



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

**INTELIGENCIA EMOCIONAL DE LOS COLABORADORES EN LA
AGENCIA DE TELECOMUNICACIONES MOVISTAR – CUSCO, 2023.**

Línea de investigación: Comportamiento y desarrollo organizacional

PRESENTADO POR:

Bach. Delgado Baez Nicole

Código ORCID: 0009-0001-0104-5935

Bach. Fuentes Garcia Noely Shakira

Código ORCID: 0009-0007-6266-3263

**Para optar al título profesional de licenciado
en administración**

Asesor(a): Mgt. Alviz Pazos Susi

Código ORCID: 0000-0002-6107-8843

CUSCO – PERÚ

2023



METADATOS

Datos del autor 1	
Nombres y apellidos	Nicole Delgado Baez
Número de documento de identidad	72967327
URL de Orcid	https://orcid.org/0009-0001-0104-5935 Previewpublicrecord
Datos del autor 2	
Nombres y apellidos	Noely Shakira Fuentes Garcia
Número de documento de identidad	71838648
URL de Orcid	https://orcid.org/0009-0007-6266-3263
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Susi Alviz Pazos
Número de documento de identidad	23893951
URL de Orcid	https://orcid.org/0000-0002-6107-8843
Datos del jurado	
Presidente del jurado (jurado 1)	
Nombres y apellidos	Dr. Edward Anibal Morante Rios
Número de documento de identidad	23930443
Jurado 2	
Nombres y apellidos	Mgt. Sharon Farah Perez Alarcon
Número de documento de identidad	46057324
Jurado 3	
Nombres y apellidos	Mgt. Angela Cornejo Rojas
Número de documento de identidad	41922103
Jurado 4	
Nombres y apellidos	Mgt. Shirley Villafuerte Salazar
Número de documento de identidad	41417309
Datos de la investigación	
Línea de investigación de la Escuela Profesional	Comportamiento y desarrollo organizacional



INTELIGENCIA EMOCIONAL DE LOS COLABORADORES EN LA AGENCIA DE TELECOMUNICACIONES MOVISTAR – CUSCO, 2023.

por Nicole , Noely Shakira Delgado Baez, Fuentes García

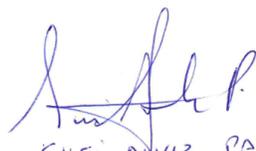
Fecha de entrega: 16-feb-2024 02:14p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2296579738

Nombre del archivo: RADORES_EN_LA_AGENCIA_DE_TELECOMUNICACIONES_MOVISTAR_2023_1.pdf
(875.88K)

Total de palabras: 19549

Total de caracteres: 112813



SUSI NOELY BAEZ
FUENTES GARCIA
2296579738



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

²
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

INTELIGENCIA EMOCIONAL DE LOS COLABORADORES EN LA
AGENCIA DE TELECOMUNICACIONES MOVISTAR – CUSCO, 2023.

PRESENTADO POR:

Bach. Delgado Baez Nicole

Bach. Fuentes García Noely Shakira

⁴
Para optar al título profesional de
licenciado en administración

Asesor(a): Mgt. Alviz Pazos Susi

CUSCO – PERÚ

2023

SUSI ALVIZ PAZOS
2259355



INTELIGENCIA EMOCIONAL DE LOS COLABORADORES EN LA AGENCIA DE TELECOMUNICACIONES MOVISTAR – CUSCO, 2023.

INFORME DE ORIGINALIDAD

16%

INDICE DE SIMILITUD

10%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad de Málaga - Tii Trabajo del estudiante	1%
2	www.clubensayos.com Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad del Istmo de Panamá Trabajo del estudiante	1%
4	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1%
5	JOHN JAIRO CARDOZO VASQUEZ. "Diseño de sistemas de productos. Una propuesta con enfoque sistémico", Universitat Politecnica de Valencia, 2013 Publicación	<1%
6	Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD Trabajo del estudiante	<1%

fdocuments.ec

Susi Andrez PAZ
2789395

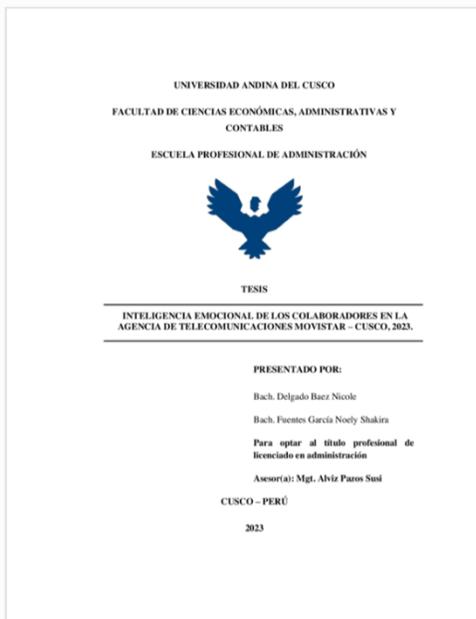


Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Nicole , Noely Shakira Delgado Baez, Fuentes García
Título del ejercicio: INTELIGENCIA EMOCIONAL DE LOS COLABORADORES EN LA ...
Título de la entrega: INTELIGENCIA EMOCIONAL DE LOS COLABORADORES EN LA ...
Nombre del archivo: RADORES_EN_LA_AGENCIA_DE_TELECOMUNICACIONES_MOV...
Tamaño del archivo: 875.88K
Total páginas: 108
Total de palabras: 19,549
Total de caracteres: 112,813
Fecha de entrega: 16-feb.-2024 02:14p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entre... 2296579738




SUSI PAZOS SUSI
2296579738



PRESENTACIÓN

Señor Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Andina del Cusco.

Señores Jurados Dictaminantes

En conformidad al Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad De Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, pongo a vuestra distinguida consideración la Tesis Titulada **“INTELIGENCIA EMOCIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA AGENCIA DE TELECOMUNICACIONES MOVISTAR – CUSCO, 2023.”**, con el objeto de optar al título de Licenciado en Administración.

El estudio que se presenta a continuación, mostrará la realidad problemática por la que viene atravesando la empresa aludida, para lo cual se recolectarán datos que posteriormente se analizarán para develar las causas y sus consecuencias.

Atentamente,



AGRADECIMIENTO

Agradecimiento a nuestros padres quienes siempre nos brindaron la oportunidad de tener una educación y poder seguir formándonos profesionalmente.

De igual manera agradecer a la Universidad Andina del Cusco por brindarnos las herramientas necesarias para nuestra formación profesional, a la escuela de Administración, a nuestros docentes que con el paso del tiempo nos aportaron sus enseñanzas.

Especialmente agradecer a la Mgt. Susi Alviz Pazos por su dedicación, paciencia, disponibilidad, apoyo y orientación otorgada durante todo el proceso; su experiencia y conocimientos han sido fundamentales para la realización de esta investigación.

También agradecer a nuestras dictaminantes, la Mg. Shirley Villafuerte Salazar y Mg. Angela Cornejo Rojas por la asesoría, las recomendaciones y observaciones, que nos ayudaron a mejorar el desarrollo de nuestra tesis.

Y por último agradecer a los colaboradores de Telecomunicaciones Movistar por contribuir durante el desarrollo de esta investigación.

Las tesistas.



DEDICATORIA

A mi mami que el ser humano más valioso de este mundo, esto y todo lo bueno de mi vida es por ti, gracias, por tanto, gracias tu amor.

A mi papá y hermanas por el apoyo a lo largo de mi vida.

Bach. Nicole Delgado Baez.



DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mis padres quienes han sido mi apoyo incondicional, gracias por su paciencia y aliento, que me han dado la fuerza necesaria para enfrentar los desafíos y superar los obstáculos que he encontrado en mi camino.

A mis abuelos que siempre me dieron los ánimos para seguir adelante.

Bach. Noely Shakira Fuentes Garcia.



ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	7
AGRADECIMIENTO	8
DEDICATORIA	9
DEDICATORIA	10
ÍNDICE	11
ÍNDICE DE TABLAS	16
ÍNDICE DE FIGURAS.....	17
RESUMEN.....	18
ABSTRACT	19

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del Problema.....	20
1.2. Formulación del problema	23



1.2.1.	<i>Problema general</i>	23
1.2.2.	<i>Problemas específicos</i>	23
1.3.	Objetivos de la investigación	24
1.3.1.	<i>Objetivo general</i>	24
1.3.2.	<i>Objetivos específicos</i>	24
1.4.	Justificación de la investigación.....	24
1.4.1.	<i>Relevancia social</i>	24
1.4.2.	<i>Implicancias prácticas</i>	25
1.4.3.	<i>Valor teórico</i>	25
1.4.4.	<i>Utilidad metodológica</i>	25
1.4.5.	<i>Viabilidad o factibilidad</i>	26
1.5.	Delimitación de la investigación.....	26
1.5.1.	<i>Delimitación Temporal</i>	26
1.5.2.	<i>Delimitación Espacial</i>	27
1.5.3.	<i>Delimitación Conceptual</i>	27

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes de la Investigación	28
2.1.1.	<i>Antecedentes internacionales</i>	28
2.1.2.	<i>Antecedentes nacionales</i>	30
2.1.3.	<i>Antecedentes locales</i>	32
2.2.	Bases legales	35
2.2.1.	<i>Contratación Laboral General</i>	35
2.3.	Bases teóricas	36
2.3.1.	<i>Inteligencia emocional</i>	36
2.3.2.	<i>Características de la inteligencia emocional</i>	37
2.3.3.	<i>Importancia de la inteligencia emocional</i>	37
2.3.4.	<i>Objetivos de la inteligencia emocional</i>	38



2.3.5.	<i>Los cinco componentes de la inteligencia emocional</i>	39
2.3.6.	<i>Clasificación de los modelos de inteligencia emocional</i>	46
2.3.7.	<i>Estrategias para desarrollar la inteligencia emocional</i>	47
2.4.	Marco conceptual	47
2.4.1.	<i>Conciencia social</i>	47
2.4.2.	<i>Servicio</i>	48
2.4.3.	<i>Emociones</i>	48
2.4.4.	<i>Compromiso</i>	48
2.4.5.	<i>Conciencia social</i>	48
2.4.6.	<i>Desarrollo personal</i>	49
2.4.7.	<i>Relaciones públicas</i>	49
2.4.8.	<i>Aptitud</i>	49
2.4.9.	<i>Respeto</i>	49
2.4.10.	<i>Control</i>	49
2.4.11.	<i>Conducta</i>	50
2.5.	Marco empresarial.....	50
2.5.1.	<i>Historia</i>	50
2.5.2.	<i>Misión</i>	51
2.5.3.	<i>Visión</i>	51
2.5.4.	<i>Valores Organizacionales</i>	52
2.5.5.	<i>Organigrama</i>	53
2.6.	Variable	53
2.6.1.	<i>Variable única</i>	53
2.6.2.	<i>Conceptualización de las variables</i>	54
2.6.3.	<i>Operacionalización de las variables</i>	56

CAPÍTULO III

MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.	Enfoque de investigación	57
------	--------------------------------	----



3.2.	Diseño de investigación	57
3.3.	Alcance de investigación.....	57
3.4.	Población y muestra de la investigación	57
	3.4.1. Población.....	57
	3.4.2. Muestra.....	58
3.5.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	58
	3.5.1. Técnicas.....	58
	3.5.2. Instrumentos	58
3.6.	Validez y confiabilidad de datos	59
3.7.	Procesamiento de datos	60

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1.	Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado.....	61
	4.1.1. Presentación del instrumento	61
	4.1.2. Fiabilidad del instrumento aplicado	62
4.2.	Resultados de las dimensiones de la variable inteligencia emocional	63
	4.2.1 Conciencia de uno mismo.....	63
	4.2.2 Autorregulación.....	68
	4.2.3 Motivación.....	72
	4.2.4 Empatía.....	77
	4.2.5 Habilidad social	81
4.3.	Resultado de la variable inteligencia emocional	86

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1	Hallazgos más relevantes	90
5.2	Limitaciones del estudio	91



5.3 Comparación con la literatura existente.....	92
5.4 Implicancias de la investigación	93
CONCLUSIONES	94
RECOMENDACIONES	97
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	99
ANEXOS	106



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Clasificación de los modelos de inteligencia emocional.....	46
Tabla 2	Conceptualización de variables.....	54
Tabla 3	Operacionalización de variables	56
Tabla 4	Distribución de los ítems del cuestionario	61
Tabla 5	Descripción de la Baremación y escala de interpretación.....	62
Tabla 6	Estadísticas de fiabilidad.....	63
Tabla 7	Indicadores de la dimensión conciencia de uno mismo	63
Tabla 8	Conciencia de uno mismo	65
Tabla 9	Comparación promedio de los indicadores de la dimensión conciencia de uno mismo.....	66
Tabla 10	Indicadores de la dimensión autorregulación.....	68
Tabla 11	Autorregulación.....	70
Tabla 12	Comparación promedio de los indicadores de la dimensión autorregulación	71
Tabla 13	Indicadores de la dimensión motivación.....	73
Tabla 14	Motivación	74
Tabla 15	Comparación promedio de los indicadores de la dimensión motivación...	75
Tabla 16	Indicadores de la dimensión empatía	77
Tabla 17	Empatía	78
Tabla 18	Comparación promedio de los indicadores de la dimensión empatía	80
Tabla 19	Indicadores de la dimensión habilidad social.....	81
Tabla 20	Habilidad social.....	83
Tabla 21	Comparación promedio de los indicadores de la dimensión habilidad social	84
Tabla 22	Inteligencia emocional	86
Tabla 23	Comparación promedio de las dimensiones de la variable inteligencia emocional	87



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama de la Institución	53
Figura 2: Indicadores de la dimensión conocimiento de sí mismo	64
Figura 3: Conocimiento de sí mismo	65
Figura 4: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión conocimiento sí mismo	67
Figura 5: Indicadores de la dimensión autorregulación.....	69
Figura 6: Autorregulación.....	70
Figura 7: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión autorregulación	71
Figura 8: Indicadores de la dimensión motivación	73
Figura 9: Motivación	74
Figura 10: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión motivación.....	76
Figura 11: Indicadores de la dimensión empatía	77
Figura 12: Empatía.....	79
Figura 13: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión empatía	80
Figura 14: Indicadores de la dimensión habilidad social.....	81
Figura 15: Habilidad social.....	83
Figura 16: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión habilidad social	85
Figura 17: Habilidad social.....	86
Figura 18: Comparación promedio de las dimensiones de la variable inteligencia emocional	88



RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de inteligencia emocional de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – Cusco 2023; el enfoque de la investigación es cuantitativa, de diseño no experimental, y con un alcance descriptivo; con una población compuesta por 35 colaboradores a quienes se les aplicó una encuesta de 16 preguntas. El procesamiento de los resultados se realizó con el software estadístico SPSS para obtener frecuencias absolutas, relativas y promedios; el Alfa de Cronbach tuvo un valor de 0.807 por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de los datos. Los resultados a los que llegó la investigación fueron: La variable Inteligencia emocional obtuvo un promedio de 2.85 lo que indica que es considerada como media; y en cuanto a las dimensiones: Conciencia de uno mismo obtuvo un promedio de 2.92 considerada como media, Autorregulación obtuvo un promedio 2.79 considerada como media, Motivación obtuvo un promedio de 2.94 considerada como media, Empatía obtuvo un promedio de 2.79 considerada como media, Habilidad social obtuvo un promedio de 2.81 considerada como media.

Palabras clave: Inteligencia emocional, Conciencia de uno mismo, Autorregulación, Motivación, Empatía, y Habilidad social.



ABTRACT

The objective of this research work was to determine the level of emotional intelligence of the collaborators of the telecommunications agency Movistar - Cusco 2023; the research approach is quantitative, of a non-experimental design, and with a descriptive scope; with a population made up of 35 collaborators to whom a survey of 16 questions was applied. The processing of the results was carried out with the statistical software SPSS to obtain absolute, relative and average frequencies; Cronbach's Alpha had a value of 0.807, so it is established that the instrument is reliable for data processing. The results reached by the investigation were: The Emotional Intelligence variable obtained an average of 2.85, which indicates that it is considered average; and regarding the dimensions: Self-knowledge obtained an average of 2.92 considered as average, Self-regulation obtained an average of 2.79 considered as average, Motivation obtained an average of 2.94 considered as average, Empathy obtained an average of 2.79 considered as average, Ability social obtained an average of 2.81 considered as average.

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



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

Las emociones son reacciones que el ser humano experimenta ante una situación en particular y es común que formen parte del comportamiento. En el mundo laboral, los sentimientos impactan en el desempeño, productividad, relaciones interpersonales, liderazgo y trabajo en equipo. Ante esto, es esencial que todo colaborador tenga capacidad para conocer y comprender las emociones propias o de terceros para desenvolverse en diferentes situaciones. Capacidad actualmente conocida como inteligencia emocional.

Goleman, Mckee, David y Gallo (2021) en el libro *Inteligencia Emocional*, definen el término desde la perspectiva de los negocios e indican:

Las personas con mayor inteligencia emocional parecen ser más capaces de lidiar con las quejas de los consumidores o de mediar en las discusiones, y pueden destacar de forma especial a la hora de establecer conexiones personales positivas y sólidas a largo plazo con subordinados y clientes. (p.14)

Bajo el concepto es fácil asumir quién posee inteligencia emocional y quién no. Sin embargo, existen casos de personas con alta inteligencia emocional que son realistas e inseguras en lugar de optimistas y confiados, por lo que la presencia de IE es distinta entre las personas.

Desde una perspectiva laboral, Benito (2019) menciona a Daniel Goleman y su tradicional frase “la inteligencia representaría el 20% del éxito en el trabajo, mientras que la inteligencia emocional supondría el otro 80%” (párr.3), sin embargo, estudios de la Universidad de Harvard revelan que el 85% del éxito en el desempeño laboral obedece al desarrollo de habilidades blandas, comúnmente conocidas como capacidades emocionales (2017). Por otra parte, la IE toma relevancia, cuando el Foro Económico Mundial señala que es parte de las diez habilidades laborales más buscadas durante el 2020. (BBC News Mundo, 2020)



Ante la nueva realidad, el 71% de gerentes de contratación valora más la IE que el coeficiente intelectual (Conexión Esan, 2019), por su conexión con el éxito en el trabajo, motivación, bienestar, vida personal y porque no tendrá inconvenientes para realizar sus funciones bajo presión ni se dejará gobernar por sus sentimientos en los momentos difíciles.

En el contexto peruano, la inteligencia emocional aún es un aspecto que las empresas en general no toman en consideración cuando contratan personal, centrándose en otras habilidades blandas como: curiosidad por aprender, resolución de problemas, toma de decisiones y adaptabilidad (Andina, 2020). Sin embargo, en el rubro de servicios, las empresas peruanas buscan que los presentes y futuros colaboradores sean competentes en cinco aspectos, trabajo colaborativo, habilidades comerciales y de negocios, conocimientos digitales, habilidades blandas y capacidad de análisis (European Business School, 2020).

Los nuevos requerimientos también son solicitados por las diversas Agencias de Telecomunicaciones Movistar a nivel nacional, que a diciembre de 2020 contaba con alrededor de 10,9 millones de clientes (El Economista, 2021), que constantemente solicitan información respecto al servicio de comunicación, de manera que es imprescindible la presencia de colaboradores con habilidades blandas. Surgiendo así la necesidad de investigar la situación actual de la inteligencia emocional presente en los colaboradores de la Agencia de Telecomunicaciones Movistar Cusco.

A partir de una observación general, se percibió que los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar Cusco podrían tener dificultades por los comportamientos que reflejan carencia de inteligencia emocional ante situaciones complicadas e inciertas. En torno a la conciencia de uno mismo, se distingue entre los colaboradores ausencia de candor y capacidad para evaluarse a sí mismos de manera realista, de manera que no hablan con precisión y abiertamente de sus emociones.

Respecto al conocimiento de sí mismo, los colaboradores, reaccionan de forma agresiva a veces no regulan sus emociones, pues llegan a utilizar un lenguaje que no va acorde a la entidad, ya que no controlan sus impulsos (autorregulación); con frecuencia



no es tomado en cuenta por los colaboradores, de manera que es evidente cuando el colaborador está molesto o feliz. En este aspecto es común ver que, dependiendo de la emoción, el colaborador actuará de manera impulsiva sin considerar las consecuencias de tus actos.

Por otro lado, la motivación, es un aspecto que tiende a estar influenciado por la falta de interés, por lo que es común ver a los colaboradores realizando las mismas actividades sin poner esfuerzo alguno, interés o entusiasmo, esperando a que su hora de trabajo concluya. Además, el colaborador no se siente apreciado, considera su trabajo como una esclavitud y por ende busca la manera más rápida de terminarlo sin importarle entregar un trabajo de calidad, pues lo único que le importa es cumplir con su horario establecido y recibir su salario en el día estipulado.

En cuanto al aspecto empatía, es evidente que los colaboradores no prestan atención al lenguaje corporal, elección de palabras, tono de voz y acciones de terceros, pues con frecuencia tienen problemas para comprender los problemas que los clientes poseen con el servicio, otra consecuencia es la falta de tacto para dar respuesta, actuando y respondiendo con dureza. La falta de empatía genera que el colaborador desarrolle egoísmo y prepotencia, lo cual genera que únicamente actúe en base a sus propios beneficios, lo cual lo lleva a descuidar a los clientes y ofrecer un trato de mala calidad que conllevara a la pérdida de prestigio de la entidad al no resolver de forma adecuada los problemas presentados en el momento.

En lo concerniente a habilidades sociales, los colaboradores evidencian poca facilidad para afrontar situaciones complicadas sin involucrar sentimientos negativos, una minoría tiene la capacidad para expresarse asertivamente ante alguna molestia. Además, en el trabajo en equipo, se observa que muchos de ellos no se adaptan fácilmente y tienen dificultades para generar lazos de amistad y compañerismo. Las habilidades sociales son un pilar fundamental en la comunicación entre cliente y servicios, pues depende de estas la forma de como el cliente percibirá valorará la atención ofrecida, en casos de que los colaboradores empeoren sus habilidades sociales, ofrecerán servicios de mala calidad que conduciría al fracaso de la entidad.



De continuar la problemática expuesta, los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar registrarán problemas para desempeñar adecuadamente sus actividades, es posible que esta situación genere un ambiente laboral poco confortable y de estrés constante y baja motivación, ante la poca capacidad de resolución de problemas, incentivando a que se tomen malas decisiones, se descuide la adecuada atención al cliente y se entorpezcan las actividades de la agencia, lo cual propiciaría pérdida de clientes y reducción de ventas, así como pérdida de capital humano en la empresa.

Con base en lo expuesto, se considera pertinente estudiar la inteligencia emocional de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones movistar – cusco, 2023, a través de un instrumento que permita recolectar información necesaria, de esta manera se podrá conocer un panorama más claro de la situación y así para poder abordar el problema y tomar medidas y acciones que permitan desarrollar la inteligencia emocional en los trabajadores.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es el nivel de inteligencia emocional de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023?

1.2.2. Problemas específicos

P.E.1 ¿Cuál es el nivel de conciencia de uno mismo de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023?

P.E.2 ¿Cuál es el nivel de autorregulación de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023?

P.E.3 ¿Cuál es el nivel de motivación de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023?

P.E.4 ¿Cuál es el nivel de empatía de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023?



P.E.5 ¿Cuál es el nivel de habilidades sociales de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. *Objetivo general*

Determinar el nivel de inteligencia emocional de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023.

1.3.2. *Objetivos específicos*

O.E.1 Determinar el nivel de conciencia de uno mismo de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023.

O.E.2 Determinar el nivel de autorregulación de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023.

O.E.3 Determinar el nivel de motivación de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023.

O.E.4 Determinar el nivel de empatía de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023.

O.E.5 Determinar el nivel de habilidades sociales de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. *Relevancia social*

Según Hernández y Mendoza (2018) responde a las preguntas “¿Cuál es su trascendencia para la sociedad?, ¿quiénes y cuántos se beneficiarán con los resultados de la investigación?, ¿de qué modo?, en resumen, ¿qué alcance o proyección social tiene?” (p.45).

Los resultados del estudio beneficiaron a los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar Cusco y a la empresa como tal, considerando que se conoció la situación actual del desarrollo de la



inteligencia emocional en los colaboradores, brindando un diagnóstico al respecto.

1.4.2. Implicancias prácticas

Según Hernández y Mendoza (2018), se responde a “¿Ayudará a resolver alguno o varios problemas reales?, ¿se desarrollarán innovaciones, procedimientos, sistemas o tecnologías para mejorar la calidad de vida de seres humanos y sus ambientes?, ¿tiene implicaciones trascendentales para una amplia gama de problemas prácticos?” (p. 45).

El estudio permitió, a través del diagnóstico realizado, reconocer las debilidades en relación a la inteligencia emocional de los colaboradores de agencia de telecomunicaciones Movistar Cusco para poder contribuir a resolver las problemáticas expuestas en la investigación.

1.4.3. Valor teórico

Según Hernández y Mendoza (2018), “¿se llenará algún vacío de conocimiento?, ¿se podrán generalizar los resultados a principios más amplios?, ¿la información que se obtenga puede servir para revisar, desarrollar, apoyar o probar una teoría?, ¿qué se espera saber con los resultados que no se conocía antes?” (p. 45).

La investigación ahonda e incrementa el conocimiento relacionado a la inteligencia emocional en trabajadores, contribuyendo así a la comunidad científica, asimismo, los resultados son de utilidad como antecedentes a futuras investigaciones.

1.4.4. Utilidad metodológica

Según Hernández y Mendoza (2018), se responde a las preguntas “¿El estudio puede contribuir a crear nuevos métodos y técnicas de investigación? (por ejemplo, un instrumento para recolectar datos), ¿pueden lograrse con él mejoras en la forma de experimentar con una o más variables?” (p. 45). El presente trabajo de investigación siguió una



serie de secuencias o procesos estructurados en función a la investigación científica. Asimismo, diseño y elaboró las herramientas necesarias para la recolección de datos y su posterior análisis. Otorgando a futuros investigadores instrumentos válidos y confiables para el recojo de información.

La investigación se enmarco en el método científico, se diseño y aplico un instrumento validado y confiable que podrá ser utilizados por otros investigadores. Además, los resultados fueron analizados con el programa estadístico SPSS 26.

1.4.5. Viabilidad o factibilidad

Ñaupas et al. (2018) menciona que “un problema es viable cuando el problema puede ser investigado sin limitaciones de recursos económicos, tecnológicos, humanos, materiales y de tiempo. Un problema debe ajustarse a la holgura de recursos mencionados para no tener que abandonarlo a mitad de camino” (p. 214).

El estudio fue viable y factible, se conto con el acceso a la información necesaria y con los recursos humanos y económicos para llevar a cabo la investigación.

1.5. Delimitación de la investigación

1.5.1. Delimitación Temporal

El desarrollo de la presente investigación se llevo a cabo durante el presente año 2023, así la información fue la más actualizada en el momento, lo cual permitio tomar decisiones de forma inmediata que permitian mitigar la problemática encontrada dentro de la agencia de telecomunicaciones Movistar, con respeto a la inteligencia emocional de los colaboradores.



1.5.2. Delimitación Espacial

El ámbito espacial del presente estudio fue comprendido en la ciudad del Cusco. Que involucró a los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar de la ciudad del Cusco, con dirección Av. El Sol N° 382 Cusco, Cusco.

1.5.3. Delimitación Conceptual

El estudio fue delimitado conceptualmente en la administración de recursos humanos enfocado en la inteligencia emocional, para ello se copilo información de libros especializados, artículos científicos, tesis, páginas web.



CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. *Antecedentes internacionales*

España (2019) en su estudio “La inteligencia emocional: una herramienta eficaz para la productividad en la gestión pública”; la cual fue presentada ante la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, en Colombia. Tuvo como objetivo determinar si la Inteligencia Emocional es una herramienta eficaz para la Productividad en la gestión pública, respecto a la metodología empleada en la investigación, esta fue descriptiva cualitativa.

Conclusiones:

- La inteligencia emocional se revela como una herramienta altamente efectiva para incrementar la productividad en el ámbito laboral. Los empleados que poseen un conjunto de habilidades sociales y gestionan adecuadamente sus características emocionales tienen el potencial de abordar de manera exitosa los conflictos que surgen de manera continua en el entorno laboral debido a la condición humana de pensar y sentir simultáneamente. Esto resalta la importancia de las emociones en el trabajo, respaldando la idea de que tanto los líderes como los empleados, al conocer y controlar sus propias emociones, así como al reconocer y comprender las emociones de los demás, tienen la capacidad de manejar el estrés, colaborar efectivamente en equipo, fomentar un ambiente de alegría y bienestar, motivarse a sí mismos y a los demás, y facilitar la



resolución de problemas. Estas habilidades emocionales actúan como elementos propicios para alcanzar el éxito y aumentar la productividad laboral.

Valdez (2021), en su investigación “Inteligencia emocional y clima organizacional en trabajadores de la empresa hotelera Casa Grande”² de la ciudad de La Paz”, la cual fue presentada ante la Universidad Mayor de San Andrés, en Bolivia. Tuvo como objetivo analizar la relación entre las variables inteligencia emocional y clima organizacional de los trabajadores de la empresa hotelera “Casa Grande” de la ciudad de La Paz. Respecto al enfoque metodológico fue de tipo correlacional no experimental y transeccional, los instrumentos de medición utilizados para la recolección de datos fueron el Inventario de Inteligencia Emocional de Salovey y Mayer (1992) y el Cuestionario de clima organizacional de Koys y Decottis (1991).

Conclusiones:

- En cuanto a la variable de inteligencia emocional, se observó que el 49% de los participantes demostraron un nivel adecuado y sobresaliente de inteligencia emocional. Este hallazgo sugiere que estas personas cuentan con la capacidad de percibir, comprender y regular las emociones de manera efectiva, dirigiéndolas de manera consciente para utilizarlas en la orientación de su comportamiento y procesos de pensamiento. Este factor estaría contribuyendo positivamente a la obtención de resultados superiores en las relaciones interpersonales.
- En relación a la variable de clima organizacional, se determinó que la mayoría de los participantes (88%) exhibió un nivel de percepción positivo, ya sea bueno o muy bueno, con respecto a este indicador.



Este resultado sugiere la existencia de un entorno laboral autónomo, cohesionado e innovador, que fomenta el reconocimiento, la equidad y la confianza en las interacciones laborales de los trabajadores. No obstante, es relevante señalar que un pequeño grupo de participantes presenta niveles de riesgo en esta variable, lo que podría propiciar la aparición de conflictos en el ámbito laboral.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Suárez (2019) efectuó el estudio “Inteligencia Emocional en trabajadores de una entidad financiera del sector privado de Lima Metropolitana”, la cual fue presentada ante la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima. Tuvo como objetivo determinar el nivel de Inteligencia Emocional en trabajadores de una entidad financiera del sector privado de Lima Metropolitana. Respecto a la metodología utilizada en la investigación esta fue de tipo descriptivo, de diseño no experimental y transversal; para la recolección de datos se utilizó el Cuestionario de Coeficiente Emocional de Ice Bar On en una muestra de 36 sujetos entre las edades de 20 y 40 años. Los resultados de esta investigación reflejaron que el nivel de inteligencia emocional en estos trabajadores se encuentra en un nivel bajo con un 41,7%, mientras que un 5,6% muestra un nivel marcadamente bajo. Además, se evaluaron las dimensiones: componente intrapersonal, interpersonal, adaptabilidad, manejo del estrés y estado de ánimo en general.

Conclusiones:

- La categoría predominante de Inteligencia Emocional entre los empleados de una entidad financiera del sector privado en Lima Metropolitana es de nivel bajo.



- El componente intrapersonal prevaleciente en los empleados de una entidad financiera del sector privado en Lima Metropolitana se sitúa en la categoría de muy bajo nivel.
- El componente interpersonal predominante entre los trabajadores de una entidad financiera del sector privado en Lima Metropolitana se ubica en la categoría de nivel promedio.
- La categoría predominante de Adaptabilidad entre los trabajadores de una entidad financiera del sector privado en Lima Metropolitana es de nivel bajo.
- El componente predominante de Manejo del estrés entre los trabajadores de una entidad financiera del sector privado en Lima Metropolitana se sitúa en la categoría de nivel promedio.
- La categoría predominante de Estado de ánimo entre los trabajadores de una entidad financiera del sector privado en Lima Metropolitana se sitúa en el nivel promedio.

Salas (2017) en su estudio titulado “La Inteligencia Emocional de los Colaboradores “Millennials” en la Empresa Ventcorp- Perú”, presentada ante la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima. Tuvo como objetivo determinar el nivel de inteligencia emocional en colaboradores Millennials de la empresa Ventcorp Perú. Respecto a la metodología utilizada esta fue de tipo aplicada, descriptiva y de diseño no experimental transversal; para la recolección de datos se utilizó una muestra estuvo conformada por 97 colaboradores evaluados aleatoriamente, las cuales se les aplicó el inventario de ICE de Bar On traducido y adaptado por Zoila Abanto, Leonardo Higuera y Jorge Cueto en Perú en el 2000. Los resultados que se obtuvieron de la presente investigación demuestran que el 48% de la población tiene una tendencia promedio de inteligencia emocional general y el menor porcentaje es 0% que significa que no existe ningún trabajador con



inteligencia emocional marcadamente bajo; el cual representa que los colaboradores considerados milenials cuentan con una capacidad emocional adecuada.

Conclusiones:

- En relación al objetivo general, los resultados obtenidos en esta investigación indican que el 14% de la muestra exhibe un nivel de inteligencia emocional considerado como muy bajo o bajo, mientras que el 86% restante se distribuye en diferentes niveles. Dentro de este porcentaje, el 47% se encuentra en un nivel promedio, el 20% en un nivel alto, el 12% en un nivel muy alto y el 6% en un nivel marcadamente alto.
- Con respecto al tercer objetivo, los hallazgos revelan que el 14% de la muestra presenta un nivel de inteligencia emocional clasificado como muy bajo o bajo. De este porcentaje, el 2% corresponde a colaboradores con educación secundaria completa, el 5% a aquellos con estudios universitarios, y el 7% a individuos con formación técnica.

2.1.3. Antecedentes locales

Chacon (2018) efectuó el estudio “Inteligencia emocional en el personal del centro de atención al cliente de Claro, Oficina Avenida El Sol - Cusco, 2018”, presentada ante la Universidad Andina del Cusco. Tuvo como objetivo de conocer la inteligencia emocional en el personal del Centro de Atención al Cliente de Claro en la oficina de Avenida El Sol de la ciudad del Cusco. Respecto a la metodología este fue un estudio de tipo básico, alcance descriptivo, enfoque cuantitativo, diseño no experimental – transversal, para la recolección de datos se utilizó una población que estuvo constituida por las 30 personas que laboran en



dicha oficina quienes al mes de julio tenían como mínimo 6 meses laborando en la empresa. Las conclusiones son:

Conclusiones:

- En la sucursal del centro de atención al cliente de Claro ubicada en la Avenida el Sol, en la ciudad del Cusco, el 40% de los encuestados indicaron que el manejo de la inteligencia emocional se sitúa en un nivel regular, con un promedio de 3.40. Estos resultados sugieren que las personas de edades comprendidas entre 18 y 30 años exhiben un mejor manejo de la inteligencia emocional en este contexto.
- En relación al género, los resultados señalan que las mujeres exhiben un mejor control emocional en el entorno laboral. Además, se observa una correlación positiva con el nivel educativo, indicando que un mayor grado educativo se asocia con un manejo más eficiente de la inteligencia emocional. En cuanto al estado civil, se destaca que las personas solteras muestran una adaptación más efectiva a las demandas y situaciones conflictivas en el trabajo. Estos hallazgos evidencian que la autoconciencia se desarrolla a un nivel regular, con un promedio de 3.27; la autorregulación se manifiesta también a un nivel regular, con un promedio de 3.40; la automotivación presenta un desempeño elevado, con un promedio de 3.43; la empatía se trabaja de manera consistente a un nivel regular, con un promedio de 3.30; y finalmente, las habilidades sociales se desarrollan a un nivel alto, obteniendo un promedio de 3.47.

Carbajal y Portillo (2017), en su investigación “Inteligencia Emocional Y Su Influencia En El Desempeño Laboral Del Personal Administrativo



De La Sociedad De Beneficencia Pública Del Cusco”, la cual fue presentada ante la Universidad Nacional De San Antonio Abad Del Cusco. Tuvo como objetivo analizar la influencia de la inteligencia emocional en el desempeño laboral del personal administrativo de la Sociedad de Beneficencia Pública del Cusco. Respecto a la metodología utilizada en la investigación fue de tipo aplicada, de nivel descriptivo-correlacional con un diseño no experimental; para la recolección de datos se utilizó las técnicas de la encuesta y la entrevista, como instrumentos se utilizó el cuestionario , la guía de entrevista y una ficha de recolección de datos, los cuales fueron aplicados a una población que estuvo conformada por los directivos de la Sociedad de Beneficencia Públicas del Cusco, que está conformado por 05 integrantes.

Conclusiones:

- Se identificó que la inteligencia emocional tiene un impacto en el rendimiento laboral del personal administrativo en la Sociedad de Beneficencia Pública del Cusco. Al emplear el coeficiente de correlación de Pearson para evaluar la relación entre la inteligencia emocional y el desempeño laboral del personal administrativo, según la percepción de dicho personal, se observó una correlación positiva significativa entre estas variables ($r= 0,697$ y $P = 0,000$). Esto implica que un nivel elevado de inteligencia emocional en el personal administrativo está directamente asociado a un mejor desempeño laboral, según la perspectiva del propio personal administrativo.
- La investigación proporcionó información detallada sobre las características individuales y el rendimiento laboral de las personas en sus roles. Al evaluar la inteligencia emocional, se identificaron aspectos específicos en la autoconciencia, como la falta de



confianza en sí mismos y la necesidad de reconocimiento y aceptación por parte de algunos empleados administrativos. En cuanto al autocontrol, se observó un comportamiento positivo en los trabajadores administrativos de la Sociedad de Beneficencia Pública del Cusco, ya que demostraron la capacidad de gestionar sus emociones y actuar de manera responsable en su desempeño laboral. La automotivación fue evaluada de manera positiva, ya que los trabajadores mostraron aspiraciones de superación, iniciativa y optimismo frente a los desafíos. En términos de empatía, se identificó una deficiencia en el reconocimiento de las emociones de los demás. En cuanto a las relaciones interpersonales, se observó la necesidad de practicar estrategias y formas efectivas de relacionarse afectuosamente, así como comunicar de manera asertiva sus sentimientos hacia los demás.

2.2. Bases legales

2.2.1. *Contratación Laboral General*

A. LEGISLATIVO N° 728, Ley De Formación Y Promoción Laboral, publicado el 11 de diciembre de 1991.

- Artículo 2.- La Ley cuyo Texto Único Ordenado se aprueba por el presente Decreto Supremo, será reglamentada en un plazo no mayor de noventa días computados a partir de la vigencia de este último.
- Artículo 3.- El presente Decreto Supremo entrará en vigencia a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial El Peruano, sin perjuicio de la vigencia que corresponde a los textos legales objeto de reordenamiento.



2.3. Bases teóricas

2.3.1. *Inteligencia emocional*

Según Goleman (2017), argumenta que la inteligencia emocional puede ser conceptualizada de la siguiente manera:

El nivel más general se refiere a las aptitudes para reconocer y regular las emociones en nosotros mismos y en los demás, sugiere cinco componentes la conciencia de uno mismo, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales. Además, desde un punto científico es la capacidad de percibir de forma precisa tus propias emociones y las de los demás entender las señales que las emociones envían sobre las relaciones y gestionar tus propias emociones y las de otros. (p.15)

Díaz (2020) conceptualiza la inteligencia emocional desde un punto de vista emocional, de la siguiente manera:

Es la capacidad de reconocer los propios sentimientos y emociones, entenderlos y manejarlos adecuadamente para interactuar con uno mismo y con el entorno, material, animal y humano de manera profunda y constructiva. A su vez la inteligencia emocional incluye la competencia de poder percibir en los demás la existencia de su propio mundo emocional es decir de poder reconocerlo sin que eso signifique asumirlo e interpretarlo, sonó estar abiertos a escucharlo, entenderlo y posicionarnos respecto a él. (p.88)

Por otra parte, es la capacidad de reconocer y manejar las propias emociones y de ayudar a los demás a hacer lo mismo. Es tan importante crítico como el cociente de inteligencia (Alfaro, 2020).



2.3.2. Características de la inteligencia emocional

Según Turner (2019), se considera como características de una persona con inteligencia emocional:

- Siempre son agradecidos y amables: “Están agradecidos por lo que tienen y siempre hacen todo lo posible por mostrar una actitud optimista y positiva, sin importar las circunstancias que se presenten en su camino” (p. 7).
- Son más equilibrados: “Se trata del equilibrio trabajo-vida. Así es como las personas con cociente emocional mantienen su felicidad. Ellos entienden lo importante que es cuidarse a usted mismo, incluso cuando está poniendo su 100% de esfuerzo en algo que está haciendo” (p. 7).
- Nunca se retiran ante un desafío: “Cuando otras personas dudan en salir de su zona de confortante una situación desafiante, las personas con un alto coeficiente intelectual ven los desafíos como una oportunidad de aprendizaje y una oportunidad de mejorar aún más” (p. 7).
- Son mejores Líderes: “Aquellos que poseen un alto cociente emocional a menudo se encuentran en los puestos de alta dirección, debido a que pueden entender a las personas que los rodean” (p. 7).

2.3.3. Importancia de la inteligencia emocional

Turner (2019) menciona que “el lugar de trabajo es la mejor situación donde la importancia de cociente emocional sobre cociente intelectual es más evidente. El cociente emocional es un rasgo que



muchas compañías buscarán en un líder potencial primero, no en el cociente intelectual” (p. 16).

Según Cruz (2020), la constante práctica de la inteligencia emocional en las empresas se debe a la existencia de una serie de beneficios; cuatro de los más importantes son:

- Mayor productividad
- Las ventas
- Estabilidad de los empleados
- La satisfacción laboral (p.65-66).

Para Cruz (2020), indica que la inteligencia emocional, es indispensable dentro de la entidad laboral, ya que expresa lo siguiente:

La importancia que tiene la inteligencia emocional para la empresa y para los trabajadores es que esto se puede inferir que no solo es relevante el coeficiente intelectual o las habilidades estratégicas y analíticas que posea el líder, sino que va más allá y consiste en la capacidad del líder en armar un excelente equipo de trabajo y cumplir los objetivos empresariales, considerando que cada individuo es un ser emocional por naturaleza y que por ende, merece ser comprendido, escuchado y tenido en cuenta a la hora de tomar decisiones, ya que estos factores repercuten de forma positiva en su rendimiento. (p.74)

2.3.4. Objetivos de la inteligencia emocional

Según Hinojo et al. (2021) el objetivo de la inteligencia emocional es:



Es unir y equilibrar el cerebro y las emociones es decir pretende poner de acuerdo la cabeza y el corazón, integrar las tres dimensiones del comportamiento humano: lo cognitivo, lo conducta y lo afectivo en otras palabras el pensar, el sentir y el hacer. Una actuación inteligente consiste en saber ver y encontrar el origen de las emociones en la misma persona. (p.58)

2.3.5. Los cinco componentes de la inteligencia emocional

Goleman et al (2017), expuso un marco de referencia y las características de los cinco aspectos de la inteligencia emocional que permiten a los individuos reconocer, conectar y aprender de sus propios estados mentales y de los de otras personas.

2.3.5.1. Conciencia de uno mismo

Goleman et al (2017), expuso que para lograr comprender la conciencia que uno posee como individuo sugiere “Conocer las propias emociones, fortalezas, debilidades, motivaciones, valores y objetivos y su impacto sobre los demás” (p.21).

Para analizar la conciencia de uno mismo es necesario conocer lo siguiente:

- Control de sí mismo: es la capacidad de verse a sí mismo clara y objetivamente a través de la reflexión y la introspección (Suarez, 2021).
- Regulación de emociones: La regulación de las emociones se refiere a la capacidad de manejar las experiencias emocionales propias de una manera que permita la participación adaptativa en la vida diaria



dentro del entorno propio (Fancourt, Garnett, Spiro, & West, 2019).

La regulación emocional consiste en los esfuerzos que hace el individuo, de manera consciente o inconsciente, para influenciar la intensidad y la duración de sus emociones respecto del momento en que surgen, la experiencia que conllevan y su expresión. Gómez PO, Calleja BN. Regulación emocional: definición, red nomológica y medición. Rev Mex Invest Psic. 2016;8 (1):96-117.

- Autocontrol: El autocontrol es la capacidad de controlar los propios impulsos cuando se enfrentan a desafíos o tentaciones, y está fuertemente asociado con el bienestar fisiológico y psicológico (Willems, Boesen, Finkenauer, & Bartels, 2019).

Goleman (1995) expuso el autocontrol como habilidad que tienen las personas para manejar sus reacciones emocionales, controlar sus impulsos, y recuperarse de los fracasos de la vida. Para el buen manejo de esta inteligencia, necesitaríamos tomar el mando de los propios pensamientos, dirigir oportunamente nuestras excitaciones nerviosas y llegar a ser eficaces en la solución de problemas. Serrano, ME, & García Álvarez, D. (2010). Inteligencia emocional: autocontrol en adolescentes estudiantes del último año de secundaria. Multiciencias, 10 (3), 273-280.



- **Decisión:** La decisión explica cómo las personas forman intenciones, voluntad, meta y comportamientos relacionados con el deseo. La decisión es un proceso cognitivo relacionado con la motivación. (Morgan, Crawford, & Kowalczyk, 2021).

2.3.5.2. Autorregulación

Para Goleman et al. (2021) “Controlar o reorientar las emociones y los impulsos perturbadores” (p.21).

Para Díaz (2020) la auto regulación se conceptualiza de la siguiente manera:

Implica la capacidad de regular los impulsos y acciones, auto gestionar lo que se siente, tolerar la frustración, posponer la gratificación y responder oportunamente a los eventos que se acontece ser fiable y meticuloso. Así mismo acoger la experiencia emocional, tolerarla y manejarla, hacerse responsable de las acciones que se realiza a raíz de ellas con adaptabilidad en la empresa. (p.13)

Para analizar la autorregulación es necesario tomar en cuenta los siguientes puntos:

- **Confiabilidad:** Consiste en demostrar honradez e integridad. “La persona sostiene valores morales y es congruente con ellos en su proceder ese es percibido por los demás” (Nachtigall, 2018).

La confiabilidad o fiabilidad, se refiere a la consistencia o estabilidad de una medida. Una definición técnica de confiabilidad que ayuda a resolver tanto problemas



teóricos como prácticos es aquella que parte de la investigación de qué tanto error de medición existe en un instrumento de medición, considerando tanto la varianza sistemática como la varianza por el azar (Kerlinger y Lee, 2002). Dependiendo del grado en que los errores de medición estén presentes en un instrumento de medición, el instrumento será poco o más confiable. Quero Virla, M., (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, 12 (2), 248-252.

- Responsabilidad: “Habilidad para demostrarse a sí mismo como una persona que coopera, contribuye y que es un miembro constructivo del grupo social” (Ugarriza, 2003).

Responsabilidad’ designa la capacidad y el deber de un sujeto de reconocer y aceptar las consecuencias de sus actos moral, civil o penalmente.

- Adaptabilidad Significa tener “flexibilidad para adaptarse a los cambios; la persona precisa adaptarse a los eventos y desafíos que se le van presentado en su trabajo” (Nachtigall, 2018).

La adaptación es, en sociología y psicología, el proceso por el cual un grupo o un individuo modifican sus patrones de comportamiento para ajustarse a las normas imperantes en el medio social en el que se mueve. Al adaptarse, un sujeto abandona hábitos o prácticas que formaban parte de su comportamiento, pero que están negativamente evaluadas en el ámbito al que desea integrarse, y eventualmente adquiere otros en



consonancia con las expectativas que se tienen de su nuevo rol. La adaptación, en este sentido, es una forma de socialización secundaria, ya que opera tomando como base las habilidades sociales con las que el sujeto ya cuenta. (p.66)

2.3.5.3. Motivación

Para Nachtigall (2018) conceptualiza la motivación de la siguiente manera:

Es la capacidad para actuar y probar nuevas maneras. La persona cuenta con esta habilidad cuando manifiesta empuje y deseos de experimentar nuevas alternativas para mejorar los resultados.

Para analizar la motivación es necesario conocer lo siguiente:

- Compromiso: “es cuando una persona confía y permite gestionar conflicto, por ello se compromete junto con la organización” (Carchak, 2021).

Desde la perspectiva de Meyer y sus colaboradores, el CO es una relación que se define por el deseo, la necesidad y la obligación de permanecer (Omar, 2008).

- Optimismo: “son aquellas personas que se centran en los aspectos positivos de la vida y construyen a partir de ellos su propia felicidad y bienestar” (Corbin, 2020).

2.3.5.4. Empatía



“Tiene en cuenta los sentimientos de otros en especial cuando toma decisiones” (Goleman et al., p.22).

Para Munroe (2020) la empatía es la sensibilidad a las necesidades, heridas y deseos de otros, la capacidad de sentir con ellos y experimentar el mundo desde sus perspectivas.

Para analizar mejor la empatía es necesario tomar en cuenta:

- Comprender a los demás: “Implica comprender a los demás e interés activamente por las cosas que les preocupan. Una persona simpática manifiesta genuino deseo de conocer a quienes trabajan con él” (Nachtigall, 2018).

Es una habilidad indispensable para los seres humanos, es capacidad de comprender los sentimientos y emociones de los demás, basada en el reconocimiento del otro como similar.

- Orientación de servicio: “Abarca el anticipar, reconocer y satisfacer las necesidades de los clientes. Esta habilidad significa manifestar una dosis de sensibilidad y deseo de querer brindar un adecuado servicio al cliente” (Nachtigall, 2018).

2.3.5.5. Habilidades sociales

(Goleman D. , 2016) “Manejar bien las emociones en una relación interpretar adecuadamente las situaciones y las redes sociales; interactuar sin dificultad; utilizar estas habilidades para persuadir y dirigir, negociar y resolver disputas, para la cooperación y el trabajo en equipo”. (pág. 243)



Para conocer mejor las habilidades sociales es necesario tomar en cuenta lo siguiente:

- **Comunicación:** “Es la habilidad de emitir mensajes claros y adecuados que permitan potenciar el desempeño laboral. Una persona manifiesta una comunicación eficaz cuando su manera de expresarse es clara” (Nachtigall, 2018).

Se entiende como el proceso por el cual se transmite información, sentimientos, pensamientos, y cualquier otra cosa que pueda ser compartida.

Se dice que la comunicación es un proceso, ya que se realiza en un lapso de tiempo; y se necesitan varios elementos y tiempo suficiente para que se realice. (Guzman Paz, 2012)

- **Manejo de conflictos:** “Esta habilidad supone la capacidad de resolver conflictos que pueden surgir en un grupo o con otras personas de la empresa” (Nachtigall, 2018).

- **Liderazgo:** “habilidad obtenida por la persona que ejerce la figura representativa para influenciar o dirigir al grupo” (Cosme, 2018, p.10).

El liderazgo es una disciplina cuyo ejercicio produce deliberadamente una influencia en un grupo determinado con la finalidad de alcanzar un conjunto de metas preestablecidas de carácter beneficioso, útiles para la satisfacción de las necesidades verdaderas del grupo.

- **Colaboración y cooperación:** “La acción o acciones que tienen como principal objetivo generar un beneficio para otras personas o un grupo de personas” (Maeso, 2015).



2.3.6. Clasificación de los modelos de inteligencia emocional

Lopez (2015) menciona la siguiente clasificación de los modelos de inteligencia emocional (Tabla 1):

Tabla 1

Clasificación de los modelos de inteligencia emocional

Naturaleza de la inteligencia emocional	Modelos Mixtos		Modelos integradores	
	Rasgos o facetas de la personalidad y aptitudes		Capacidad mental	
	Habilidades	Aptitudes, rasgos y fortalezas	Facetas	Ramas
personas	Competencias	Intrapersonal	Adaptabilidad	Percibir las emociones
autoconocimiento	Autoconocimiento/sn autoconocimiento	Autoevaluación	Expresión	Utilizar las emociones
Con autorregulación	Con autorregulación	Independencia	Gestión de emociones	Comprender de emociones
Motivación/desmotivación	Motivación/desmotivación	Auto actualización	Percepción de emociones	Lenguaje emocional
Competencias sociales	Competencias sociales	Interpersonal	Regulación de emociones	Emociones
Empatía/ alexitima	Empatía/ alexitima	Responsabilidad	Aptitudes para la relación	para transmitir
Habilidades sociales	Habilidades sociales	social	la relación	Manejar emociones
		Relaciones interpersonales	Autoestima	emociones
		Manejo de estrés	Automotivación	
			Competencia social	
			Manejo de estrés	
			Empatía rasgo	
			Felicidad rasgo	

Nota. Adaptado de Lopez (2015)



2.3.7. *Estrategias para desarrollar la inteligencia emocional*

Alfaro (2020) Saber reconocer y manejar las emociones para obtener resultados positivos.

- A. Conectar con las emociones: Expresar los sentimientos con palabras y a través del dialogo ayudar a otro haciendo lo mismo.
- B. Aceptar los sentimientos: Nadie es culpable de lo que siente.
- C. Aprender a manejar cambios de humor: reconocer la importancia de conectar con la forma en que las emociones influyen en el pensamiento.
- D. Tener presente que las emociones se contagien: Puede desencadenar una depresión en otra persona si muestra entusiasmo, contagiara entusiasmo.
- E. Prestar atención de los niveles de estrés: “Cuando las cosas se compliquen, tomar un tiempo centrarse en los aspectos positivos, recurriendo al buen humor” (p.33).
- F. Desarrollo del nivel de inteligencia emocional: “Las habilidades y aptitudes sociales son muy apreciadas, en especial en el ámbito laboral; todas las personas y en particular los estudiantes de nivel profesional mejoren su capacidad para manejar las emociones; lo que constituye una ventaja laboral” (García, 2019).

2.4. **Marco conceptual**

2.4.1. *Conciencia social*

“Es la acción mental a través de la cual una persona es capaz de observar el estado de otras personas dentro de una comunidad. Este es un tipo particular de conciencia, permite relacionarnos sanamente en sociedad, establece relaciones de empatía” (p.01) (Hernández y Cardoza, 2020).



2.4.2. Servicio

En la actualidad el servicio está enmarcado en atraer, conquistar y mantener la fidelidad del usuario, resultado de la gestión administrativa de las relaciones con el cliente donde se satisfagan las necesidades. La prestación del servicio requiere de recursos materiales, técnicos, financieros y lo más importante de todo el ser humano, quien pone su alma en el servir. (p.289) (Delgado, Vásquez, & Castro, 2019).

2.4.3. Emociones

“Sentimiento intensos hacia algo o alguien” (Robbins y Coulter, 2018, p.670).

2.4.4. Compromiso

Es una vinculación psicológica hacia el trabajo de características positivas, esta vinculación psicológica del individuo hacia su actividad laboral obedece a la conjugación de los recursos laborales y personales. (p.239) (Viveros & Fierro, 2020).

2.4.5. Conciencia social

Para Hernández y Cardoza (2020) es la acción mental a través de la cual una persona es capaz de observar el estado de otras personas dentro de una comunidad. Este es un tipo particular de conciencia, nos permite relacionarnos sanamente en sociedad, establece relaciones de empatía con las personas que nos rodean. (p.01)



2.4.6. *Desarrollo personal*

“Está compuesto por experiencias, no necesariamente relacionadas con el puesto actual que brindan oportunidades para el desarrollo y crecimiento profesional” (Chiavenato, 2020, p.145).

2.4.7. *Relaciones públicas*

Son actividades realizadas por la empresa a objeto de establecer relaciones con diferentes públicos y, a la vez, fortalecer la imagen de la empresa (Viveros & Fierro, 2020).

2.4.8. *Aptitud*

Se refiere a la capacidad de una persona para realizar adecuadamente una acción o tarea. Que engloba tanto “capacidades cognitivas y procesos como características emocionales y de personalidad” (Prado, 2020).

2.4.9. *Respeto*

“Expresado en la provisión de una información consistentemente veraz y sólida, oportunidades uniformes para la expresión de puntos de vista diferentes, consideración apropiada y objetiva de elecciones o decisiones personales”. (p.98) (Alarcón, 2020).

2.4.10. *Control*

Consiste en entender las emociones. “La capacidad de sentir una emoción es innata para todos, sin embargo, la forma de reaccionar puede variar debido a la ira, el odio, el miedo, la confusión o la irritabilidad pueden interferir en la conducta de la persona” (EEFC, 2020).



2.4.11. Conducta

La conducta es aquella que equipara la motivación de un paciente con el ejercicio de un esfuerzo (Rheinberg & Engeser, 2018).

2.5. Marco empresarial

2.5.1. Historia

Movistar es una marca perteneciente a la empresa multinacional española Telefónica, S.A. Esta empresa nació en 1924 como una empresa pública, es decir, una compañía propiedad del estado español. Y no fue hasta los años 90 cuando fue totalmente privatizada mediante dos ofertas iniciales de acciones en 1995 y 1999. (Movistar Perú, 2022)

Movistar Perú, es la marca bajo la que opera Telefónica en España y Latinoamérica. Pero, además, también opera en otros países de Europa bajo la marca O2 y en Brasil con la marca Vivo. (Movistar Perú, 2022)

Telefónica utilizó en España la marca MoviLine para sus líneas de telefonía móvil analógica (GSM), lo que deja de manifiesto la estrecha relación de esta denominación con la que finalmente decidió utilizar para todos sus servicios en países hispanohablantes. Durante el año 1999, la empresa Movistar presentó su primer logo provisional con el que fue reconocida internacionalmente. Y en el año 2000, posicionó otro logo que permitía el uso de la marca Movistar, pero con la antesala del nombre de Telefónica. Estas transformaciones pueden parecer poco relevantes, pero tienen un gran impacto en su desarrollo como negocio y marcan un hito en su historia. (Movistar Perú, 2022)



Fue en 2004 cuando establecieron una “M” como logo principal de la compañía, imagen que trasladaron también a sus divisiones en América Latina. Además, Movistar unificó su marca con un solo nombre, comprando todos los activos de BellSouth. El propósito de movistar era que la juventud dejara de verla como tradicional y aburrida y tuviese una imagen de compañía de tecnología punta (Movistar Perú, 2022).

Que aún bajo el nombre de Telefónica cuando se incursionó en América Latina durante los años noventa, llegando a países como Perú, Chile, Argentina y Brasil. Ya con el nombre de Movistar se abrió paso en México en el año 2000, comprando 4 operadores que eran pertenecientes a Motorola. En el 2004 entró en otros países como Venezuela, Colombia, Ecuador y Uruguay.

2.5.2. Misión

“Actuar como motor de transformación. Somos parte activa de las sociedades y mercados donde operamos, ofreciendo nuestra experiencia y perspectiva como profesionales del mundo de las telecomunicaciones. Mostramos la realidad global y local tal y como es, con coherencia y compromiso, siendo innovadores, abiertos, comprometidos y honestos en todo lo que hacemos” (Movistar Perú, 2022).

2.5.3. Visión

“En Telefónica tenemos las ideas claras, por eso somos un referente del sector de las telecomunicaciones, entendemos la realidad de las regiones donde operamos y vislumbramos hacia dónde va el futuro de nuestra industria. De este modo, vamos un paso por delante para transformar nuestro panorama competitivo a través de la innovación y la tecnología” (Movistar Perú, 2022).



2.5.4. *Valores Organizacionales*

A. Talento

En Telefónica brillamos con luz propia, que nace de nuestra capacidad de atraer y retener un equipo humano experimentado, con las mejores competencias técnicas, dinámico, creativo y participe de una diversidad que nos enriquece. Así transformamos nuestra visión en ideas, soluciones e innovaciones relevantes para todas nuestras audiencias.

B. Compromiso

Telefónica contigo en cuerpo y alma, porque nos volcamos con integridad y sentido ético en ser motor de progreso para nuestros empleados y las comunidades donde operamos; en generar valor para nuestros accionistas y socios; y en ofrecer productos y servicios de total garantía para nuestros clientes. De este modo somos capaces de transformar la relación con todas nuestras audiencias en un camino de confianza y respeto.

C. Fortaleza

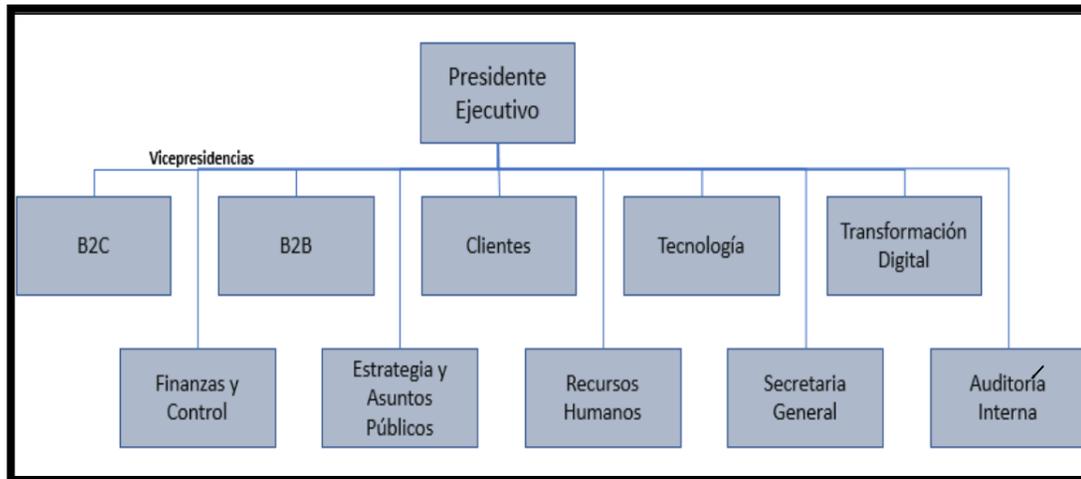
Más de ocho décadas de éxito y crecimiento constante, dotan a Telefónica de experiencia, profesionalidad y un conocimiento global y local de la industria. Su escala y posición en la cadena de valor la capacita como una empresa que transforma la confianza que genera con sus audiencias en valor recíproco y sostenible, permitiéndole acometer empresas que otros no pueden abordar y colocándola como socio y referente privilegiado en el nuevo ecosistema digital para generar potentes alianzas.



2.5.5. Organigrama

Figura 1

Organigrama de la Institución



Nota. Movistar Perú (2022)

2.6. Variable

2.6.1. Variable única

V1: Inteligencia emocional



2.6.2. *Conceptualización de las variables*

Tabla 2

Conceptualización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Inteligencia emocional	Capacidad de percibir de forma precisa tus propias emociones y las de los demás entender las señales que las emociones envían sobre las relaciones y gestionar tus propias emociones y las de otros (Goleman, Mckee, David, & Gallo, Inteligencia emocional, 2021)	Según Goleman (2017) en el nivel más general se refiere a las aptitudes para reconocer y regular las emociones en nosotros mismos y en los demás, sugiere cinco componentes la conciencia de uno mismo, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales.	Conciencia de uno mismo Autorregulación Motivación Empatía Habilidad Social	Control de sí mismo Regulación de emociones Autocontrol Decisión Confiabilidad Responsabilidad Adaptabilidad Compromiso Optimismo Comprender a los demás Orientación al servicio Comunicación Manejo de conflictos Liderazgo Colaboración y cooperación



Nota. Elaboración propia



2.6.3. Operacionalización de las variables

Tabla 3

Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Inteligencia emocional	Conciencia de uno mismo	Control de sí mismo Regulación de emociones Autocontrol Decisión
	Autorregulación	Confiabilidad Responsabilidad Adaptabilidad
	Motivación	Compromiso Optimismo
	Empatía	Comprender a los demás Orientación al servicio
	Habilidad social	Comunicación Manejo de conflictos Liderazgo Colaboración y cooperación

Nota. Elaboración propia



CAPÍTULO III

MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Enfoque de investigación

La investigación fue de enfoque cuantitativo porque utilizo la recolección y análisis de datos para dar respuesta a las preguntas de investigación y comprobar hipótesis, asimismo, se fundamentó en la medición de variables empleando la estadística descriptiva e inferencial (Ñaupas et al., 2018).

3.2. Diseño de investigación

El diseño del estudio fue no experimental, no se manipulo intencionalmente ninguna variable de estudio, el objetivo fue observar el fenómeno y comportamiento de las variables tal como suceden en la realidad para realizar un posterior análisis. (Hernández et al., 2014).

Asimismo, se manifiesta un diseño transversal, se recolectarán datos sobre las variables en estudio en un solo momento determinado (Hernández et al., 2014).

3.3. Alcance de investigación

El alcance del presente estudio fue descriptivo, se pretendió describir las características y cualidades principales de variables, conceptos o categorías en una muestra determinada (Hernández et al., 2014).

3.4. Población y muestra de la investigación

3.4.1. Población

La población estuvo conformada por el área de atención al cliente, compuesta por 35 trabajadores de la Agencia de Movistar de la ciudad de Cusco en el periodo 2023; con dirección Av. El Sol N° 382 Cusco, Cusco.



3.4.2. *Muestra*

La muestra fue de tipo censal, dado que todas las unidades de investigación fueron incluidas en la muestra. Esta elección se fundamentó en la naturaleza reducida del universo en estudio y en la consideración del 100% de los colaboradores. Por lo tanto, la muestra estuvo conformada por los 35 trabajadores de la Agencia de Movistar de la ciudad de Cusco en el periodo 2023.

3.5. **Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

3.5.1. *Técnicas*

La técnica a emplear fue la encuesta que permitió realizar un conjunto de proposiciones a los trabajadores de la Agencia de Movistar para conocer el comportamiento de la inteligencia emocional en dicha muestra.

3.5.2. *Instrumentos*

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario, se empleó el Cuestionario de Inteligencia Emocional de Daniel Goleman adaptado por Yacavilca (2017).

Ficha técnica

Nombre : Cuestionario de Inteligencia Emocional

Autor : Daniel Goleman

Año : 1996

Adaptado : Yacavilca (2017)

Aplicación : Individual y/o colectivo

Duración : 20 minutos

Edad : adultos

Dimensiones : Conciencia de uno mismo, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales



Ítems: : 16
Escala : Likert (Muy baja, baja, media, alta, muy alta)
Validez : por juicio de expertos
Confiabilidad : Alfa de Cronbach 0.807

3.6. Validez y confiabilidad de datos

La validación del instrumento de trabajo lo realizaron expertos en el tema de estudio, es decir los docentes especializados en la investigación, que anotaron su firma en un documento de validación que califico:

- La redacción
- Claridad
- Objetividad
- Actualidad
- Suficiencia
- Intencionalidad
- Organización
- Consistencia
- Coherencia
- Metodología

Asimismo, la confiabilidad del instrumento se estableció utilizando el coeficiente de alfa de Cronbach que determino la correlación existente entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables. Para lo cual fue interpretada de la siguiente manera:

α Cronbach $>$ 0.8 (es confiable).

α Cronbach $<$ 0.8 (no confiable).



3.7. Procesamiento de datos

Se realizó la sistematización y tabulación de los datos obtenidos empleando el programa Microsoft Excel 2019, posteriormente, se realizó un análisis estadístico descriptivo, utilizando el programa SPSS-26; en el cual se obtuvo las tablas y figuras respectivas.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

4.1.1. Presentación del instrumento

Para determinar el nivel de inteligencia emocional de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023, se encuestó a 35 trabajadores, en el que se considera 16 ítems distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 4

Distribución de los ítems del cuestionario

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems
Inteligencia emocional	Conciencia de uno mismo	Control de sí mismo	1
		Regulación de emociones	2
		Autocontrol	3
		Decisión	4
	Autorregulación	Confiabilidad	5
		Responsabilidad	6
		Adaptabilidad	7
	Motivación	Compromiso	8
		Optimismo	9
	Empatía	Comprender a los demás	10
		Orientación al servicio	11
	Habilidad social	Comunicación	12
		Manejo de conflictos	13
		Liderazgo	14
		Colaboración y cooperación	15, 16

Nota: Elaboración propia



Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de baremación e interpretación.

Tabla 5

Descripción de la Baremación y escala de interpretación

Promedio	Escala de Interpretación
1.00 – 1.80	Muy baja
1.81 – 2.60	Baja
2.61 – 3.40	Media
3.41 – 4.20	Alta
4.21 – 5.00	Muy alta

Nota: Elaboración propia

4.1.2. Fiabilidad del instrumento aplicado

Para determinar el nivel de inteligencia emocional de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023. Se utilizó la técnica estadística “Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach”, para lo cual se considera lo siguiente:

- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0.8. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.
- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0.8. Entonces, el instrumento no es fiable, por lo tanto, las mediciones presentan variabilidad heterogénea.

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se utilizó el software SPSS, cuyo resultado fue el siguiente:



Tabla 6

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.807	16

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.807 por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.

4.2. Resultados de las dimensiones de la variable inteligencia emocional

Para determinar el nivel de inteligencia emocional de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023, se describe las dimensiones: conocimiento de uno mismo, autorregulación, motivación, empatía, habilidad social. Los resultados se presentan a continuación:

4.2.1 Conciencia de uno mismo

El objetivo es determinar el nivel de conciencia de uno mismo de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023.

A) Resultados de los indicadores de la dimensión conciencia de uno mismo

Tabla 7

Indicadores de la dimensión conciencia de uno mismo

	Control de sí mismo		Regulación de emociones		Autocontrol		Decisión	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy baja	1	2.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Baja	10	28.6%	8	22.9%	2	5.7%	1	2.9%
Media	24	68.6%	26	74.3%	29	82.9%	27	77.1%

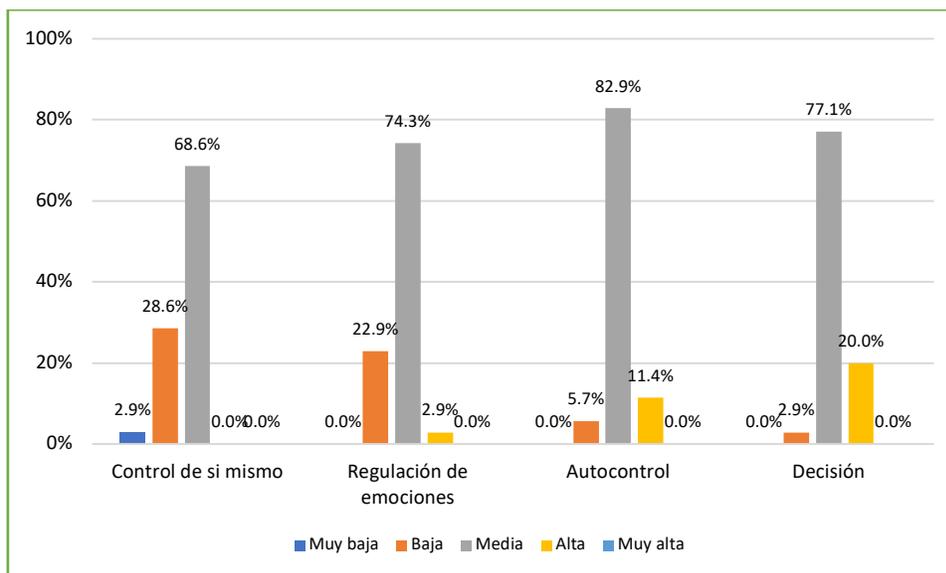


Alta	0	0.0%	1	2.9%	4	11.4%	7	20.0%
Muy alta	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Total	35	100%	35	100%	35	100%	35	100%

Nota: Resultados elaborados en base a la encuesta

Figura 2.

Indicadores de la dimensión conciencia de uno mismo



Nota. Resultados elaborados en base a la encuesta

Interpretación y análisis:

El 68.6% de los encuestados califico el Control de sí mismo como medio, el 28.6% lo califico como nivel bajo, el 2.9% lo califico como nivel muy bajo; de acuerdo a lo que manifiestan los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar, la mayoría de los colaboradores no son capaces de reconocer sus defectos.

El 74.3% de los encuestados califico la Regulación de emociones como nivel medio y el 22.9% lo califico como nivel bajo; de acuerdo a lo que declaran los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones



Movistar la capacidad de manejar adecuadamente los impulsos y emociones de los colaboradores es media.

El 82.9% de los encuestados califico el Autocontrol como nivel medio, el 11.4% lo califico como nivel alto y el 5,7% lo califico como nivel bajo, de acuerdo a lo indicado por los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar más del 80% de ellos tienen una capacidad promedio de mantener el autocontrol frente a los posibles actos de descontrol de los clientes.

El 77.1% de los encuestados califico la Decisión como nivel medio y el 20% la califico como nivel alto, de acuerdo a lo mostrado por los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar, los colaboradores muestran una determinación media para lograr sus metas.

B) Resultados de la dimensión conciencia de uno mismo

Tabla 8

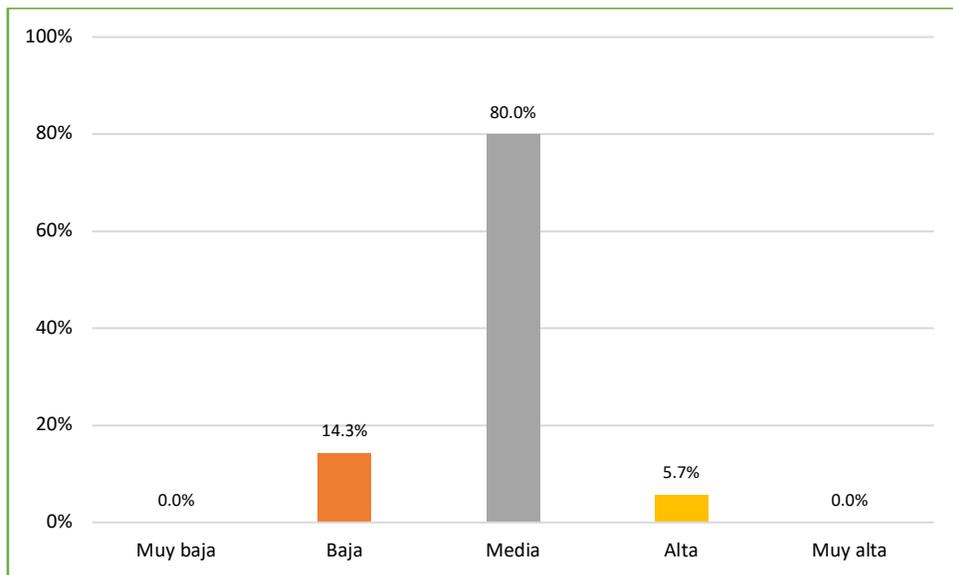
Conciencia de uno mismo

	f	%
Muy baja	0	0.0%
Baja	5	14.3%
Media	28	80.0%
Alta	2	5.7%
Muy Alta	0	0.0%
Total	35	100%

Nota: Resultados elaborados en base a la encuesta

Figura 3.

Conciencia de uno mismo



Nota. Resultados elaborados en base a la encuesta

Interpretación y análisis:

El 80% de los encuestados califico a la conciencia de uno mismo como nivel medio, el 14.3% la califico como nivel bajo y el 5.7% la califico como nivel alto; de acuerdo a lo que manifiestan los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones Movistar la capacidad de los colaboradores de conocer sus propias emociones, fortalezas, debilidades, motivaciones, valores y objetivos es media, lo cual no permite el reconocimiento de ninguna oportunidad de mejora, tampoco incrementa su capacidad adaptativa a los entornos ni incrementa su intención y voluntad.

C) Comparación promedio de los indicadores de la dimensión conciencia de uno mismo

Tabla 9

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión conciencia de uno mismo

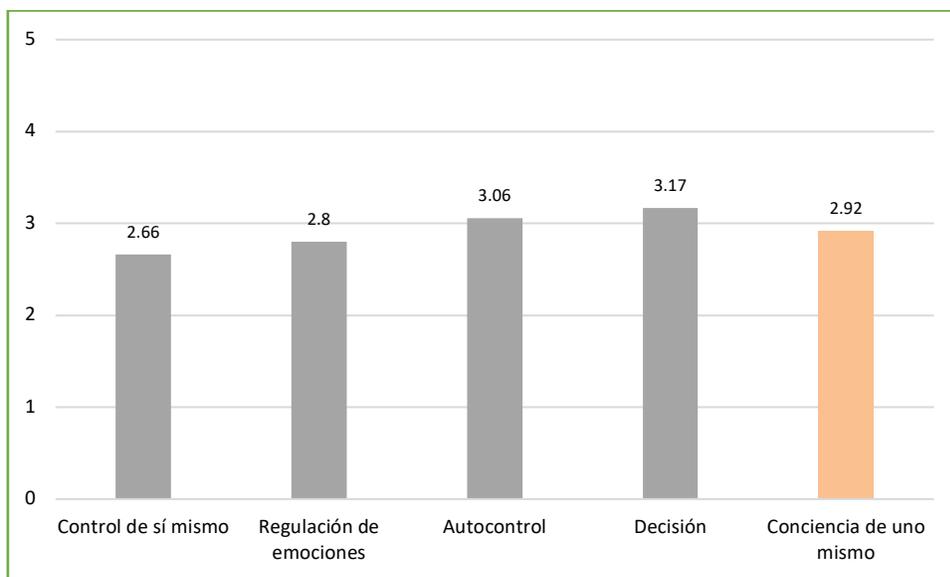


	Promedio	Interpretación
Control de sí mismo	2.66	Media
Regulación de emociones	2.80	Media
Autocontrol	3.06	Media
Decisión	3.17	Media
Conciencia de uno mismo	2.92	Media

Nota: Resultados elaborados en base a la encuesta

Figura 4.

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión conciencia de uno mismo



Nota. Resultados elaborados en base a la encuesta

Interpretación y análisis:

En la comparación promedio de los indicadores de la dimensión Conciencia de uno mismo, se observa en la figura N°4 que el Control de sí mismo tiene un promedio de 2.66 lo cual indica que es de nivel medio; la Regulación de emociones tiene un promedio de 2.8 lo cual indica que es de nivel medio; el Conocimiento de sí mismo tiene un



promedio de 2.92 lo cual indica que es de nivel medio; el Autocontrol tiene un promedio de 3.06 lo cual indica que es de nivel medio; La dimensión Conciencia de uno mismo tiene un promedio de 2.92 lo cual indica que es de nivel medio.

El control de sí mismo tiene el promedio más bajo con 2.66 siendo calificado como nivel medio; no siempre tienen la capacidad de verse así mismos de forma clara y objetivamente.

4.2.2 Autorregulación

El objetivo es determinar el nivel de autorregulación de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023.

A) Resultados de los indicadores de la dimensión autorregulación

Tabla 10

Indicadores de la dimensión autorregulación

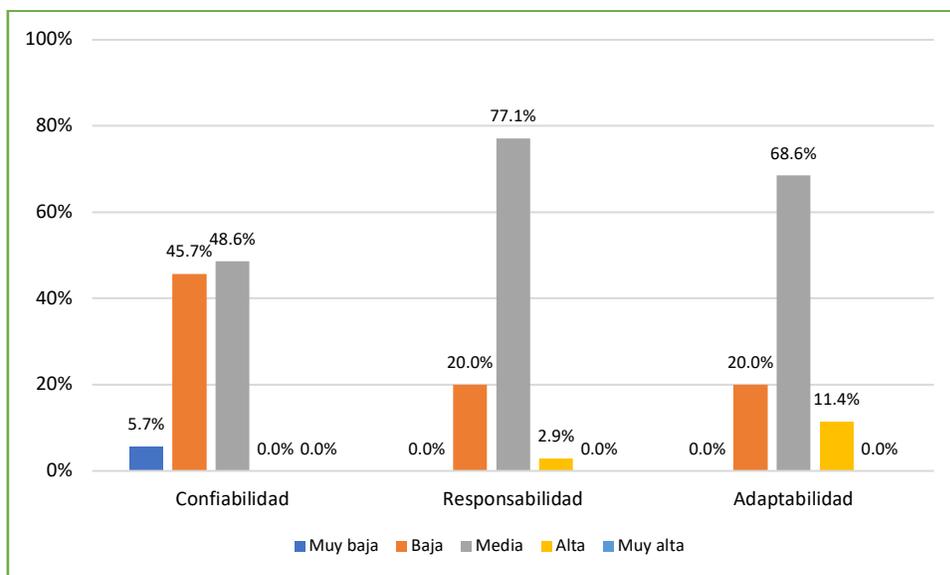
	Confiabilidad		Responsabilidad		Adaptabilidad	
	f	%	f	%	f	%
Muy baja	2	5.7%	0	0.0%	0	0.0%
Baja	16	45.7%	7	20.0%	7	20.0%
Media	17	48.6%	27	77.1%	24	68.6%
Alta	0	0.0%	1	2.9%	4	11.4%
Muy alta	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Total	35	100%	35	100%	35	100%

Nota: Resultados elaborados en base a la encuesta



Figura 5.

Indicadores de la dimensión autorregulación



Nota. Resultados elaborados en base a la encuesta

Interpretación y análisis:

El 48.6% de los encuestados califico la Confiabilidad como nivel medio, el 45.7% la califico como nivel bajo y el 5.7% la califico como nivel muy bajo, los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones Movistar manifiestan que los colaboradores poseen una fidelidad media al criterio de confiabilidad.

El 77.1% de los encuestados califico la Responsabilidad como nivel medio, el 20% de ellos la califico como nivel bajo y el 2.9% la califico como nivel alto, de acuerdo a lo que manifiestan los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones Movistar la mayoría de los trabajadores tienen capacidad media de asumir la responsabilidad de sus propios actos.

El 68.6% de los encuestados califico a la Adaptabilidad como nivel medio, el 20% la califico como nivel bajo y el 11.4% la califico como nivel alto, según indican los trabajadores de la empresa de



telecomunicaciones Movistar la mayoría de los colaboradores tiene capacidad media de aceptar los cambios que se dan en el trabajo.

B) Resultados de la dimensión autorregulación

Tabla 11

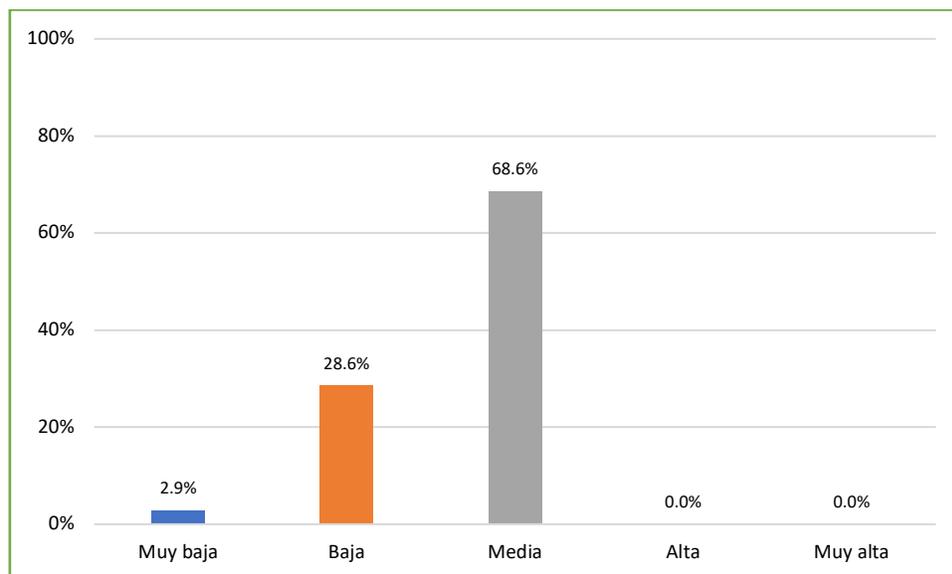
Autorregulación

	f	%
Muy baja	1	2.9%
Baja	10	28.6%
Media	24	68.6%
Alta	0	0.0%
Muy Alta	0	0.0%
Total	35	100%

Nota: Resultados elaborados en base a la encuesta

Figura 6.

Autorregulación



Nota. Resultados elaborados en base a la encuesta



Interpretación y análisis:

El 68.6% de los encuestados califico la Autorregulación como nivel medio, el 28.6% la califico como nivel bajo y el 2.9% de ellos la califico como nivel muy bajo, de acuerdo a lo que manifiesta los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones Movistar, los colaboradores tienen una capacidad media para regular sus impulsos, acciones y de auto gestionar sus sentimientos y tolerar la frustración.

C) Comparación promedio de los indicadores de la dimensión autorregulación

Tabla 12

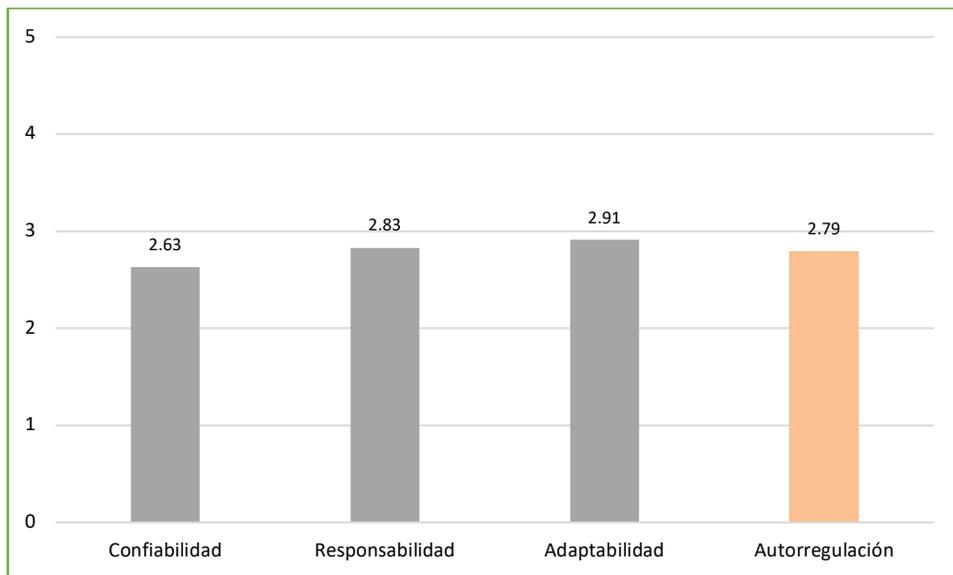
Comparación promedio de los indicadores de la dimensión autorregulación

	Promedio	Interpretación
Confiabilidad	2.63	Media
Responsabilidad	2.83	Media
Adaptabilidad	2.91	Media
Autorregulación	2.79	Media

Nota: Resultados elaborados en base a la encuesta

Figura 7.

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión autorregulación



Nota. Resultados elaborados en base a la encuesta

Interpretación y análisis:

En la comparación promedio de los indicadores de la dimensión Autorregulación, se observa en la figura N° 7 que la Confiabilidad tiene un promedio de 2.63 lo cual indica que es de nivel medio, la Responsabilidad tiene un promedio de 2.83 lo cual indica que es de nivel medio, la Adaptabilidad tiene un promedio de 2.91 lo cual indica que es de nivel medio; la dimensión Autorregulación tiene un promedio de 2.79 lo cual indica que es de nivel medio.

La Confiabilidad tiene el promedio más bajo con 2.63, siendo calificado como nivel medio; los trabajadores tienen capacidad media para demostrar honradez e integridad, son medianamente congruentes con su proceder.

4.2.3 Motivación

El objetivo es determinar el nivel de motivación de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023.



A) Resultados de los indicadores de la dimensión motivación

Tabla 13

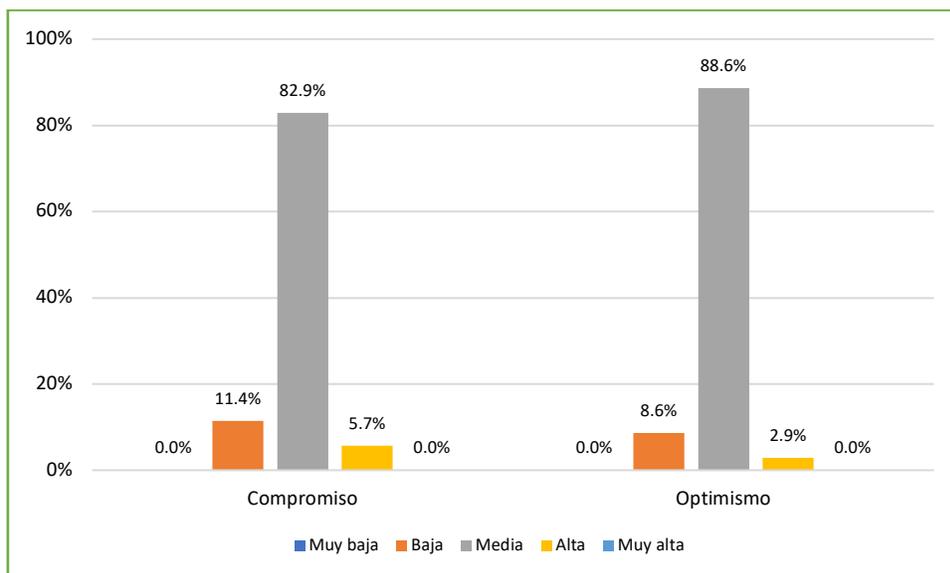
Indicadores de la dimensión motivación

	Compromiso		Optimización	
	f	%	f	%
Muy baja	0	0.0%	0	0.0%
Baja	4	11.4%	3	8.6%
Media	29	82.9%	31	88.6%
Alta	2	5.7%	1	2.9%
Muy alta	0	0.0%	0	0.0%
Total	35	100%	35	100%

Nota: Resultados elaborados en base a la encuesta

Figura 8.

Indicadores de la dimensión motivación



Nota. Resultados elaborados en base a la encuesta

Interpretación y análisis:



El 82.9% de los encuestados califico el Compromiso como nivel medio, el 11.4% lo califico como nivel bajo y el 5.7% lo califico como nivel alto; de acuerdo a lo manifestado por los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones Movistar, los colaboradores son mediamente capaces de secundar los objetivos de su área.

El 88.6% de los encuestados califico el Optimismo como nivel medio, el 8.6% lo califico como nivel bajo y el 2.9% de ellos lo califico como nivel alto; de acuerdo a lo que manifiestan los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones Movistar, los colaboradores persisten mediamente con los objetivos a pesar de los obstáculos.

B) Resultados de la dimensión motivación

Tabla 14

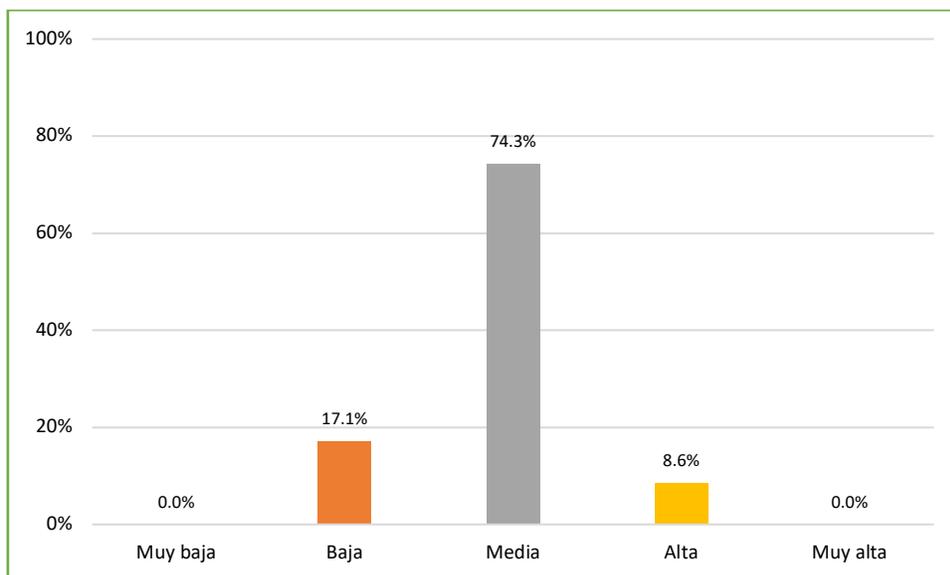
Motivación

	f	%
Muy baja	0	0.0%
Baja	6	17.1%
Media	26	74.3%
Alta	3	8.6%
Muy Alta	0	0.0%
Total	35	100%

Nota: Resultados elaborados en base a la encuesta

Figura 9.

Motivación



Nota. Resultados elaborados en base a la encuesta

Interpretación y análisis:

El 74.3% de los encuestados califico la Motivación como nivel medio, el 17.1% lo califico como nivel bajo y el 8.6% lo califico como nivel alto conforme a lo indicado por los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones Movistar, los colaboradores en su mayoría tienen capacidad media para manifestar empuje y deseos de experimentar nuevas alternativas para mejorar sus resultados.

C) Comparación promedio de los indicadores de la dimensión motivación

Tabla 15

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión motivación

	Promedio	Interpretación
Compromiso	2.94	Media

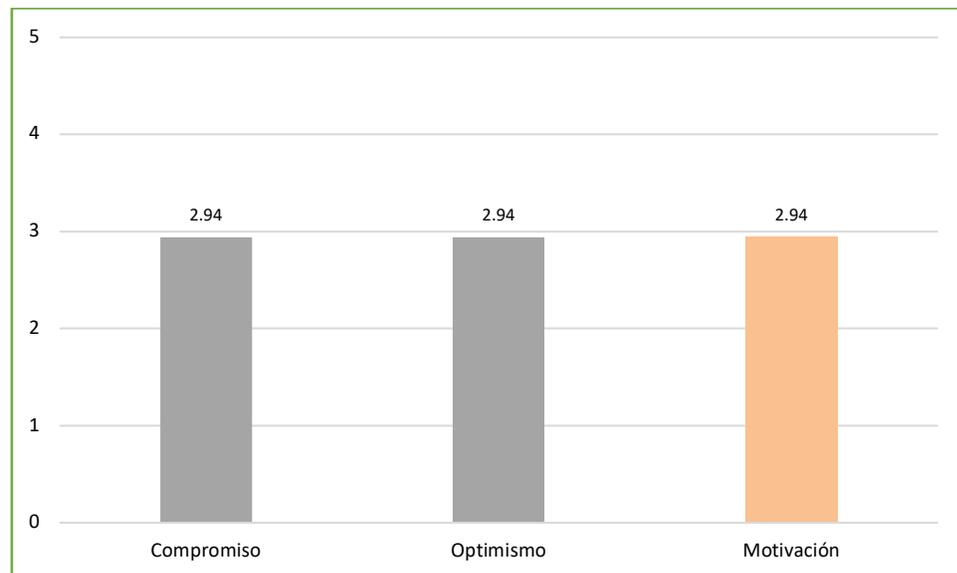


Optimismo	2.94	Media
Motivación	2.94	Media

Nota: Resultados elaborados en base a la encuesta

Figura 10.

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión motivación



Nota. Resultados elaborados en base a la encuesta

Interpretación y análisis:

En la comparación promedio de los indicadores de la dimensión Motivación, se observa en la figura N°10 que el Compromiso tiene un promedio de 2.94 lo cual indica que es de nivel medio, el Optimismo tiene un promedio de 2.94 lo cual indica que es de nivel medio; la dimensión Motivación tiene un promedio de 2.94 lo cual es de nivel medio.

El Compromiso y el Optimismo tienen el mismo promedio con 2.94, siendo calificados como nivel medio, es decir el deseo, necesidad y obligación de permanecer de los trabajadores no es ni bueno ni malo,



por otro lado, la capacidad de centrarse en aspectos positivos y construir a partir de ellos bienestar tampoco es la adecuada siendo media.

4.2.4 Empatía

El objetivo es determinar el nivel de empatía de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023.

A) Resultados de los indicadores de la dimensión empatía

Tabla 16

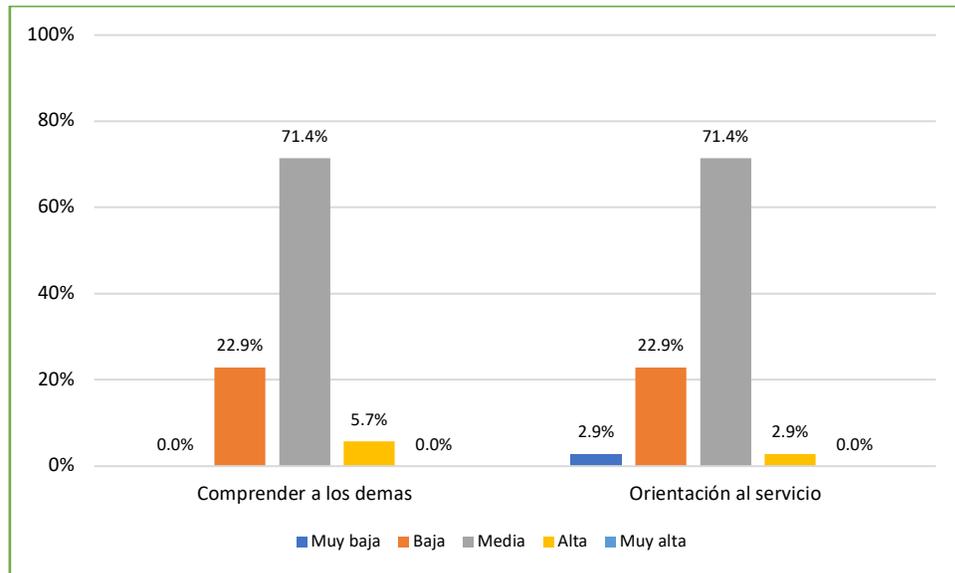
Indicadores de la dimensión empatía

	Comprender a lo demás		Orientación al servicio	
	f	%	f	%
Muy baja	0	0.0%	1	2.9%
Baja	8	22.9%	8	22.9%
Media	25	71.4%	25	71.4%
Alta	2	5.7%	1	2.9%
Muy alta	0	0.0%	0	0.0%
Total	35	100%	35	100%

Nota: Resultados elaborados en base a la encuesta

Figura 11.

Indicadores de la dimensión empatía



Nota. Resultados elaborados en base a la encuesta

Interpretación y análisis:

El 71.4% de los encuestados califico el Comprender a los demás como nivel medio, el 22.9% lo califico como nivel bajo y el 5.7% lo califico como nivel alto, conforme a lo indicado por los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones Movistar, los colaboradores tienen capacidad media para captar los puntos de vista de otras personas.

El 71.4% de los encuestados califico la Orientación al servicio como nivel medio, el 22.9% la califico como nivel bajo, el 2.9% la califico como nivel alto y el 2.9% la califico como nivel muy alto; de acuerdo a lo que manifiestan los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones Movistar, los colaboradores tienen capacidad media para reconocer y satisfacer las necesidades de los clientes.

B) Resultados de la dimensión empatía

Tabla 17

Empatía

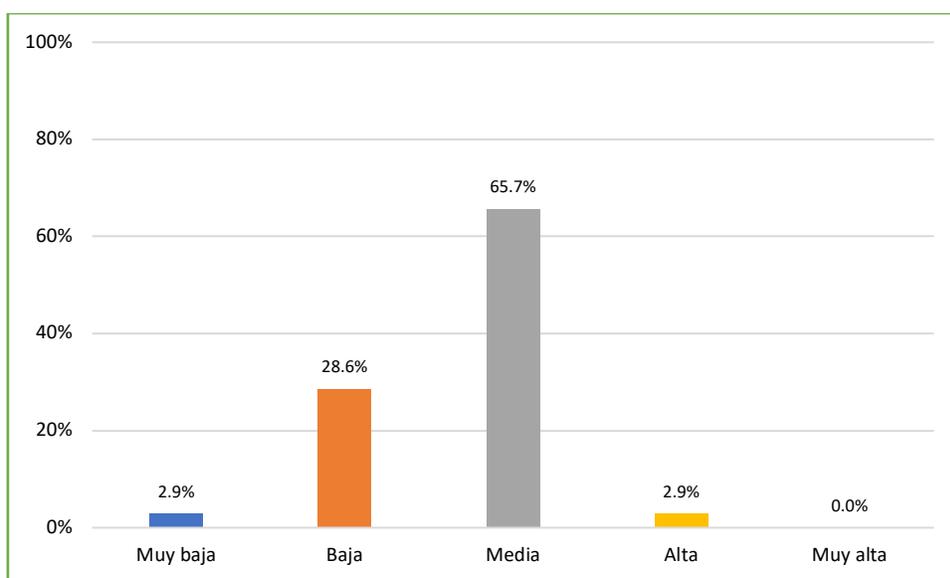


	f	%
Muy baja	1	2.9%
Baja	10	28.6%
Media	23	65.7%
Alta	1	2.9%
Muy Alta	0	0.0%
Total	35	100%

Nota: Resultados elaborados en base a la encuesta

Figura 12.

Empatía



Nota. Resultados elaborados en base a la encuesta

Interpretación y análisis:

El 65.7% de los encuestados califico la Empatía como nivel medio, el 28.6% la califica como nivel bajo, el 2.9% la califica como nivel muy bajo y el mismo porcentaje la califica como nivel alto, de acuerdo a lo que manifiestan los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones



Movistar, los colaboradores tienen capacidad media para tomar en cuenta los sentimientos de otros en especial cuando toman decisiones.

C) Comparación promedio de los indicadores de la dimensión empatía

Tabla 18

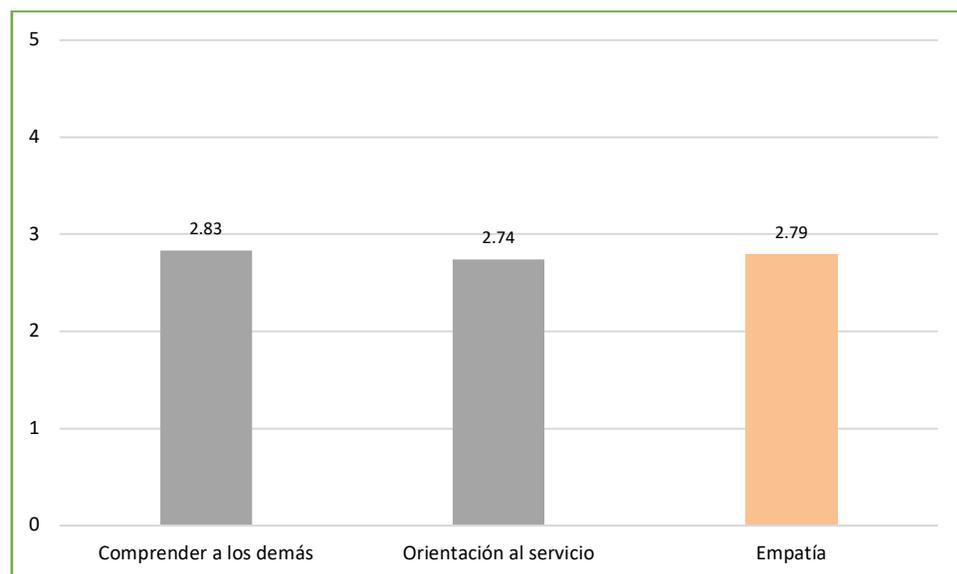
Comparación promedio de los indicadores de la dimensión empatía

	Promedio	Interpretación
Comprender a los demás	2.83	Media
Orientación al servicio	2.74	Media
Empatía	2.79	Media

Nota: Resultados elaborados en base a la encuesta

Figura 13.

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión empatía



Nota. Resultados elaborados en base a la encuesta

Interpretación y análisis:



En la comparación promedio de los indicadores de la dimensión Empatía, se observa en la figura N° 13 que el Comprender a los demás tiene un promedio de 2.83 lo cual indica que es de nivel medio, la Orientación al servicio tiene un promedio de 2.74 lo cual indica que es de nivel medio; la dimensión Empatía tiene un promedio de 2.79 lo cual indica que es de nivel medio.

La Orientación al servicio tiene el promedio más bajo con 2.74, siendo calificado como nivel medio; los colaboradores tienen capacidad media para anticiparse, reconocer y satisfacer las necesidades de los clientes, y querer brindar un adecuado servicio.

4.2.5 Habilidad social

El objetivo es determinar el nivel de habilidad social de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023.

A) Resultados de los indicadores de la dimensión habilidad social

Tabla 19

Indicadores de la dimensión habilidad social

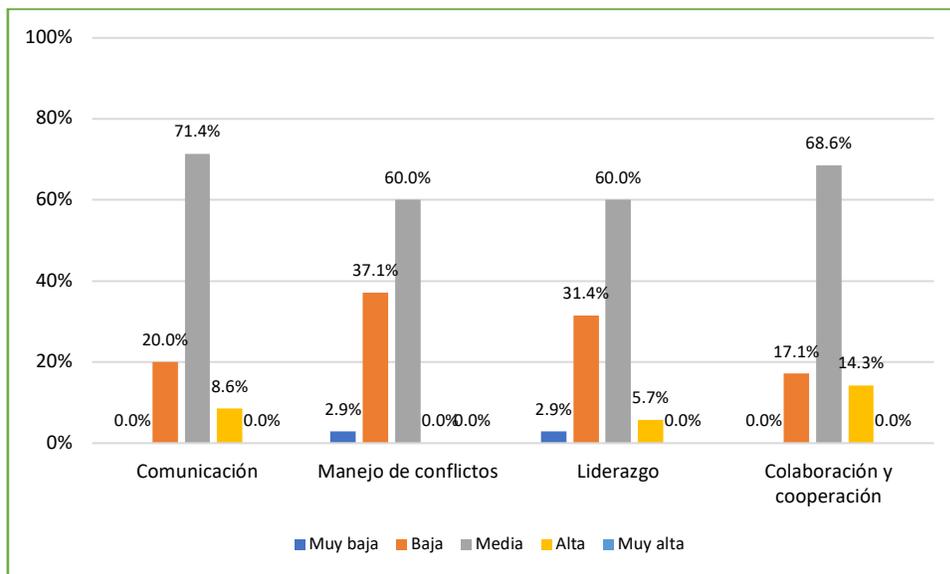
	Comunicación		Manejo de conflictos		Liderazgo		Colaboración y cooperación	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy baja	0	0.0%	1	2.9%	1	2.9%	0	0.0%
Baja	7	20.0%	13	37.1%	11	31.4%	6	17.1%
Media	25	71.4%	21	60.0%	21	60.0%	24	68.6%
Alta	3	8.6%	0	0.0%	2	5.7%	5	14.3%
Muy alta	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Total	35	100%	35	100%	35	100%	35	100%

Nota: Resultados elaborados en base a la encuesta

Figura 14.



Indicadores de la dimensión habilidad social



Nota. Resultados elaborados en base a la encuesta

Interpretación y análisis:

El 71.4% de los encuestados califico la Comunicación como nivel medio, el 20% la califico como nivel bajo y el 8.6% la califico como nivel alto, de acuerdo a lo que manifiestan los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones Movistar, los colaboradores tendrían capacidad media para emitir mensajes claros y convincentes.

El 60% de los encuestados califico el Manejo de conflictos como nivel medio, el 37.1% lo califico como nivel bajo y el 2.9% como nivel muy bajo, según lo manifestado por los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones Movistar, la capacidad de negociar y resolver conflictos tanto con los clientes como con sus colegas seria media.

El 60% de los encuestados califico el Liderazgo como nivel medio, el 31.4% de los encuestados lo califico como nivel bajo, el 5.7% de ellos lo califico como nivel alto y el 2.9% lo califico como nivel muy alto, de



acuerdo a lo indicado por los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones Movistar, los colaboradores tienen capacidad media para iniciar o dirigir cambios.

El 68.6% de los encuestados califican la Colaboración y cooperación como nivel medio, el 17.1% de los encuestados lo califican como nivel bajo y el 14.3% lo califica como nivel alto, conforme a lo indicado por los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones Movistar, los colaboradores tienen capacidad media para trabajar con sus compañeros a fin de secundar una meta común.

B) Resultados de la dimensión habilidad social

Tabla 20

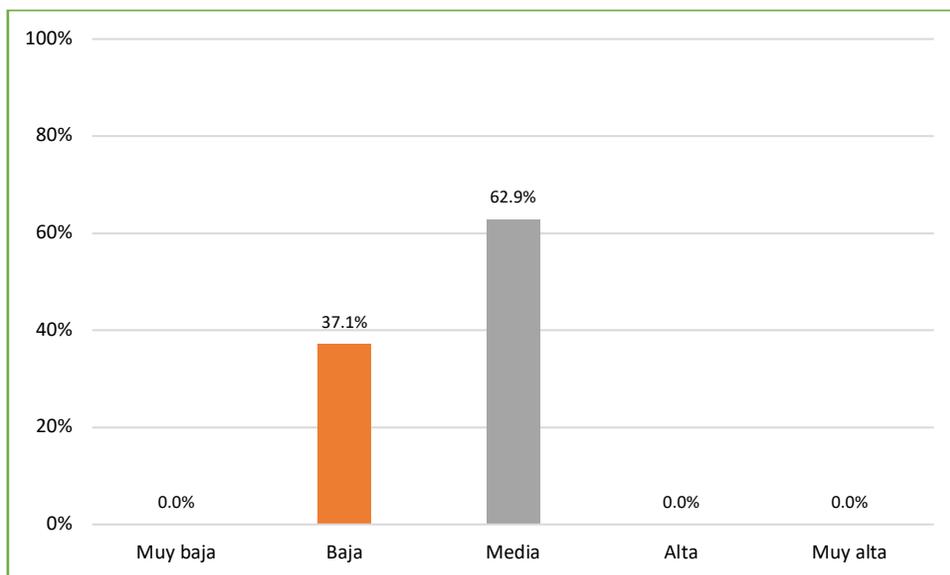
Habilidad social

	f	%
Muy baja	0	0.0%
Baja	13	37.1%
Media	22	62.9%
Alta	0	0.0%
Muy Alta	0	0.0%
Total	35	100%

Nota: Resultados elaborados en base a la encuesta

Figura 15.

Habilidad social



Nota. Resultados elaborados en base a la encuesta

Interpretación y análisis:

El 62.9% de los encuestados califico la Habilidad Social como nivel medio y el 37.1% la califico como nivel bajo; de acuerdo a lo que manifiestan los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones Movistar, los colaboradores tienen capacidad media para interpretar adecuadamente las situaciones, interactuar sin dificultad, utilizar esas habilidades para persuadir, dirigir negociar y resolver disputas para la cooperación y el trabajo en equipo.

C) Comparación promedio de los indicadores de la habilidad social

Tabla 21

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión habilidad social

	Promedio	Interpretación
Comunicación	2.89	Media

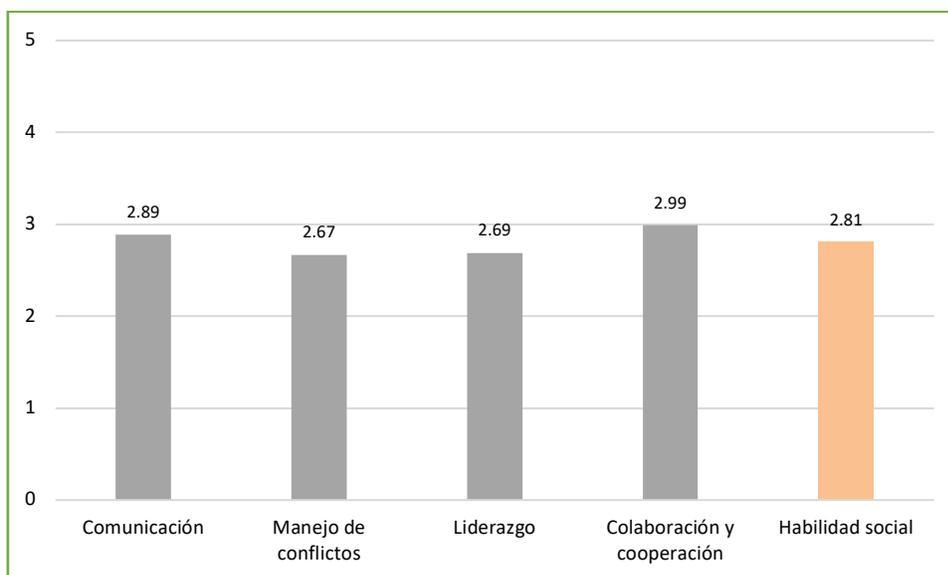


Manejo de conflictos	2.67	Media
Liderazgo	2.69	Media
Colaboración y cooperación	2.99	Media
Habilidad social	2.81	Media

Nota: Resultados elaborados en base a la encuesta

Figura 16.

Comparación promedio de los indicadores de la dimensión habilidad social



Nota. Resultados elaborados en base a la encuesta

Interpretación y análisis:

En la comparación promedio de los indicadores de la dimensión Habilidad Social, se observa en la figura N°16 que la Comunicación tiene un promedio de 2.89 lo cual indica que es de nivel medio; el Manejo de conflictos tiene un promedio de 2.67 lo cual indica que es de nivel medio; el Liderazgo tiene un promedio de 2.69 lo cual indica que es de nivel medio; la Colaboración y Cooperación tiene un promedio de



2.99 lo cual indica que es de nivel medio; la dimensión Habilidad Social tiene un promedio de 2.81 lo cual indica que es de nivel medio.

El Manejo de conflictos tiene el promedio más bajo con 2.67, siendo calificado como nivel medio, los colaboradores tienen capacidad media para resolver conflictos que pueden surgir en el grupo o con otras personas de la empresa.

4.3. Resultado de la variable inteligencia emocional

Tabla 22

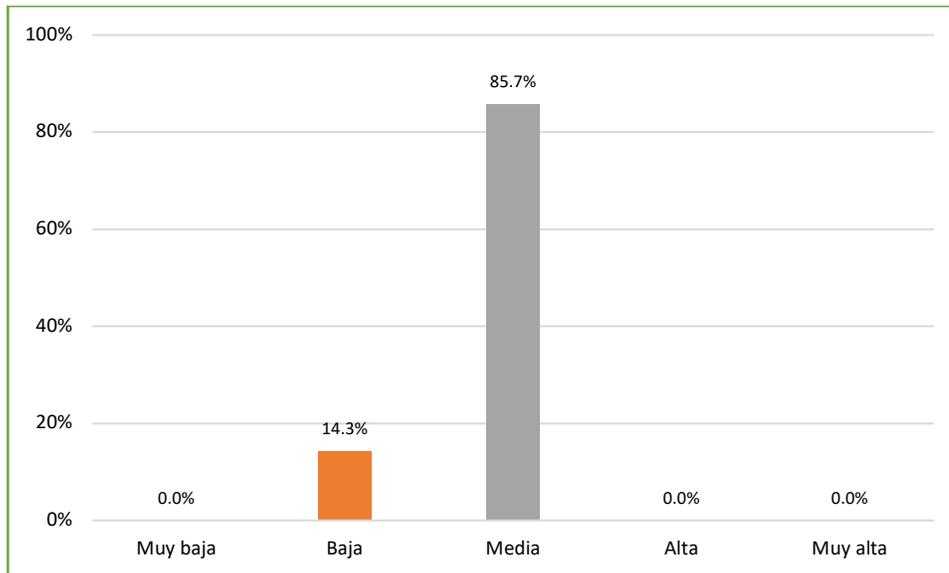
Inteligencia emocional

	f	%
Muy baja	0	0.0%
Baja	5	14.3%
Media	30	85.7%
Alta	0	0.0%
Muy alta	0	0.0%
Total	35	100.0%

Nota: Resultados elaborados en base a la encuesta

Figura 17.

Inteligencia emocional



Nota. Resultados elaborados en base a la encuesta

Interpretación y análisis:

El 85.7% de los encuestados califico la Inteligencia emocional como nivel medio, el 14.3% la califico como nivel bajo; de acuerdo a lo que manifiestan los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones Movistar, los colaboradores no tienen la capacidad correcta para reconocer y regular las emociones en sí mismos ni en los demás, tampoco tienen la correcta capacidad de percibir sus propias emociones ni la de los demás.

A) Comparación promedio de las dimensiones de la variable inteligencia emocional

Tabla 23

Comparación promedio de las dimensiones de la variable inteligencia emocional

	Promedio	Interpretación
Conocimiento de uno mismo	2.92	Media

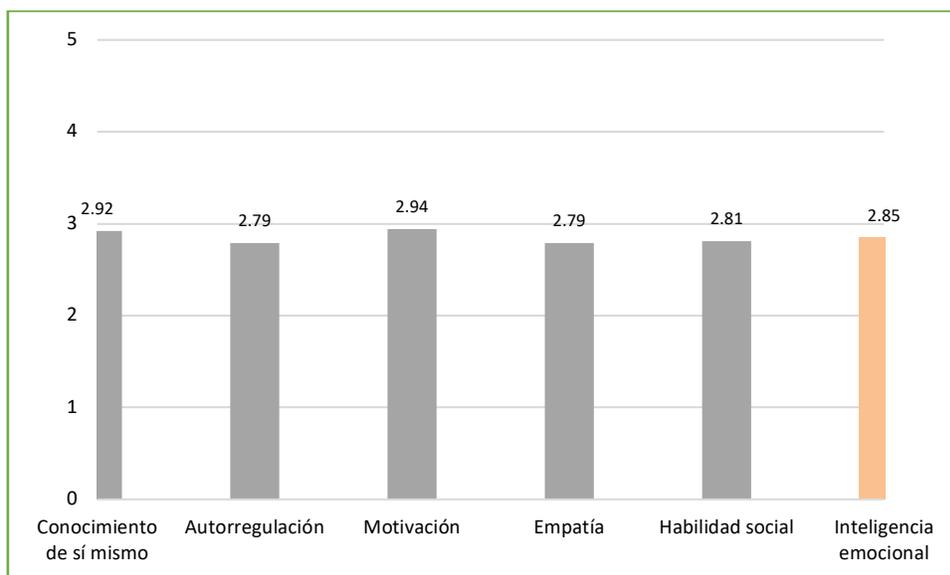


Autorregulación	2.79	Media
Motivación	2.94	Media
Empatía	2.79	Media
Habilidad social	2.81	Media
Inteligencia emocional	2.85	Media

Nota: Resultados elaborados en base a la encuesta

Figura 18.

Comparación promedio de las dimensiones de la variable inteligencia emocional



Nota. Resultados elaborados en base a la encuesta

Interpretación y análisis:

En la comparación promedio de las dimensiones de la variable Inteligencia Emocional, se observa en la figura N° 18 que el Conocimiento de sí mismo tiene un promedio de 2.92 lo cual indica que es de nivel medio, la Autorregulación tiene un promedio de 2.79 lo cual indica que es de nivel medio, la Motivación tiene el promedio de 2.94 lo cual indica que es de nivel medio, la Empatía tiene un promedio de



2.79 lo cual indica que es de nivel medio, la Habilidad social tiene un promedio de 2.81 lo cual indica que es de nivel medio; la variable Inteligencia Emocional tiene un promedio de 2.85 lo cual indica que es de nivel medio.

La Autorregulación y Empatía tienen el promedio más bajo ambos con un promedio de 2.79, siendo calificados como nivel medio, los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones Movistar no controlan o reorientan las emociones y los impulsos, no tienen la correcta capacidad de regular sus impulsos y acciones. Además, tienen capacidad media para tomar en cuenta los sentimientos de otros.



CAPITULO V

DISCUSIÓN

5.1 Hallazgos más relevantes

La presente investigación tuvo como objetivo describir la Inteligencia Emocional de los colaboradores en la agencia de telecomunicaciones Movistar-Cusco 2023, los resultados demuestran que los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar Cusco, consideran que esta es de nivel media con un promedio de 2.85.

La dimensión con mayor desempeño fue la Motivación con promedio de 2.94 calificada como nivel media, debido a la que los colaboradores no manifiestan empuje o deseos por mejorar sus resultados, la empresa de forma constante e rutinaria ofrece incentivos, frente a los cuales la mayoría de colaboradores no muestran interés, no manifiestan deseo por alcanzar los objetivos propuestos, así mismo el compromiso permite que los colaboradores confíen, sientan deseo, necesidad y obligación para con la organización, pero este compromiso no siempre es manifestado por los colaboradores de la empresa, es importante señalar que de acuerdo a lo que manifiestan los colaboradores de la empresa de telecomunicaciones Movistar- Cusco se desarrolla el optimismo lo cual permite mayor integración entre ellos y así contribuir con su propia felicidad.

Las dimensiones que obtuvieron la menor calificación fueron Autorregulación y Empatía ambas con un promedio de 2.79, de acuerdo que manifiestan los



colaboradores de la empresa de telecomunicaciones Movistar – Cusco, con respecto a la autorregulación los trabajadores no reciben capacitación sobre habilidades blandas, ni charlas dirigidas al trato hacia los clientes, por tanto, la habilidad de controlar sus emociones, regular sus impulsos e incluso gestionar la tolerancia a la frustración no es la correcta, la empresa no se preocupa por impulsar la mejora de ese componente, así mismo la fiabilidad con la que los asesores se expresan tampoco es la ideal, no suelen ser congruentes con sus actos, son pocas las veces en las que refuerza ese punto en las reuniones. De igual forma pese a algunos documentos que comprometen a los asesores hacerse cargo de la información brindada a los clientes, los asesores no suelen hacerse responsables de sus actos.

Otra dimensión con menor calificación fue la Empatía de acuerdo a lo que manifiestan los colaboradores de la empresa de telecomunicaciones Movistar-Cusco no existe la adecuada capacidad para reconocer y satisfacer la necesidad de los clientes, si bien toman en cuenta el punto de vista de los clientes no se muestra la adecuada orientación al servicio, ya que frecuentemente las decisiones son orientadas hacia los intereses propios. Así mismo la empresa suele resaltar la importancia de orientar a los clientes hacia la adquisición de los productos con mayor rentabilidad para la empresa.

5.2 Limitaciones del estudio

Para la realización del presente estudio, inicialmente hubo resistencia de los trabajadores para contestar la encuesta, lo cual pudo ser superado posterior a la



explicación de los fines del estudio lográndose completar el número de encuestados propuesto.

5.3 Comparación con la literatura existente

En el estudio titulado "Inteligencia Emocional en trabajadores de una entidad financiera del sector privado de Lima Metropolitana" realizado por (Suárez, 2019) , se encontró que el 41.7% de los trabajadores participantes presentaron un nivel bajo de inteligencia emocional. Estos resultados difieren de los obtenidos en el presente estudio, donde el 85.7% de los participantes demostraron una inteligencia emocional de nivel medio. Esta discrepancia podría atribuirse a la diferencia temporal entre ambos estudios.

En relación a la dimensión de autorregulación, (Chacon, 2018) en su estudio de investigación titulado "Inteligencia emocional en el personal del centro de atención al cliente de Claro, Oficina Avenida El Sol - Cusco, 2018". Según sus hallazgos, el personal de la empresa Claro muestra un promedio de 3.4 en la dimensión de autorregulación, lo cual indica un nivel regular de desarrollo en esta habilidad emocional. Estos resultados son similares a los obtenidos en la presente investigación, donde se encontró un promedio de 2.79, lo cual indica un nivel medio.

Respecto a la dimensión de empatía, (Carbajal & Portillo, 2017) llevaron a cabo una investigación titulada "Inteligencia Emocional y su Influencia en el Desempeño Laboral del Personal Administrativo de la Sociedad de Beneficencia Pública del Cusco", en la cual participaron 5 directivos. En dicha investigación, se encontró en esta dimensión una deficiencia en el reconocimiento de las emociones de los demás, resultados que difieren de los obtenidos en el presente estudio. En el presente estudio, realizado en la agencia de telecomunicaciones Movistar con la participación de 35 colaboradores del área de atención al cliente, se observó un nivel medio de empatía, caracterizado por la capacidad de tomar en cuenta los sentimientos y perspectivas de los demás. Esta diferencia podría atribuirse a factores temporales, ya que en la



actualidad muchas empresas están priorizando la contratación de personas con habilidades blandas, en lugar de enfocarse exclusivamente en el coeficiente intelectual.

En la investigación titulada “Inteligencia emocional en el personal del centro de atención al cliente de Claro, Oficina Avenida El Sol - Cusco, 2018” realizada por (Chacon, 2018), con respecto a la dimensión habilidad social. Se halló en esta dimensión que se desarrolló a un nivel alto con un promedio de 3.47, estos resultados no se asemejan a la presente investigación, en la cual se presenta un nivel medio con un promedio de 2.8.

5.4 Implicancias de la investigación

La presente investigación constituye a mejorar el desempeño de los colaboradores de la región, al tener más evidencias de la relación de la inteligencia emocional y las conductas de los colaboradores, ello se establecerá en las recomendaciones que pueden ser aplicadas por las organizaciones del mismo sector.



CONCLUSIONES

A partir de haber obtenido los resultados, se llegó a las siguientes conclusiones:

1. Tomando en cuenta con los resultados obtenidos de la investigación realizada en la agencia de telecomunicaciones Movistar – 2023, con respecto a la variable Inteligencia emocional se obtuvo un promedio de 2.85, se afirma que el nivel es medio, esto implica que un 14.3% de los colaboradores carecen de habilidades adecuadas para identificar y controlar las emociones, probar nuevas alternativas, y considerar los sentimientos de los demás con el objetivo de proporcionar un buen servicio.
2. Para la dimensión de Conciencia de uno mismo, calificada con un promedio de 2.92, concluye que el 80% de los colaboradores tiene un nivel medio, esto implica que no todos son capaces de comprender y explorar la conciencia que uno mismo posee. Además, no siempre tienen el control de sí mismos, ya que no son capaces de evaluarse de manera honesta e imparcial sus propias emociones, lo cual les facilitaría el crecimiento personal y la mejora de toma de decisiones; al regular sus emociones no es de manera efectiva por lo que no saben lidiar desafíos, manejar el estrés, o mantener buenas relaciones interpersonales; también es ineficaz las decisiones que toman para alcanzar los objetivos deseados. Sin embargo, algunos colaboradores regularmente tienen conocimiento de mantener la calma y responder de manera adecuada a posibles situaciones desafiantes con los clientes.
3. Para la dimensión Autorregulación calificada con un promedio de 2.79, concluye que en el 68.6% de los colaboradores, la capacidad que tienen para controlar las emociones y los impulsos es de nivel medio, por consiguiente, los demás no pueden lidiar con situaciones frustrantes lo que puede afectar al desempeño laboral. También carecen de confiabilidad con la empresa, debido a que ellos mismos no establecen y/o mantienen relaciones solidas con sus colaboradores. En cuanto a la responsabilidad de sus actos la mayoría tiene la



capacidad de reconocer y aceptar las consecuencias correspondientes; por otro lado, los colaboradores pueden adaptarse y aceptar los cambios que se presenta en el entorno laboral pero su nivel de capacidad puede no ser excelente.

4. Para la dimensión motivación calificada como nivel medio, con un promedio 2.94, concluye que el 74.3% de los colaboradores muestran la capacidad de buscar y experimentar nuevas alternativas para lograr mejores resultados en el trabajo, mientras tanto, los individuos restantes necesitarían un estímulo adicional para tomar esta iniciativa. En cuanto al compromiso de los colaboradores con la organización regularmente se muestra confianza y lealtad a los valores, puesto que esto puede fortalecer la relación entre ellos; por otro lado, también muestran una capacidad de nivel regular para perseverar los objetivos a pesar de los obstáculos que se puedan presentar, y de esta manera superarían los contratiempos.
5. Para la dimensión empatía calificada como nivel medio, con un promedio de 2.79, concluye que el 65.7% de los colaboradores tienen un nivel promedio, considerando que continuamente algunos no tienen la capacidad de considerar los sentimientos y perspectivas de los demás al momento de tomar decisiones. En cuanto a la capacidad de comprender a los demás, un 5.7% de los colaboradores muestran cierta disposición de escucha y consideran diferentes opiniones, sin embargo, podría haber un margen de mejora que facilitaría una efectiva comunicación, colaboración y un buen trabajo en equipo. Y en cuanto a la orientación del servicio, los colaboradores aun requieren reconocer necesidades específicas de los clientes y tomar algunas medidas adecuadas para brindar un buen servicio, asimismo poder satisfacer de manera efectiva.
6. Para la dimensión habilidad social calificada como nivel medio, con un promedio de 2.81, concluye que el 62.9% de los colaboradores regularmente son capaces de desarrollar habilidades efectivas como interpretar adecuadas situaciones, interactuar sin dificultad y resolver conflictos. Se muestra que en la mayoría de casos los colaboradores tienen la capacidad de emitir mensajes



claros y adecuados, sin embargo, la menor parte de ellos necesitan expresar sus ideas, pensamientos y emociones de forma precisa. En cuanto al manejo de conflictos, no todos manejan las situaciones de negociación y la solución de conflictos, se necesita reforzar estas habilidades para lograr resultados satisfactorios con los clientes y colegas. Con relación al liderazgo tienen un nivel promedio para proponer, impulsar y dirigir cambios dentro del entorno laboral. Así, mismo, la mayor parte de los colaboradores solo poseen habilidades básicas, pero no sobresalientes en términos de colaboración y cooperación, ya que no cumplen las tareas asignadas o no ayudan a cumplir una meta común en equipo.



RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones obtenidas, recomendamos al jefe de tienda de la empresa de telecomunicaciones Movistar Cusco solicitar al Gerente del Área de Talento Humano posibilitar la creación de un programa de fortalecimiento de la Inteligencia Emocional de los trabajadores que contenga lo siguiente:

1. Solicitar la contratación de un capacitador, quien realizaría talleres grupales con los siguientes temas a tratar: conciencia de sí mismo, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales que permitan mejorar la gestión de área y el desempeño laboral a través de un aprendizaje que permita prosperar su Inteligencia Emocional.
2. Implementar la ejecución del primer taller sobre Conciencia de uno mismo donde se desarrolla tiempo a comprenderse a sí mismo, a definir los valores fundamentales y las aspiraciones personales a través del creado de una lista de objetivos, lo cual permitirá a los colaboradores sentirse seguros de los que realizan para el logro de objetivos en la empresa.

Implementar la ejecución del segundo taller de Conciencia de uno mismo, donde se desarrollarán los temas de control de sí mismo, regulación de emociones, autocontrol y decisiones, lo que posibilitara el mejor manejo de las habilidades mencionadas frente a situaciones propias del área en el que se desarrollan.

3. Implementar la ejecución del tercer taller sobre la Autorregulación, enfocada hacia la reconsideración emocional, responsabilidad y adaptabilidad lo que permitirá modificar el modo en que los colaboradores interpretaran las situaciones y así reducir el impacto en sus emociones.
4. Implementar la ejecución del cuarto taller sobre Motivación, donde se desarrollarán los temas de compromiso y optimismo, que posibilitara al



colaborador desarrollar su motivación intrínseca, fortaleciendo el interés de realizar las cosas por el simple gusto de hacerlas.

5. Implementar la realización del quinto taller sobre Empatía, donde se desarrollarán los temas de comprender a los demás y la orientación al servicio, lo cual posibilitara que el colaborador desarrolle sentimiento de tolerancia y apoyo.
6. Implementar la realización del sexto taller sobre Habilidades Sociales, donde se desarrollarán los temas de comunicación, manejo de conflictos, liderazgo, colaboración y cooperación, lo que posibilitara que el colaborador desarrolle esas habilidades.

Incluir en este taller un juego de roles entre los colaboradores de tal forma que interactúen y se relacionen utilizando un papel inverso al que desarrollan en la empresa, eso permitirá que los colaboradores sean más asertivos.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, R. (2020). Perspectivas éticas en el manejo de la pandemia COVID-19 y de su impacto en la salud mental. *Rev Neuropsiquiatr*, 97-103.
- Alfaro, R. (2020). *Pesamiento crítico, razonamiento clinicos y juicio clinico en enfermería*. España: ELSEVIER.
- Andina. (12 de febrero de 2020). *Conoce las habilidades que las empresas buscan en el 2020*. Obtenido de andina: <https://andina.pe/agencia/noticia-conoce-las-habilidades-las-empresas-buscan-el-2020-784819.aspx>
- BBC News Mundo. (21 de enero de 2020). *Las 10 habilidades laborales más demandadas en el mundo según LinkedIn*. Obtenido de BBC: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-51099715>
- Benedetto, L., & Ingrassia, M. (2020). Enduring Effects of Infant Emotional Security on Preschooler Adaptation to Interparental Conflict. *Parenting*, 1-12. doi:DOI: 10.5772/intechopen.91261
- Benítez, J. (2019). Espacio público en Ecuador estableciendo la necesidad de generar criterios nacionales de su definición, clasificación y evaluación. *Realidades en transformación*, 14-25.
- Benito, N. (03 de julio de 2019). *La inteligencia emocional en el trabajo, clave para el éxito*. Obtenido de El Periódico: <https://www.elperiodico.com/es/activos/empleo/20190703/la-inteligencia-emocional-en-el-trabajo-clave-para-el-exito-7527316>



- Buck, R. (2019). Chapter Two - Motivation, Emotion, Cognition, and Communication: Definitions and Notes Toward a Grand Theory. *Advances in Motivation Science*, 7-69.
- Cadavid, A. (2019). *Políticas públicas y familias contemporáneas*. Medellín: Editorial CES.
- Carbajal, D., & Portillo, H. (2017). Inteligencia Emocional Y Su Influencia En El Desempeño Laboral Del Personal Administrativo De La Sociedad De Beneficencia Pública Del Cusco. *Tesis Pregrado*. Universidad Nacional De San Antonio Abad Del Cusco, Cusco.
- Carchak, L. (2021). *Coaching de equipos en la practica*. Espana: Editorial Elearning.
- Carrasco, S. (2019). *Metodología de la investigación*. Lima: San Marcos.
- Chacon, H. (2018). Inteligencia emocional en el personal del centro de atención al cliente de Claro, Oficina Avenida El Sol - Cusco, 2018. (*Tesis pregrado*). Universidad Andina del Cusco, Cusco. Obtenido de https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/2768/Helber_Tesis_bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Conexión Esan. (5 de febrero de 2019). *Inteligencia emocional: ¿cómo afecta a los empleados?* Obtenido de Conexión Esan: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/02/inteligencia-emocional-como-afecta-a-los-empleados/>
- Contreras, S., & Romero, F. (2020). Concepciones sobre afectividad en docentes que trabajan en aulas hospitalarias en Chile. *Educación*, 1-18.
- Corbin, J. (14 de Diciembre de 2020). *11 características de las personas optimistas*. Obtenido de <https://psicologiaymente.com/>
<https://psicologiaymente.com/personalidad/caracteristicas-personas-optimistas>



- Cova, J. (2019). La escucha en el contexto universitario. Una visión de los estudiantes para su teorización. *Revista de Investigación*, 1-13.
- Cruz, A. (2020). Influencia de la inteligencia emocional sobre la satisfacción laboral: Revisión de Estudios. *Revista UNIMAR*, 63-92.
- Del Pino Díaz, D. (2019). La construcción del carisma en los regímenes políticos contemporáneos. *UNO Editorial*, 73-84.
- Delgado, E., Vásquez, C., & Castro, M. (2019). El servicio post venta y la atención al cliente: estrategias de fidelización. *E-IDEA Journal of Business Sciences*, 27-34.
- Díaz, T. (2020). *Inteligencia emocional: Lo que poco se explica de nuestra vida afectiva*. España: Cerrando Círculos Digital.
- EEFC. (9 de Setiembre de 2020). *Control emocional: técnicas y beneficios*. Obtenido de Escuelaeefc.com: <https://escuelaeefc.com/control-emocional-tecnicas-beneficios-2/>
- El Economista. (15 de febrero de 2021). *Movistar Perú presenta sus resultados financieros de 2020*. Obtenido de El Economista América Perú: <https://www.eleconomistaamerica.pe/empresas-eAm-peru/noticias/11052139/02/21/Movistar-Peru-presenta-sus-resultados-financieros-de-2020.html>
- España, D. (2019). La inteligencia emocional: una herramienta eficaz para la productividad en la gestión pública. (*Tesis Pregrado*). Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Puerto Carreño. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/31634/dlespanas.pdf?sequence=3&isAllowed=y>



European Business School. (27 de agosto de 2020). *5 competencias que buscan las empresas peruanas*. Obtenido de EUDE: <https://www.eude.pe/blog/2019/08/27/competencias-empresas-peruanas/>

Fancourt, D., Garnett, C., Spiro, N., & West, R. (2019). How do artistic creative activities regulate our emotions? Validation of the Emotion Regulation Strategies for Artistic Creative Activities Scale (ERS-ACA). *PLoS ONE*, 1-22.

García, C. (2019). *El proyecto de vida*. México: Patria Educación.

Goleman, D. (2017). *La inteligencia emocional en la empresa*. Buenos Aires: Editorial 15.

Goleman, D., Mckee, A., David, S., & Gallo, A. (2021). *Inteligencia emocional*. Barcelona: Editorial Reverté S.A.

Guzman Paz, V. (2012). *Comunicacion Organizacional* . Mexico.

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta*. México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.

Hughes, R., Kinder, A., & Cooper, C. (2019). Asertividad. En: *El entrenamiento del bienestar*. *Palgrave Macmillan, Cham*, 273–278 .

Lopez, C. (2015). *Inteligencia emocional y relaciones interpersonales* . Mexico: Educacion Medica.

Maeso, A. (2015). *Equipos desarrollo de habilidades y liderazgo*. Espana: Conecta.



- Martínez, Á., & Betancourt, H. (2017). De La Responsabilidad Social A Una Gestión Consciente De La Responsabilidad Social Universitaria. *Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos"*, 1-17.
- Morgan, K., Crawford, A., & Kowalcyk, B. (2021). Risk-based Decision Making Definition: A Scoping Review of Food, Agricultural, Environmental, and Medical Literature. *Risk Analysis*, 1-15. doi:DOI: 10.1111/risa.13845
- Movistar Perú. (01 de 03 de 2022). *Quiénes somos*. Obtenido de movistar.cl: <https://ww2.movistar.cl/sobre-movistar/quienes-somos/>
- Munroe, M. (2020). *El proposito y poder del amor y el matrimonio*. Argentina: Peniel.
- Nachtigall, P. (2018). *Inteligencia emocional en la empresa como desarrollar un liderazgo optimo*. Buenos Aires: Granica S.A.
- Nava, M., & Brito, J. (2019). Entusiasmo y satisfacción laboral en personal de salud de Baja California. *Academia Journals*, 1981- 1986.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Omar, A. &. (2008). Valores personales y compromiso organizacional. Enseñanza e Investigación en Psicología.
- Peñañiel, S. (2019). Caridad como reforzamiento de somatización: un estudio cualitativo. PFR. *Práctica Familiar Rural*, 1-3. doi:<https://doi.org/10.23936/pfr.v4i1.48>
- Peréz, A. (8 de junio de 2017). *La influencia de la inteligencia emocional en el ámbito laboral*. Obtenido de Business School:



<https://www.obsbusiness.school/blog/la-influencia-de-la-inteligencia-emocional-en-el-ambito-laboral>

Prado, L. (6 de Junio de 2020). *Actitud y Aptitud (La guía: En la Vida, Trabajo y en las Empresas)*. Obtenido de Cneurocoaching.com: <https://cneurocoaching.com/actitud-y-aptitud/>

Rheinberg, F., & Engeser, S. (2018). Intrinsic Motivation and Flow. *Motivation and Action*, 579–622 . doi:https://doi.org/10.1007/978-3-319-65094-4_14

Salas, R. (2017). La Inteligencia Emocional de los Colaboradores “Millennials” en la Empresa Ventcorp- Perú. (*Tesis pregrado*). Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1382/TRAB.SUFIC.PROF.%20SALAS%20PONCE%2c%20ROSMERY%20ANTONIA.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Suarez, D. (2021). Perception and self-awareness in Merleau-Ponty and Martin. *Philosophy*, 1-10. doi:<https://doi.org/10.1111/ejop.12712>

Suárez, S. (2019). Inteligencia Emocional en trabajadores de una entidad financiera del sector privado de Lima Metropolitana. (*Tesis pregrado*). Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima. Obtenido de http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4036/008594_Trab_Suf_Prof_Suarez%20Miranda%20Stephanie%20Patricia.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Turner, S. (2019). *Inteligencia Emocional*.

Ugarriza, N. (2003). *Adaptación y Estandarización del Inventario de Inteligencia Emocional de BarOn ICE – JA en Jóvenes y Adultos muestra de Lima Metropolitana*. Lima: Ediciones Libro Amigo.



- Valdez, A. (2021). Inteligencia emocional y clima organizacional en trabajadores de la empresa hotelera “Casa Grande” de la ciudad de La Paz. *Tesis Pregrado*. Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Estado Plurinacional de Bolivia.
- Viveros, O., & Fierro, C. (2020). Correlación de los niveles de engagement y síndrome de burnout en una empresa de telecomunicaciones. *Revista ESPACIOS*, 238-251.
- Willems, Y., Boesen, N., Finkenauer, C., & Bartels, M. (2019). The heritability of self-control: A meta-analysis. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 324-334.
- Yacavilca, N. (2017). Inteligencia emocional y manejo de conflictos en el Hospital Nacional Dos de Mayo, 2017. (*Tesis de pregrado*). Universidad César Vallejo, Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/8867/Yacavilca_RN.pdf?sequence=1&isAllowed=y



ANEXOS



Anexo 01. Matriz de consistencia

TÍTULO: INTELIGENCIA EMOCIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA AGENCIA DE TELECOMUNICACIONES MOVISTAR – CUSCO, 2023.			
VARIABLES	PROBLEMAS	OBJETIVOS	METODO
INTELIGENCIA EMOCIONAL	Problema general	Objetivo general	Enfoque Cuantitativo Diseño No experimental Alcance Descriptivo Población 35 trabajadores de la agencia de telecomunicaciones Movistar Cusco Muestra: 35 trabajadores de la agencia de telecomunicaciones Movistar Cusco Técnica Encuesta Instrumentos Cuestionario
	¿Cuál es el nivel de inteligencia emocional de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023?	Determinar el nivel de inteligencia emocional de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023.	
	Problemas específicos	Objetivos específicos	
	P.E.1 ¿Cuál es el nivel de conocimiento de sí mismo de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023?	O.E.1 Determinar el nivel de conocimiento de sí mismo de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023.	
	P.E.2 ¿Cuál es el nivel de autorregulación de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023?	O.E.2 Determinar el nivel de autorregulación de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023.	
	P.E.3 ¿Cuál es el nivel de motivación de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023?	O.E.3 Determinar el nivel de motivación de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023.	
	P.E.4 ¿Cuál es el nivel de empatía de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023?	O.E.4 Determinar el nivel de empatía de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023.	
P.E.5 ¿Cuál es el nivel de habilidades sociales de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023?	O.E.5 Determinar el nivel de habilidades sociales de los colaboradores de la agencia de telecomunicaciones Movistar – cusco, 2023.		



Anexo 02. Matriz del Instrumento

Instrumento adaptado del Cuestionario de Inteligencia Emocional de Daniel Goleman (1996)

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
Conciencia de uno mismo	Control de sí mismo	1) Los colaboradores de Movistar son capaces de reconocer sus defectos. 2) Los colaboradores son capaces de manejar adecuadamente sus emociones e impulsos 3) Los colaboradores mantienen el autocontrol frente a los posibles actos de descontrol de los clientes 4) Los colaboradores muestran determinación para lograr sus metas	Nunca (1) Casi Nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
	Regulación de emociones		
	Autocontrol		
	Decisión		
Autorregulación	Confiabilidad	5) Los colaboradores son fieles al criterio de sinceridad 6) Los colaboradores son capaces de asumir la responsabilidad de sus propios actos 7) Los colaboradores son capaces de aceptar los cambios que se dan en el trabajo	Nunca (1) Casi Nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
	Responsabilidad		
	Adaptabilidad		
Motivación	Compromiso	8) Los colaboradores son capaces de secundar los objetivos de su área 9) Los colaboradores suelen ser persistentes con los objetivos a pesar de los obstáculos	Nunca (1) Casi Nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)



	Optimismo	
Empatía	Comprender a los demás	10) Los colaboradores tienen la capacidad de captar los puntos de vista de otras personas
	Orientación al servicio	11) Los colaboradores tienen la capacidad de reconocer y satisfacer las necesidades de los clientes
Habilidad social	Comunicación	12) Los colaboradores saben emitir mensajes claros y convincentes
	Manejo de conflictos	13) Los colaboradores habitualmente saben negociar y resolver conflictos interpersonales con sus colegas y clientes
	Liderazgo	14) Los colaboradores suelen tener habilidad para iniciar o dirigir los cambios
	Colaboración y cooperación	15) Los colaboradores tienen la capacidad de trabajar con los demás para la consecución de una meta común 16) Los colaboradores son capaces de crear la sinergia grupal en la consecución de metas colectivas



Anexo 03. Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO DE INTELIGENCIA EMOCIONAL

Lea detenidamente cada una de las siguientes afirmaciones y marque con una “x” en el espacio a la derecha la opción que considere más apropiada y refleje su forma de pensar. Es muy importante que responda con la mayor sinceridad posible.

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

N°	ÍTEM	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
	CONCIENCIA DE UNO MISMO					
1	Los colaboradores de Movistar son capaces de reconocer sus emociones y defectos.					
2	Los colaboradores son capaces de manejar adecuadamente sus emociones e impulsos					
3	Los colaboradores mantienen el autocontrol frente a los posibles actos de descontrol de los clientes					
4	Los colaboradores muestran determinación para lograr sus metas					
	AUTORREGULACIÓN					
5	Los colaboradores son fieles al criterio de sinceridad					
6	Los colaboradores son capaces de asumir la responsabilidad de sus propios actos					



7	Los colaboradores son capaces de aceptar los cambios que se dan en el trabajo					
	MOTIVACIÓN					
8	Los colaboradores son capaces de secundar los objetivos de su área					
9	Los colaboradores suelen ser persistente con los objetivos a pesar de los obstáculos					
	EMPATÍA					
10	Los colaboradores tienen la capacidad de captar los puntos de vista de otras personas					
11	Los colaboradores tienen la capacidad de reconocer y satisfacer las necesidades de los clientes					
	HABILIDADES SOCIALES					
12	Los colaboradores saben emitir mensajes claros y convincentes					
13	Los colaboradores habitualmente saben negociar y resolver conflictos interpersonales con sus colegas y clientes					
14	Los colaboradores suelen tener habilidad para iniciar o dirigir los cambios					
15	Los colaboradores tienen la capacidad de trabajar con los demás para la consecución de una meta común					
16	Los colaboradores son capaces de crear la sinergia grupal en la consecución de metas colectivas					



Anexo 04: Procedimiento de la Baremación

La presente investigación utilizo la escala de medida para medir cada uno de los ítems:

Escala de medida	Valor
Nunca.	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

Promedio máximo de los ítems del instrumento: $\bar{X}_{max} = 5$

Promedio mínimo de los ítems instrumento: $\bar{X}_{min} = 1$

Rango: $R = \bar{X}_{max} - \bar{X}_{min} = 4$

Amplitud: $A = \frac{Rango}{Numero\ de\ escalas\ de\ interpretación} = \frac{4}{5} = 0.8$

Construcción de la Baremación:

Promedio	Estrés laboral
1.00 – 1.80	Muy baja
1.81 – 2.60	Baja
2.61 – 3.40	Media
3.41 – 4.20	Alta
4.21 – 5.00	Muy alta



Resultados de los ítems del cuestionario de la variable inteligencia emocional

Ítems		Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
P1	Los colaboradores de Movistar son capaces de reconocer sus emociones y defectos.	1	2.9%	10	28.6%	24	68.6%	0	0.0%	0	0.0%
P2	Los colaboradores son capaces de manejar adecuadamente sus emociones e impulsos	0	0.0%	8	22.9%	26	74.3%	1	2.9%	0	0.0%
P3	Los colaboradores mantienen el autocontrol frente a los posibles actos de descontrol de los clientes	0	0.0%	2	5.7%	29	82.9%	4	11.4%	0	0.0%
P4	Los colaboradores muestran determinación para lograr sus metas	0	0.0%	1	2.9%	27	77.1%	7	20.0%	0	0.0%
P5	Los colaboradores son fieles al criterio de sinceridad	2	5.7%	16	45.7%	17	48.6%	0	0.0%	0	0.0%
P6	Los colaboradores son capaces de asumir la responsabilidad de sus propios actos	0	0.0%	7	20.0%	27	77.1%	1	2.9%	0	0.0%
P7	Los colaboradores son capaces de aceptar los cambios que se dan en el trabajo	0	0.0%	7	20.0%	24	68.6%	4	11.4%	0	0.0%
P8	Los colaboradores son capaces de secundar los objetivos de su área	0	0.0%	4	11.4%	29	82.9%	2	5.7%	0	0.0%
P9	Los colaboradores suelen ser persistente con los objetivos a pesar de los obstáculos	0	0.0%	3	8.6%	31	88.6%	1	2.9%	0	0.0%
P10	Los colaboradores tienen la capacidad de captar los puntos de vista de otras personas	0	0.0%	8	22.9%	25	71.4%	2	5.7%	0	0.0%
P11	Los colaboradores tienen la capacidad de reconocer y satisfacer las necesidades de los clientes	1	2.9%	8	22.9%	25	71.4%	1	2.9%	0	0.0%
P12	Los colaboradores saben emitir mensajes claros y convincentes	0	0.0%	7	20.0%	25	71.4%	3	8.6%	0	0.0%
P13	Los colaboradores habitualmente saben negociar y resolver conflictos interpersonales con sus colegas y clientes	1	2.9%	13	37.1%	21	60.0%	0	0.0%	0	0.0%
P14	Los colaboradores suelen tener habilidad para iniciar o dirigir los cambios	1	2.9%	11	31.4%	21	60.0%	2	5.7%	0	0.0%
P15	Los colaboradores tienen la capacidad de trabajar con los demás para la consecución de una meta común	0	0.0%	3	8.6%	28	80.0%	4	11.4%	0	0.0%
P16	Los colaboradores son capaces de crear la sinergia grupal en la consecución de metas colectivas	0	0.0%	4	11.4%	29	82.9%	2	5.7%	0	0.0%