
93	91	33	28	16	16	16	24	16	16	19
88	88	28	28	16	16	16	24	16	16	16
90	95	28	30	16	16	16	29	18	16	16
88	91	28	28	16	16	16	23	16	19	17

101	98	29	35	19	18	16	27	18	17	20
107	98	32	35	20	20	18	24	20	19	17
100	102	33	31	19	17	16	27	20	19	20
105	100	33	32	20	20	18	29	18	19	16
93	87	33	28	16	16	16	23	16	16	16
87	86	28	27	16	16	16	25	15	15	15
93	91	31	30	16	16	20	24	16	16	15
86	85	27	27	16	16	16	24	16	17	12
85	84	26	28	15	16	16	22	14	16	16
88	84	28	28	14	18	16	25	16	16	11
107	98	32	35	20	20	18	24	20	19	17
105	100	33	32	20	20	18	29	18	19	16
93	91	31	30	16	16	20	24	16	16	15
85	84	26	28	15	16	16	22	14	16	16
94	91	30	29	16	19	18	24	16	16	17
107	98	32	35	20	20	18	24	20	19	17
105	100	33	32	20	20	18	29	18	19	16
93	91	31	30	16	16	20	24	16	16	15
85	84	26	28	15	16	16	22	14	16	16
94	91	30	29	16	19	18	24	16	16	17
95	91	30	30	16	19	18	24	16	16	17
92	91	31	29	16	16	20	24	16	16	15
86	85	27	27	16	16	16	24	16	17	12
85	84	26	28	15	16	16	22	14	16	16
87	84	28	27	14	18	16	25	16	16	11
94	91	30	29	16	19	18	24	16	16	17
88	90	26	29	16	17	17	24	16	17	16
104	107	29	35	20	20	20	30	20	18	19
93	91	31	30	16	16	20	24	16	16	15
86	85	27	27	16	16	16	24	16	17	12
85	84	26	28	15	16	16	22	14	16	16
88	84	28	28	14	18	16	25	16	16	11
88	90	26	29	16	17	17	24	16	17	16
104	107	29	35	20	20	20	30	20	18	19
94	91	30	29	16	19	18	24	16	16	17
107	98	32	35	20	20	18	24	20	19	17
105	100	33	32	20	20	18	29	18	19	16
93	91	31	30	16	16	20	24	16	16	15
85	84	26	28	15	16	16	22	14	16	16
94	91	30	29	16	19	18	24	16	16	17
104	107	29	35	20	20	20	30	20	18	19
88	90	26	29	16	17	17	24	16	17	16
93	90	31	30	16	16	19	24	16	16	15
93	92	31	30	16	16	20	24	16	16	16
91	91	31	28	16	16	19	24	16	16	16
90	93	29	30	16	15	18	25	16	18	16
94	94	31	30	16	17	20	25	17	16	16
90	88	29	29	16	16	16	24	16	16	16
92	94	30	31	16	15	20	25	16	17	16
95	87	31	30	16	18	16	23	16	17	15
91	93	29	29	16	17	18	25	17	17	16
97	89	31	32	19	15	17	24	16	16	16

95	89	31	30	17	17	19	24	16	15	15
88	92	29	28	16	15	19	24	16	16	17
89	93	30	28	15	16	19	25	16	16	17
93	91	31	30	16	16	19	24	16	16	16
93	91	31	30	16	16	20	24	16	16	15
88	91	26	29	16	17	17	24	16	17	17
87	77	27	26	16	18	16	22	12	13	14
87	87	28	28	16	15	16	25	16	15	15
68	68	23	21	12	12	15	20	12	12	9
86	86	28	26	16	16	16	22	16	16	16
88	90	26	29	16	17	17	24	16	17	16
68	69	23	21	12	12	15	21	12	12	9
86	86	28	26	16	16	16	22	16	16	16
87	87	28	28	16	15	17	24	16	15	15
86	85	28	26	16	16	16	21	16	16	16
88	91	26	29	16	17	18	24	16	17	16
87	78	27	26	16	18	17	22	12	13	14
86	87	28	26	16	16	16	23	16	16	16
86	86	28	26	16	16	16	22	16	16	16
68	68	23	21	12	12	15	20	12	12	9
87	86	28	28	16	15	16	24	16	15	15
68	68	23	21	12	12	15	20	12	12	9
86	86	28	26	16	16	16	22	16	16	16
88	90	26	29	16	17	17	24	16	17	16
68	68	23	21	12	12	15	20	12	12	9
92	89	29	28	17	18	16	26	18	16	13
107	108	34	34	20	19	20	30	20	20	18
87	77	27	26	16	18	16	22	12	13	14
88	90	26	29	16	17	17	24	16	17	16
66	61	22	23	11	10	10	16	9	14	12
82	93	26	27	15	14	17	26	18	16	16
49	91	18	15	8	8	19	24	16	16	16
63	61	19	20	12	12	13	11	14	13	10
96	99	31	31	16	18	19	29	18	16	17
94	91	30	29	16	19	18	24	16	16	17
66	88	21	21	12	12	16	24	16	16	16
77	88	26	25	13	13	16	24	15	15	18
85	86	25	28	16	16	18	20	16	16	16
66	82	18	22	13	13	14	25	15	14	14
69	68	23	21	13	12	15	20	12	12	9
103	107	29	35	20	19	20	30	20	18	19
73	79	24	23	14	12	15	22	14	15	13
73	62	21	24	17	11	11	15	15	12	9
97	94	29	32	18	18	19	25	16	16	18
105	100	32	33	20	20	20	28	20	16	16
90	91	27	29	16	18	18	24	17	16	16
92	87	28	28	17	19	16	22	18	16	15

93	91	31	30	16	16	20	24	16	16	15
92	86	31	32	14	15	15	24	15	16	16
86	85	27	27	16	16	16	24	16	17	12
86	87	26	29	15	16	16	24	17	17	13
85	84	26	28	15	16	16	22	14	16	16
86	85	26	28	16	16	15	22	15	17	16
86	86	28	26	16	16	16	22	16	16	16
88	84	28	28	14	18	16	25	16	16	11
88	84	28	28	14	18	16	25	16	16	11
74	86	23	23	13	15	15	24	15	16	16
87	86	27	28	16	16	15	24	16	16	15
79	75	22	28	15	14	14	21	15	13	12
85	87	28	26	15	16	16	24	15	16	16
85	86	27	28	15	15	15	24	15	16	16
90	88	29	29	16	16	16	22	18	16	16
87	86	28	28	16	15	16	24	16	15	15
87	88	27	28	16	16	16	24	16	16	16
87	88	27	28	16	16	16	24	16	16	16
91	107	22	29	20	20	20	30	19	20	18
92	89	30	29	16	17	16	26	16	15	16
66	68	21	21	12	12	12	18	14	15	9
73	81	22	19	16	16	15	24	15	16	11
93	91	33	28	16	16	16	24	16	16	19
88	88	28	28	16	16	16	24	16	16	16
90	95	28	30	16	16	16	29	18	16	16
88	91	28	28	16	16	16	23	16	19	17
101	98	29	35	19	18	16	27	18	17	20
107	98	32	35	20	20	18	24	20	19	17
100	102	33	31	19	17	16	27	20	19	20
105	100	33	32	20	20	18	29	18	19	16
93	87	33	28	16	16	16	23	16	16	16
87	86	28	27	16	16	16	25	15	15	15
93	91	31	30	16	16	20	24	16	16	15
86	85	27	27	16	16	16	24	16	17	12
85	84	26	28	15	16	16	22	14	16	16
88	84	28	28	14	18	16	25	16	16	11
107	98	32	35	20	20	18	24	20	19	17
105	100	33	32	20	20	18	29	18	19	16
93	91	31	30	16	16	20	24	16	16	15
85	84	26	28	15	16	16	22	14	16	16
94	91	30	29	16	19	18	24	16	16	17
107	98	32	35	20	20	18	24	20	19	17
105	100	33	32	20	20	18	29	18	19	16

93	91	31	30	16	16	20	24	16	16	15
85	84	26	28	15	16	16	22	14	16	16
94	91	30	29	16	19	18	24	16	16	17
95	91	30	30	16	19	18	24	16	16	17
92	91	31	29	16	16	20	24	16	16	15
86	85	27	27	16	16	16	24	16	17	12
85	84	26	28	15	16	16	22	14	16	16
87	84	28	27	14	18	16	25	16	16	11
94	91	30	29	16	19	18	24	16	16	17
88	90	26	29	16	17	17	24	16	17	16
104	107	29	35	20	20	20	30	20	18	19
93	91	31	30	16	16	20	24	16	16	15
86	85	27	27	16	16	16	24	16	17	12
85	84	26	28	15	16	16	22	14	16	16
88	84	28	28	14	18	16	25	16	16	11
88	90	26	29	16	17	17	24	16	17	16
104	107	29	35	20	20	20	30	20	18	19
94	91	30	29	16	19	18	24	16	16	17
107	98	32	35	20	20	18	24	20	19	17
105	100	33	32	20	20	18	29	18	19	16
93	91	31	30	16	16	20	24	16	16	15
85	84	26	28	15	16	16	22	14	16	16
94	91	30	29	16	19	18	24	16	16	17
104	107	29	35	20	20	20	30	20	18	19
88	90	26	29	16	17	17	24	16	17	16
93	90	31	30	16	16	19	24	16	16	15
93	92	31	30	16	16	20	24	16	16	16
91	91	31	28	16	16	19	24	16	16	16
90	93	29	30	16	15	18	25	16	18	16
94	94	31	30	16	17	20	25	17	16	16
90	88	29	29	16	16	16	24	16	16	16
92	94	30	31	16	15	20	25	16	17	16
95	87	31	30	16	18	16	23	16	17	15
91	93	29	29	16	17	18	25	17	17	16
97	89	31	32	19	15	17	24	16	16	16
95	89	31	30	17	17	19	24	16	15	15
88	92	29	28	16	15	19	24	16	16	17
89	93	30	28	15	16	19	25	16	16	17

[Indique los nombres y apellidos completos del asesor o director]
ASESOR

[Indique los nombres y apellidos completos del presidente]
PRESIDENTE

[Indique los nombres y apellidos completos del secretario]
SECRETARIO

[Indique los nombres y apellidos completos del primer vocal]
VOCAL

[Indique los nombres y apellidos completos del segundo vocal]
VOCAL

[Indique los nombres y apellidos completos del tercer vocal]
VOCAL