

**UNIVERSIDAD PÚBLICA DE EL ALTO
ÁREA DE CIENCIAS ECONÓMICAS FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



TESIS DE GRADO

FACTORES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL ORGANIZACIONAL DEL PERSONAL OPERATIVO Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIOS EN LAS MICRO EMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES DEL MUNICIPIO DE VIACHA

TESIS DE GRADO PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIATURA

AUTORES : Ademar Quispe Bautista
Sergio Omar Callisaya Alcon

TUTOR : Lic. Luis Patzi Ayala

**EL ALTO – BOLIVIA
2021**

DEDICATORIA:

A ti nuestro amado Dios, por ser el primero en nuestras vidas, por darnos las fuerzas, sabiduría y paciencia para concluir una etapa más de nuestras vidas ya que sin ti no lo habiésemos logrado, a ti sea toda la gloria y la honra.

A nuestros padres, que hicieron lo necesario para que pudiéramos lograr nuestros sueños, por encaminarnos adecuadamente, motivarnos, apoyarnos, darnos la mano y consolarnos cuando sentíamos que el camino se terminaba, a ustedes amados padres, nuestro amor y agradecimiento.

A nuestros amigos que nos brindaron sus consejos, y apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTOS:

A todos los docentes, que fueron parte de nuestra formación durante esta increíble etapa de nuestra vida, sobre todo a los que fueron parte de nuestra elaboración del presente trabajo de tesis de grado, muchas gracias Licenciado Luis Patzi Ayala, por impartirnos su conocimiento y experiencia con dedicación y esmero.

A esta prestigiosa casa de estudios; **Universidad Pública de El Alto** y a la Carrera de **Administración de Empresas** por los años de formación y acogida.

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación consiste en exponer teorías referentes a la inteligencia emocional, la calidad de servicio y su correlación entre estas dos variables, según los métodos estadísticos utilizados durante la investigación, el cual lleva como título: FACTORES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL ORGANIZACIONAL DEL PERSONAL OPERATIVO Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIOS EN LAS MICRO EMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES DEL MUNICIPIO DE VIACHA.

Las Microempresas de Eventos Sociales, satisfacen los servicios de garzonería en el Municipio de Viacha en los distintos tipos de acontecimientos festivos, que se presentan en la Ciudad de Viacha y en las diferentes áreas rurales, los servicios más requeridos son:

- Garzones
- Meseros
- Seguridad

También brindan atención en los distintos acontecimientos que se van presentando como ser: matrimonios, bautizos, cabos de año, entradas folklóricas, recepciones, prestes, etc., estas tradiciones culturales se encuentran en un momento de popularidad a nivel nacional, departamental, urbano y rural, este es el caso de la ciudad de Viacha, “desde el año 2004” esta cultura comenzó a crecer debido a las costumbres y tradiciones, las cuales se están revalorizando con más fuerza. Actualmente se observa en la ciudad de Viacha una gran variedad de eventos sociales y culturales ya sea de manera rural o urbana que demuestran diversidad de culturas y/o costumbres.

En la Ciudad Industrial de Viacha una de las festividades más importantes que sobresale es la fé y la devoción de los ciudadanos de Viacha, es una festividad dedicada a la Virgen del Rosario y la Virgen de Letanías, es un tiempo de expresión cultural de Bolivia al Mundo, es el escenario principal para que los pobladores puedan demostrar su identidad cultural a través del folklore, son costumbres y tradiciones que les fue heredada de generación en generación, según el Jefe de

Unidad de Coordinación de Concejos Departamentales del Ministerio de Culturas y Turismo.

El objetivo principal es determinar los factores de la inteligencia emocional organizacional y su influencia en la calidad de servicio del personal operativo en las microempresas de eventos sociales del Municipio de Viacha.

Esta investigación se basa en las teorías de la Inteligencia Emocional, ya que es de vital importancia para el personal operativo de las Microempresas de Eventos Sociales en la Ciudad Industrial de Viacha, para que aprendan a conocer, reconocer y controlar sus emociones, sentimientos e impulsos, de manera que puedan forjar una personalidad emocionalmente equilibrada, con un razonamiento objetivo y con capacidad para resolver problemas de manera inteligente, de esta manera mejorar la calidad de servicio en los diferentes acontecimientos sociales.

En la presente investigación de las Microempresas de eventos sociales en el municipio de Viacha, se aplicaron diferentes métodos y estudios de investigación sobre inteligencia emocional organizacional, para analizar la información adquirida y verificar la influencia del personal operativo en la calidad de servicio. Es una de las etapas más importantes y decisivas de la investigación, el análisis y elección del camino que se llevara a obtener la investigación de los resultados validos según la realidad.

Se realizó la propuesta de métodos de mejoramiento emocional en el trabajo, para que el personal operativo de las Microempresas de eventos sociales logren controlar sus emociones y sentimientos en el desarrollo de las actividades en los distintos acontecimientos sociales.

ÍNDICE

CAPITULO I	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNA DE LAS MICRO EMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES	11
1.1.2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	15
1.1.3 DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA	17
1.1.4 ANÁLISIS FODA DE LAS MICROEMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES	19
1.1.5 ÁRBOL DE PROBLEMAS	20
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	24
1.3 OBJETIVOS	24
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	24
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	24
1.4 JUSTIFICACIÓN	25
1.4.1 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	25
1.4.2 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	26
1.4.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	26
1.4.4 JUSTIFICACIÓN SOCIAL	26
1.5 ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN – DELIMITACIÓN	28
1.5.1 GEOGRÁFICA	28
1.5.2 FUNCIONAL	28
1.5.3 ÁREA TEMÁTICA	29
CAPITULO II	30
MARCO TEÓRICO	30
2.1 CONCEPTOS GENERALES DE LA TEMÁTICA DE ESTUDIO	30
2.1.1. CONCEPTO DE VARIABLE INDEPENDIENTE INTELIGENCIA EMOCIONAL	30
2.2. IMPORTANCIA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL	32
2.3. CARACTERÍSTICAS DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL	36
2.3.1 EL CEREBRO EMOCIONAL	36
2.3.2 COMPONENTE DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL	37
2.3.3 INTELIGENCIA EMOCIONAL SEGÚN GARDNER	39
2.3.4 INTELIGENCIA EMOCIONAL SEGÚN SALOVEY	40

2.3.5	INTELIGENCIA EMOCIONAL SEGÚN MAYER	41
2.3.6	IMPULSOS PARA LA ACCIÓN.	42
2.3.7	CONÓCETE A TI MISMO	45
2.3.8	AUTODOMINIO	45
2.3.9	EMPATÍA	45
2.3.10	ELEMENTOS DE LA EMOCIÓN.	46
2.3.11	NIVELES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL.	48
2.3.12	MODELOS DE INTELIGENCIA EMOCIONAL.....	48
2.4	CONCEPTO DE VARIABLE DEPENDIENTE CALIDAD DE SERVICIO.....	50
2.4.1	CONCEPTO DE CALIDAD.	50
2.4.2	CONCEPTO DE SERVICIO.....	50
2.4.3	CONCEPTO DE CALIDAD DE SERVICIO.	50
2.5	IMPORTANCIA DE CALIDAD DE SERVICIO.	51
2.6.	CARACTERÍSTICAS DE CALIDAD DE SERVICIO.	52
2.7	MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO.....	57
2.8	MODELO SERVQUAL.	57
2.9	MODELO SERVPERF	59
2.10	MARCO CONCEPTUAL.	60
2.10.1	INTELIGENCIA EMOCIONAL.....	60
2.11	MARCO CONCEPTUAL.	62
2.11.1	CALIDAD DE SERVICIO.	62
	FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	63
	HIPÓTESIS ALTERNATIVA.....	63
	HIPÓTESIS NULA.	64
	DEFINICIÓN DE VARIABLES.....	64
	OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE INTELIGENCIA EMOCIONAL.....	65
	OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE CALIDAD DE SERVICIO.....	66
	CAPÍTULO III METODOLOGÍA	67
3.1	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS.....	67
3.2	DETERMINACIÓN DEL ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.....	67
3.3.	ENFOQUE CUANTICUALITATIVA.	67

3.4. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	68
3.5 ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN.....	68
3.6 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	69
3.7 SUJETOS DE INVESTIGACIÓN.....	70
3.7.1 POBLACIÓN EN LAS MICROEMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES.....	70
3.7.2 MUESTRA DE PERSONAL OPERATIVO DE MICROEMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES.....	71
3.7.3 POBLACIÓN DE LOS CLIENTES.....	71
3.7.4 MUESTRA	72
3.7.5 MUESTREO PROBABILÍSTICO.....	73
3.8 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	74
3.8.1 TÉCNICA DOCUMENTAL.....	74
3.9 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	76
3.9.1 CUESTIONARIO.....	76
3.9.2 GUÍA DE OBSERVACIÓN.....	77
CAPÍTULO IV.....	77
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	77
4.1.1 INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS AL PERSONAL OPERATIVO DE LA MICRO EMPRESA DE EVENTOS SOCIALES.....	78
4.1.2 INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A CLIENTES DE LA MICRO EMPRESA DE EVENTOS SOCIALES.....	93
4.1.3 RESULTADO DE OTROS INSTRUMENTOS.....	107
4.1.4 INTERPRETACIÓN DE LA OBSERVACIÓN.....	109
4.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	112
4.2.1 PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	112
4.1.5 FACTORES DE INTELIGENCIA EMOCIONAL	119
4.1.6 NIVEL DE APLICACIÓN DE INTELIGENCIA EMOCIONAL.....	119
4.1.7 NIVEL DE APLICACIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO.....	120
CAPITULO V.....	122
PROPUESTAS.....	122
5.1 OBJETIVO DE LA PROPUESTA.....	122
5.1.1 MÉTODOS DE MEJORAMIENTO EMOCIONAL.....	122
5.1.2 PASO 1. ESQUEMA DE PROGRAMA DEL SEMINARIO PARA EL PERSONAL OPERATIVO.....	123

CAPÍTULO VI..... 131
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 131
 6.1 CONCLUSIONES..... 131
 6.2 RECOMENDACIONES..... 132
BIBLIOGRAFÍA..... 134
ANEXOS..... 138

INDICE DE TABLAS

TABLA Nº 1 DEFINICION DE PROCEDIMIENTOS TRIBUTARIO	3
TABLA Nº 2 NOMBRES DE MICROEMPRESAS, SI CUENTAN CON LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO Y NIT	13
TABLA Nº 3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA MICRO EMPRESA SHAMPAN	15
TABLA Nº 4 EVENTOS MENSUALES CON DETALLES DE TEMPORADAS Y COSTOS DEL SERVICIO.....	16
TABLA Nº 5 ANÁLISIS FODA DE LAS MICRO EMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES	19
TABLA Nº 6 ÁRBOL DE PROBLEMAS EN BASE AL PERSONAL OPERATIVO DE LAS MICRO EMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES.....	21
TABLA Nº 7 MICROEMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES Y DIFICULTADES PRESENTADAS EN PORCENTAJES.....	23
TABLA Nº 8 TABLA DE MICROEMPRESAS BENEFICIADOS DIRECTOS.....	27
TABLA Nº 9 TABLA DE MICROEMPRESAS BENEFICIADOS INDIRECTOS	28
TABLA Nº 10 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE INDEPENDIENTE	65
TABLA Nº 11 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE DEPENDIENTE.....	66
TABLA Nº 12 POBLACIÓN EN ESTUDIO.....	71
TABLA Nº 13 POBLACION DE CONTRATOS ADQUIRIDOS.....	72
TABLA Nº 14 GÉNERO ENCUESTADO	78
TABLA Nº 15 ¿CUÁNDO COMETES ERRORES EN EL TRABAJO QUE AFECTA A OTRAS PERSONAS, TE SIENTES CULPABLE?	79
TABLA Nº 16 ¿CUÁNDO EL CLIENTE TIENE UNA MOLESTIA, USTED MUESTRA UN SINCERO INTERES EN SOLUCIONARLO?	81
TABLA Nº 17 ¿TE SIENTES BIEN EN AYUDAR A OTROS CUANDO CREES QUE LO NECESITA APOYO EN EL TRABAJO?	82
TABLA Nº 18 ¿EN UN ACONTECIMIENTO SOCIAL, CONTROLAS TUS IMPULSOS CUANDO EXISTE UNA DISCUSIÓN DE PARTE DE UN INVITADO?	83
TABLA Nº 19 ¿EXPRESAS TUS SENTIMIENTO A LOS DEMAS?	84
TABLA Nº 20 ¿EN UN ACONTECIMIENTO DONDE TE REALIZAN UN PEDIDO DE MANERA PREPOTENTE, QUE EMOCION EJERCES?	85
TABLA Nº 21 ¿CUÁNDO COMETES ALGUNA EQUIVOCACION Y TE REGAÑAN EXAGERADAMENTE QUE SENTIMIENTO TE CAUSA?	86
TABLA Nº 22 ¿ERES CAPAZ DE CONTROLAR TUS EMOCIONES Y MANTENERTE CALMADO (A) EN SITUACIONES DE DIFICULTAD EN UN ACONTECIMIENTO SOCIAL?	87
TABLA Nº 23 ¿ERES FLEXIBLE AL INTERACTUAR CON PERSONAS CON DIFERENTES TIPOS DE PERSONALIDAD?	88
TABLA Nº 24 ¿SI ALGUIEN SE COMPORTA INJUSTAMENTE CON OTRA PERSONA DELANTE DE TI, QUE ACTITUD EJERCES?.....	89
TABLA Nº 25 ¿CUÁNDO TE HACEN SUGERENCIA SOBRE QUE ASPECTOS DEBES CAMBIAR Y MEJORAR QUE ACTITUD EJERCES?	90
TABLA Nº 26 ¿TE GUSTARÍA QUE LA MICROEMPRESA DONDE USTED TRABAJA, PROPONGA MÉTODOS PARA MEJORAR SU ACTIVIDAD LABORAL?	91
TABLA Nº 27 ¿SI LA MICROEMPRESA DE EVENTOS SOCIALES PROPONE METODOS PARA MEJORAR SU ACTIVIDAD LABORAL EMOCIONAL, QUE ACTITUD EJERCERIA?	92
TABLA Nº 28 SEXO ENCUESTADO.	93
TABLA Nº 29 ¿DE QUÉ MANERA FUE ATENDIDO POR EL PERSONAL QUE TRABAJO EN SU ACONTECIMIENTO SOCIAL?	94
TABLA Nº 30 ¿EL PERSONAL QUE TRABAJO EN SU ACONTECIMIENTO SOCIAL, FUE AMABLE EN SITUACIONES DIFICULTOSAS?.....	95

TABLA Nº 31 ¿DE QUÉ MANERA REACCIONO EL PERSONAL OPERATIVO EN CUANTO A UNA SUGERENCIA CONSTRUCTIVA SOBRE UN DESCUIDO QUE ELLOS COMETIERON?	96
TABLA Nº 32 ¿EL PERSONAL OPERATIVO FUE PUNTUAL EN CUANTO A LAS ACTIVIDADES ACORDADAS PARA SU ACONTECIMIENTO SOCIAL?	97
TABLA Nº 33 ¿EL PERSONAL QUE TRABAJO, SE ADAPTO A LAS TRADICIONES USOS Y COSTUMBRES EN SU ACONTECIMIENTO SOCIAL?	98
TABLA Nº 34 ¿CUÁNDO REALIZO UNA SOLICITUD DE MANERA MOLESTA, EL PERSONAL QUE ACTITUD EJERCIO?	99
TABLA Nº 35 ¿EL PERSONAL QUE TRABAJO EN SU ACONTECIMIENTO SOCIAL, COMPRENDIO Y ATENDIO LAS SOLICITUDES QUE REALIZO?.....	100
TABLA Nº 36 ¿EL PERSONAL ATENDIO LAS EXIGENCIAS O NECESIDADES QUE USTED REQUIRIO?	101
TABLA Nº 37 ¿CUÁNDO REALIZO UN PEDIDO AL PERSONAL, ESTE LO EJECUTO DE MANERA PRECISA?.....	102
TABLA Nº 38 ¿EL PERSONAL SE ADECUO A CIERTOS CAMBIOS IMPREVISTOS EN SU ACONTECIMIENTO SOCIAL?.....	103
TABLA Nº 39 ¿CUÁNDO USTED RECLAMO CIERTOS FALLAS EN EL PROTOCOLO DE SU ACONTECIMIENTO, LA MICROEMPRESA ACEPTO LOS CAMBIOS?	104
TABLA Nº 40 LAS HORAS DE TRABAJO ACORDADOS PARA EL DESARROLLO DEL ACONTECIMIENTO SOCIAL SEGÚN CONTRATO FUE:	105
TABLA Nº 41 EL PERSONAL QUE REALIZO UNA DETERMINADA ACTIVIDAD EN SU ACONTECIMIENTO SOCIAL LO REALIZO DE MANERA:	106
TABLA Nº 42 GUIA DE OBSERVACIÓN.	109
TABLA Nº 43 CORRELACIÓN DE VARIABLE	113
TABLA Nº 44 TABLA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE X (INTELIGENCIA EMOCIONAL), VARIABLE DEPENDIENTE Y (CALIDAD DE SERVICIO).	114
TABLA Nº 45 CORRELACIÓN DE VARIABLE	118
TABLA Nº 46 FACTORES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL.	119
TABLA Nº 47 NIVEL DE APLICACIÓN DE INTELIGENCIA EMOCIONAL.....	120
TABLA Nº 48 NIVEL DE APLICACIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO.....	121
TABLA Nº 49 ACTIVIDADES Y TÉCNICAS PARA EL PERSONAL OPERATIVO DE LAS MICROEMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES.....	124
TABLA Nº 50 EMOCIONES PRIMARIAS I:	126
TABLA Nº 51 EMOCIONES SECUNDARIAS II.....	127
TABLA Nº 52 DE HABILIDADES BLANDAS Y DURAS.....	129

INDICE DE IMAGENES

IMAGEN Nº 1 FESTIVIDADES REALIZADAS EN LA CIUDAD DE VIACHA.....	8
IMAGEN Nº 2 EVOLUCIÓN POBLACIONAL DE LA CIUDAD DE VIACHA	9
IMAGEN Nº 3 SERVICIOS QUE BRINDA LA MICRO EMPRESA SHAMPÁN	14
IMAGEN Nº 4 DINÁMICA DE RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS PRESENTADOS DE MANERA GRUPAL.....	29
IMAGEN Nº 5 DINÁMICA GRUPAL ENTRE COMPAÑEROS DE TRABAJO.....	29
IMAGEN Nº 6 COMPETENCIAS PERSONALES Y SOCIALES	33
IMAGEN Nº 7 RUEDA DE EMOCIONES	128

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO Nº 1 GÉNERO ENCUESTADO	79
GRAFICO Nº 2 EMPATÍA	80
GRAFICO Nº 3 COMPASIÓN DEL PERSONAL OPERATIVO	81
GRÁFICO Nº 4 AYUDA EN EL TRABAJO	82
GRÁFICO Nº 5 CONTROL DE IMPULSOS	83
GRÁFICO Nº 6 EXPRESION DE SENTIMIENTOS	84
GRAFICO Nº 7 CONOCER LAS PROPIAS EMOCIONES.	85
GRAFICO Nº 8 LA PROPIA AUTOMOTIVACION	86
GRAFICO Nº 9 AUTOCONTROL.	87
GRAFICO Nº 10 COMUNICACIÓN.	88
GRAFICO Nº 11 COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DIFICULTOSAS.....	89
GRAFICO Nº 12 TRABAJO EN EQUIPO	90
GRAFICO Nº 13 MÉTODOS PARA MEJORAR LA ACTIVIDAD LABORAL	91
GRAFICO Nº 14 METODOS PARA MEJORAR LA ACTIVIDAD LABORAL	92
GRAFICO Nº 15 GENERO ENCUESTADO.	93
GRAFICO Nº 16 AMABILIDAD DE PERSONAL OPERATIVO.....	94
GRAFICO Nº 17 CORTESIA DEL PERSONAL OPERATIVO.....	95
GRAFICO Nº 18 RESPETO DEL PERSONAL OPERATIVO	96
GRAFICO Nº 19 PUNTUALIDAD DEL PERSONAL OPERATIVO	97
GRAFICO Nº 20 TRADICIONES USOS Y COSTUMBRES.....	98
GRAFICO Nº 21 COMPRESION AL CLIENTE.	99
GRAFICO Nº 22 ESCUCHAR AL CLIENTE.	100
GRAFICO Nº 23 EXIGENCIAS O NECESIDADES DEL CLIENTE.	101
GRAFICO Nº 24 TRATO PERSONALIZADO	102
GRAFICO Nº 25 RECLAMOS EN EL TRABAJO	103
GRAFICO Nº 26 RECLAMOS EN EL TRABAJO.	104
GRAFICO Nº 27 CUMPLIMIENTO DEL TRABAJO.	105
GRAFICO Nº 28 EFICIENCIA DEL PERSONAL	106

INTRODUCCIÓN

Actualmente en el Departamento de La Paz existen muchas Empresas y Microempresas dedicadas al rubro de eventos sociales, las cuales van aplicando estrategias para mejorar la calidad de servicio y aportar al desarrollo económico y socio cultural, mediante diferentes estrategias.

Bajo este contexto es necesario hacer estudios científicos de distintas problemáticas de microempresas de eventos sociales, para poder coadyuvar a un servicio de calidad. Es por esta razón que se presenta esta investigación, que toma por objeto de estudio a los factores de la inteligencia emocional.

La presente investigación titula “FACTORES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL ORGANIZACIONAL DEL PERSONAL OPERATIVO Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN LAS MICRO EMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES EN EL MUNICIPIO DE VIACHA”, se planteó esta temática viendo la necesidad de mejorar la calidad de servicio en las microempresas de eventos sociales de Viacha, va dirigido al personal operativo, ya que ellos juegan un papel importante en los distintos procesos de operaciones, de esta manera mejorar la calidad de servicio y satisfacción al cliente.

La investigación parte de una problemática, donde se identifica diversos factores de la inteligencia emocional organizacional, en la cual se quiere que cada persona pueda controlar sus sentimientos y emociones.

El objetivo de este trabajo es analizar la influencia de los factores de la inteligencia emocional en las microempresas u organizaciones de eventos sociales teniendo como área de actuación la Ciudad de Viacha. Las actividades de estas Microempresas dependen de la clase de evento que el cliente demande, y es de la siguiente manera:

- Asesoramiento y orientación del proceso de desarrollo del evento hacia el personal de trabajo, también se orienta el Conjunto de reglas de formalidad que rigen los actos y ceremonias diplomáticas y sociales (PROTOCOLO).

- Contratación de acontecimientos, seguimiento y control de todos los servicios adquiridos por las microempresas demandados por el cliente, la microempresa de evento social deberá de asegurarse en todo momento que el acontecimiento este desarrollándose tal y como el cliente lo desea.
- Además de los eventos tradicionales que realizan estas microempresas competidoras de eventos sociales, también realizan: bautizos, comuniones, congresos, etc. emprenderán como elemento diferenciador nuevas dinámicas grupales motivacionales entre trabajadores, para mejorar las relaciones humanas en el personal operativo.

Las microempresas de eventos sociales buscan mejorar constantemente la calidad de servicio en los distintos eventos sociales, como también atraviesan distintos problemas especialmente en el personal operativo, al no dominar las dos mentes (racional y emocional), no controlan sus emociones, pierden la paciencia, pierden el control de los impulsos, etc.

La justificación se realizó con el propósito de aportar conocimientos de inteligencia emocional organizacional a través de teorías científicas y recopilación de datos, también se aplicarán distintos métodos y técnicas que permiten incrementar la información, para mejorar la calidad de servicio en las microempresas de eventos sociales. En síntesis, la investigación de esta tesis de grado tiene los siguientes capítulos requeridos según normas de la universidad:

Capítulo I hace referencia al problema de la investigación, tomando en cuenta la realidad de las microempresas de eventos sociales, particularmente del municipio de Viacha, identificando variables de estudio que corresponden a la inteligencia emocional y calidad de servicio. Se realiza la formulación del problema, el objetivo general y los objetivos específicos, ya que son las que guían la investigación. También se describe la justificación teórica, metodológica social, práctica y económica de la investigación y de quienes serán los beneficiados y como último punto de este capítulo se denota las delimitaciones de la investigación.

El **capítulo II** se refiere a la recopilación de información teórica conceptual, según revisión literaria de las variables en estudio que sustenta el tema de investigación, desglosando ambas variables de la Inteligencia emocional organizacional y la calidad de servicio, sustentado por diferentes autores.

También se describió la formulación de la hipótesis, la identificación de las variables, la definición conceptual de las variables y operacionalización de las variables, tomando la decisión en base a datos estadísticos la hipótesis alternativa.

El **capítulo III** describe la metodología que se utilizó en la investigación, como ser el enfoque de la investigación, diseño de la investigación, estudios o nivel de investigación, métodos de investigación, población o universo, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

El **capítulo IV** describe el análisis e interpretación de los resultados, presentando la información según datos estadísticos como ser: tablas de frecuencia, representación gráfica de los datos, análisis e interpretación de datos, también resultados de otros instrumentos y por último este capítulo demuestra la prueba de hipótesis.

El **capítulo V** describe la propuesta de la investigación, elementos relevantes que permitirán, coadyuvar a la solución del problema abordado, son métodos que se realizaran como ser: talleres, seminarios, capacitación, entre otros elementos.

Por último, el capítulo de la presente investigación finaliza con las conclusiones y recomendaciones, que se abordaron durante la investigación.

CAPITULO I

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN.

➤ MACRO AMBIENTE

❖ POLITICO LEGAL

Según: **La Nueva Constitución Política del Estado**

Que el Artículo 309 de la Nueva Constitución Política del Estado reconoce, respeta y protege la iniciativa privada, para que contribuya al desarrollo económico, social y fortalezca la independencia económica del país.

Que los párrafos I del Artículo 309 de la Nueva Constitución Política del Estado. Se garantiza la libertad de empresa y pleno ejercicio de las actividades empresariales, que serán regulados por ley.

Que los párrafos I a V de Artículo 318 de la Nueva Constitución Política del Estado, determinará una política productiva industrial y comercial que garantice de bienes y servicios suficientes para cubrir de forma adecuada las necesidades básicas internas y para fortalecer la capacidad exportadora.

Parágrafos II. El Estado reconoce y prioriza el apoyo a la organización de estructuras asociativas de micro, pequeñas y medianas empresas productoras, urbanas y rurales.

Parágrafos III. El Estado fortalece la infraestructura productiva, manufactura e industrial y los servicios básicos para el sector productivo.

Parágrafos IV. El Estado priorizara la promoción del desarrollo productivo rural como fundamento de las políticas de desarrollo del país.

Que el Artículo I del Honorable Congreso Nacional concreta la Ley N° 2206, de 30 de mayo de 2001 PROCEDIMIENTOS TRIBUTARIOS PARA ESPECTÁCULOS PÚBLICOS, a las actividades de producción, presentación y difusión de eventos, teatro, danza, música nacional, pintura, escultura y cine, que sean producidos por artistas bolivianos.

Que el Decreto Supremo de la Reglamentación la Ley N° 2206, a fin de promocionar y difundir la cultura y el arte del Estado Plurinacional Boliviano.

LEY Nª 2206 DE 30 DE MAYO. PROCEDIMIENTO TRIBUTARIO PARA ESPECTÁCULOS PÚBLICOS.

Artículo 2°. - **(Definiciones)** Para efectos de la aplicación del presente Decreto Supremo, se establecen las siguientes definiciones:

TABLA N° 1
DEFINICION DE PROCEDIMIENTOS TRIBUTARIO

Producción de Eventos	Es la planificación u organización de un evento artístico
Producción por Artistas Bolivianos	Es la planificación, organización de un evento artístico (espectáculo, festival, exhibición, exposición, puesta en escena o presentación, interpretación, elaboración o creación), por artistas bolivianos o por personas naturales o jurídicas, que se encuentren vinculadas con el arte y la cultura boliviana.

Fuente: Ley N° 2206 de 30 de mayo. Procedimiento Tributario para Espectáculos Públicos.

Ley N° 2206 de 30 de mayo procedimiento tributario para espectáculos públicos Artículo 3° - (Alcance).

Parágrafo I. El presente Decreto Supremo se aplicará a todos los artistas bolivianos, asimismo a personas naturales o jurídicas que estén vinculadas con actividades de producción, presentación y difusión de eventos, teatro, danza, música nacional, pintura, escultura y cine, que sean realizados por artistas bolivianos.

Parágrafo II. Todo espectáculo, evento y festival está obligado a cumplir con las siguientes disposiciones:

1. Iniciar el evento con puntualidad.
2. Las puertas de acceso deberán abrirse con la debida antelación.

3. Los gerentes, responsables o administradores de todo espacio público o privado, destinado a presentaciones artísticas, tienen la obligación de otorgar las condiciones de seguridad e higiene necesarias
4. Informar a las instancias policiales correspondientes, de forma previa al evento, la utilización de material pirotécnico en espacios abiertos.

Parágrafo III. Quedan terminantemente prohibidas las siguientes acciones en los eventos artísticos:

1. Incurrir en alguna conducta discriminatoria o racista.
2. Emitir entradas en un número mayor a la capacidad física del espacio a ser utilizado.
3. Publicar en forma errónea el evento artístico, entendido como el anuncio de un espectáculo, evento y/o festival que no corresponda al que se ofreció al público. Utilizar material explosivo o combustible en espectáculos públicos cerrados.

➤ **ECONÓMICO**

Según datos del Fondo Monetario Internacional, bajo su pronóstico de crecimiento económico en Bolivia este año 2020, del 4% proyectado en abril de 2019 y descendía a un 3,9%, según informe difundido por la (FMI).

El Fondo Monetario Internacional también proyecta que el indicador de precios de consumos en Bolivia cerrara este año en el 1,7% y llegara al 3,1% en el próximo.

El Fondo Monetario Internacional, también realiza las proyecciones de desempleo, para Bolivia en el año 2020 se mantendrá en 4%, frente 3,5% registrado en el año 2018.

Según de Banco Mundial la economía en Bolivia 2020, será la peor después de 34 años, ya que la última vez que se registró una caída por debajo del cero fue en 1986, cuando el Producto Interno Bruto (PIB) descendió un 2,5%, con la caída de la economía boliviana, aumentara la pobreza y la desigualdad.

La Ciudad industrial de Viacha por el incremento de yacimientos de arcilla, ha permitido el asentamiento de muchas Empresas de cerámicas, también se realiza la explotación de áridos en sus diferentes tipos debido a las creaciones de grandes, pequeñas y medianas empresas la ciudad industrial de Viacha creció de manera paulatina.

El Municipio de Viacha es considerado Ciudad Industrial ya que cuenta con:

- ❑ Las Industrias de Cerámicas, que permitió el asentamiento de Empresas con un aproximado 100 industrias de cerámicas de ladrillos, debido a la existencia de la materia prima de arcilla.
- ❑ La Ciudad Industrial de Viacha cuenta con una fábrica de cemento SOBOCE (Sociedad Boliviana de Cemento), la más grande en país de Bolivia, debido a la existencia de la materia prima (piedra caliza).
- ❑ Agricultura, en el municipio de Viacha es líder por caracterizarse en la producción de papa en sus diferentes variedades, también cultiva cebada, quinua, trigo, oca, aba, etc.
- ❑ Actividad ganadera, dentro de esta actividad tenemos la cría de ganado vacuno, camélido, porcino, ovino, caprino, avícola y cunicultura estos últimos años a menos escala.
- ❑ Actividad lechera, está en permanente crecimiento y la aplicación de nuevas técnicas y tecnologías, hacen que la producción aumente paulatinamente cada año, en sus derivados de la leche tenemos; queso, requesón, mantequilla, etc.

Por otro lado, también en la Ciudad de Viacha se realizar otras actividades de acuerdo a las costumbres y tradiciones que poseen, rinden homenaje a entidades venerables y desarrollan actividades festivas en cuanto a recepciones sociales (prestos), aniversarios de sindicatos, conmemoraciones, etc.

➤ **CULTURAL.**

Bolivia es uno de los países sudamericanos, que mejor conserva sus tradiciones indígenas, las cuales se mezclan con las fiestas y celebraciones españolas llegadas a este territorio hace más de 500 años. Estas costumbres y tradiciones se pueden observar en su gran variedad de fiestas autóctonas, las cuales se llevan a cabo durante todo el año y son visitadas por turistas de distintos países.

Carnaval de Oruro: Cada año en el mes de febrero, la Ciudad de Oruro es el escenario de la mayor celebración en Bolivia, única en el mundo por su gran sentido religioso llevada a cabo en honor de la Virgen del Socavón, que es máxima representación de diversas manifestaciones de cultura tradicional andina, se realiza un gran desfile en el que participan alrededor de 80 grupos de danzarines, todos ellos vestidos con trajes tradicionales y máscaras con un pintoresco adorno en la que cientos de artesanos han trabajado durante todo el año.

En la Ciudad Industrial de Viacha una de las celebraciones más importantes que se realiza es la fe y devoción de la comunidad a la Virgen del Rosario y la Virgen de Letanías, que también es un tiempo de expresión cultural de Bolivia al Mundo, es el escenario principal para que los pobladores puedan demostrar su identidad cultural a través del folklor, costumbres y tradiciones ya que les fue heredada de generación en generación, según el Jefe de Unidad de Coordinación de Concejos Departamentales del Ministerio de Culturas y Turismo.

La Asociación de Conjuntos Folklóricos de Viacha, institución creada el 18 de agosto de 1984, es responsable de encaminar todas las manifestaciones culturales y organizar todas las fiestas culturales a través de eventos sociales. Como también podemos denotar las diversas culturas de nuestro país, donde las personas adoran a diferentes vírgenes y santos los más importantes podemos denotar en el siguiente párrafo:

➤ **SOCIAL.**

Según las costumbres de Viacha, la imagen de la virgen del Rosario es custodiada por tres comisiones organizadas como: Los Prestes, Muñís y Fuegoseros. Los primeros son los responsables de organizar las actividades litúrgicas entorno a la virgen, la visten y le decoran los mejores atuendos; los segundos los Muñís, alistan la platería y el altar donde se colocará la imagen de la santa; y los Fuegoseros, son los encargados de convocar a la población a diferentes actividades a través del lanzamiento de petardos y fuegos artificiales.

Una de las principales festividades de la población de Viacha se celebra el 7 de octubre en honor a la Virgen de Rosario, donde los pobladores conmemoran la fiesta con danzas multicolores y otras expresiones culturales, entre estos se encuentran las unidades educativas, sindicatos de transporte, unidades militares y visitantes de distintos departamentos, las danzas con mayor ascendencia son la Morenada, Caporales, Tinku, Kullawada, Pujllay y otras expresiones autóctonas de la región. Centenares de danzarines se muestran en las principales plazas y calles con sus mejores galas en demostración con la fe, la alegría y la devoción.

La festividad de la Virgen de Letanías, se caracteriza por ser catalogada como la imagen más pequeña a nivel mundial, ya que mide aproximadamente 19,5 milímetros y se asemeja a la moneda de 10 centavos, también con la participación de la población del Municipio de Viacha en la organización y realización de las fiestas, al margen de los prestes que se demuestran con fe y devoción. Como también podemos denotar las distintas festividades de la Ciudad Industrial de Viacha en la siguiente imagen.

IMAGEN Nº 1
FESTIVIDADES REALIZADAS EN LA CIUDAD DE VIACHA

Localidad	Época / Fecha	Festividad
Puente Arriba	13 de Febrero	Aniversario
Chacoma Irpa Grande	Entre Mayo y Junio (movible)	El Espíritu
Villa Remedios	29 de Junio	San Pedro
Viacha	13 de Julio	Letanías
Jequeri Rosa Pata	16 de Julio	Virgen del Carmen
Collagua	9 de Agosto	Natividad
Hichuraya Grande	15 de Agosto	Asunción
Villa Santiago Chacoma	24 de Septiembre	La Merced
Mazo cruz	29 de Septiembre	San Miguel Arcángel
Choquenaira	3 de Octubre	Virgen del Rosario
Viacha	1° Domingo de Octubre	El Rosario
Quinamaya	24 de Octubre	Fiesta del Rosario
Irpuma Irpa grande	Octubre (movible)	San Agustín
Viacha	18 de noviembre	Batalla de Ingavi
Viacha	5 de diciembre	Aniversario

FUENTE: Intendencia de Gobierno Autónomo Municipal de Viacha.

➤ **DEMOGRÁFICO**

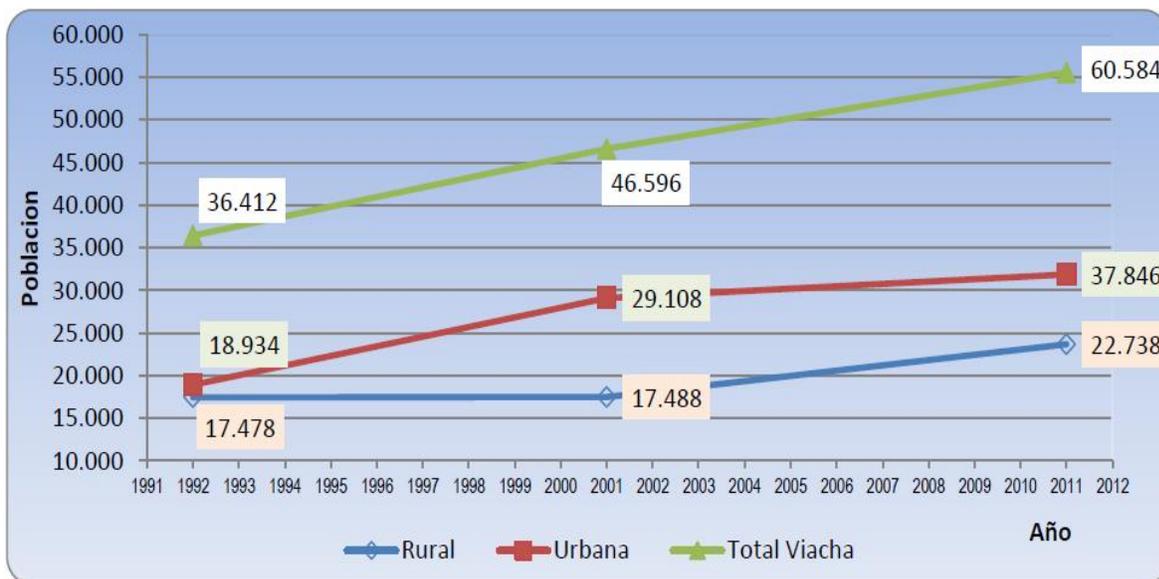
Bolivia está situada en América del Sur, tiene una superficie de 1.098.580 km², por lo que puede considerarse un país grande, con una población de 11.353.142 personas, según el censo de la población 2012 (Instituto Nacional de Estadística).

El municipio de Viacha, capital de la Provincia Ingavi del departamento de La Paz, se encuentra localizado a 32 km. De distancia desde la Ciudad de La Paz. De acuerdo al último Censo Nacional de Población y Vivienda 2012, realizado por el Instituto Nacional de Estadística, cuenta con una población total 60,584 de habitantes.

Del total de la población, el 57% vive en el área urbana (Ciudad de Viacha según el INE), la población urbana se incrementó debido a que los distritos colindantes a la Ciudad del Alto, formaron una sola marcha urbana y el 43% de la población habita en el área rural.

La población de la Ciudad de Viacha el 84% se auto identifica Aymara, el 12,2% no se identifica con ninguna nación o pueblo indígena. Las personas que hablan son 50,27% español y aymara es 48,75% según los datos realizados del Instituto Nacional de Estadística en el año 2012. La evolución de la población de la Ciudad de Viacha, se muestra en el siguiente cuadro desde el año 1991 a 2012 el último censo.

**IMAGEN Nº 2
EVOLUCIÓN POBLACIONAL DE LA CIUDAD DE VIACHA**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE).

➤ **MICRO AMBIENTE**

❖ **COMPETENCIA**

El sector de atención de eventos en la Ciudad de Viacha, esta acentuada en zonas centrales de la Ciudad, quienes compiten por los clientes; según el relato del gerente de la microempresa “Unión Cristal “ Sr. Víctor Condori Quispe, nos cuenta que ya lleva un buen tiempo en el desarrollo de eventos sociales, posicionada en el mercado de Viacha con 25 años de trayectoria hasta el 2019, Y así mismo otras

microempresas tienen una trayectoria formada tal es el caso de la microempresa “12 de diciembre”, y la microempresa “Alba”, entre otras pequeñas organizaciones según datos recopilados de la Intendencia del Gobierno Autónomo Municipal de Viacha.

En entrevista con el Sr. Henry Zambrana Oblitas (Intendente del G.A.M.V.), “las microempresas de eventos sociales de Viacha, compiten en el mismo mercado” también son rivales entre sí, al encaminar su propio rubro en el mercado buscando sus clientes fieles, como también eventuales y viendo otros nuevos segmentos de mercado, sin considerar a las demás pequeñas empresas que se van formando de manera reciente.

➤ **PROVEEDORES.**

La materia prima o insumos, el cual se requiere para la atención de eventos son de fácil acceso, ya que la Ciudad Industrial de Viacha cuenta con mercados, tiendas, licorerías, ferias, etc. para la elaboración de los productos (garnish, cocteles, acomodado de mesas, etc.).

En cuestión de llevarse a cabo eventos en lugares distantes a la Ciudad de Viacha, como provincias y comunidades alejadas es uno de los ejemplos de la Microempresa gastronómico el “champán” que cuenta con una proveedora de insumos la Sra. Rosalía Quispe Cantuta vendedora del Mercado municipal de Viacha, quien brinda la materia prima a un costo adicional, esto ayuda a la Microempresa a reducir costos, para coadyuvar al transporte, para el traslado al lugar de destino. Así mismo las Microempresa de eventos sociales cuentan con sus propios proveedores de materia prima, para fácil acceso.

➤ **MERCADOS.**

La demanda en eventos sociales en el municipio de Viacha, es elevada debido a las diferentes culturas y costumbres que tienen, razón por la cual existen variedad de demanda de garzones (bar tender, meseros, barman), seguridad (tácticos y escoltas), comidas (nacional, buffet, gourmet), decoraciones de salón de eventos, sonido, filmación, orquestas, repostería, etc. Que conforman organizaciones y

Microempresas, para llevar a cabo un evento social y que están ubicados en el Municipio de Viacha los cuales brindan estos servicios, para satisfacer las necesidades de los clientes y llevar a cabo un acontecimiento en diferentes eventos (bautizos, prestes, matrimonios, cabo de años, etc.).

➤ **SUSTITUTOS.**

Actualmente existen empresas que ofrecen una gran gama de atención a un precio elevado, pero sin el conocimiento de las tradiciones y protocolos para realizar eventos, es por este motivo que este tipo de servicio no es bastante requerido en pequeñas ciudades, cabe recalcar que el servicio de catering se precisa más en ciudades grandes. Según datos recopilados por el Intendente Arturo Sejas y el Sub Intendente Avelino Baltazar Laura del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto y por la **Intendencia Municipal de La Paz**, dirigido por la Lic. Paola Valdenassi Flores dependiente de la Secretaria Municipal de Desarrollo Económico del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

➤ **AMENAZAS.**

Las amenazas que impiden llevar a cabo un acontecimiento, son los conflictos externos, conflictos políticos, que ocurren en Bolivia o en departamentos, como, por ejemplo: un factor externo sería paros de transporte, votación y referéndum, el cual obliga a los clientes suspender o retroceder sus acontecimientos. En el año 2020 podemos denotar las postergaciones de los eventos sociales a causa de la pandemia, impidiendo la planificación de distintos acontecimientos de la población y la disminución de ingresos en las microempresas de eventos sociales.

1.1.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNA DE LAS MICRO EMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES

➤ **ANTECEDENTES.**

Las Microempresas de eventos sociales satisfacen los servicios de garzonearía en el municipio de Viacha, un ejemplo en lo Gastronómico Shampán es una de las Microempresa que brinda el servicio de garzón en los distintos eventos sociales,

guiando con protocolos para todos los anfitriones (clientes) y así no tengan ninguna preocupación más que en el disfrutar de su evento.

El personal operativo de las microempresas, trabaja es de la siguiente manera:

- Sábados: 16:00 a 24:00
- Domingos: 11:00 a 19:00

Y son remunerados con un promedio de Bs. 22,50 la hora, los cuales no están afiliados a Las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFPs) y Caja Nacional de Salud.

En el año 2011, se creó una Microempresa denominada “Gastronómico Champán”, cuyo nombre fue inspirado en una organización, la cual está siempre presente en todo tipo de eventos comúnmente se caracteriza por la bebida del brindis como el champagne, el cual satisface las necesidades de los clientes.

Encontrando la oportunidad de crear un servicio integral, la cual pudiera satisfacer las necesidades de los clientes, innovando en los distintos acontecimientos con el personal capacitado, cumpliendo ciertos estándares de calidad acorde a la cultura de cada región. Así sucesivamente las microempresas se crearon de distintas formas, que en la actualidad ofrecen los servicios de garzonearía entre otros servicios.

Las Microempresas de eventos sociales se enfocan en los objetivos planteados, con en el propósito de posicionarse en el mercado de la Ciudad de Viacha, El Alto y la ciudad de La Paz, diversificándose para expandirse y ser reconocidos en otros departamentos, por el grado de calidad y efectividad que desarrollan y ejecutan este proceso.

Actualmente, las microempresas de eventos sociales en cuanto a su organización, desarrollan sus actividades de manera empírica en los distintos acontecimientos sociales festivos que se presentan. La planeación, organización del desarrollo de actividades y del personal se basan en experiencias pasadas con ex compañeros de trabajo.

➤ **NOMBRE DE LAS MICRO EMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES.**

Actualmente las microempresas más reconocidas, que llevan un segmento de mercado por más de 10 años y adquieren más contratos en la Ciudad Industrial de Viacha y en otros lugares son los siguientes:

TABLA N° 2
NOMBRES DE MICROEMPRESAS, SI CUENTAN CON LICENCIAS DE
FUNCIONAMIENTO Y NIT

N°	NOMBRES DE MICRO EMPRESAS	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	NIT
1	Unión cristal	Si cuenta	No cuenta
2	Alba	Si cuenta	No cuenta
3	12 de diciembre	Si cuenta	No cuenta
4	Shampán	Si cuenta	No cuenta

Fuente: Intendencia Municipal de Viacha

➤ **UBICACIÓN.**

La ubicación de estas distintas Microempresas en la Ciudad Industrial de Viacha según sus licencias de funcionamiento expedidas por la Intendencia del Gobierno Autónomo Municipal de Viacha es:

- **Unión Cristal.** - La ubicación de esta Microempresa está situada a una cuadra del Cementerio General de Viacha, el representante de dicha organización atiende a los clientes y confirma los contratos.
- **Alba.** - La Microempresa está ubicado en la av. Barrientos esquina calle 18 de noviembre.
- **12 de diciembre.** - El domicilio del representante está ubicado en la av. Pisagua entre calle Macario Pinilla e Independencia.
- **Shampán.** - La ubicación de su oficina está situada en la calle Letanías, esquina calle Libertad N° 77.

(Se adjunta licencias de funcionamiento de las distintas microempresas en la sección de anexos).

➤ **SERVICIOS QUE BRINDAN.**

Los servicios que brindan las microempresas de eventos sociales: (Unión Cristal, Alba, 21 de septiembre y Champán), para los distintos tipos de acontecimientos festivos, que se presentan en la Ciudad de Viacha y en las áreas rurales, los más requeridos son los siguientes:

- Garzones
- Meseros
- Cantineros

En cuanto a la Microempresa de eventos sociales “Gastronómico Champán” cuenta con servicios adicionales a los de la competencia como, por ejemplo:

IMAGEN Nº 3
SERVICIOS QUE BRINDA LA MICRO EMPRESA SHAMPÁN



Fuente: Elaboración propia del propietario de la Microempresa Champán.

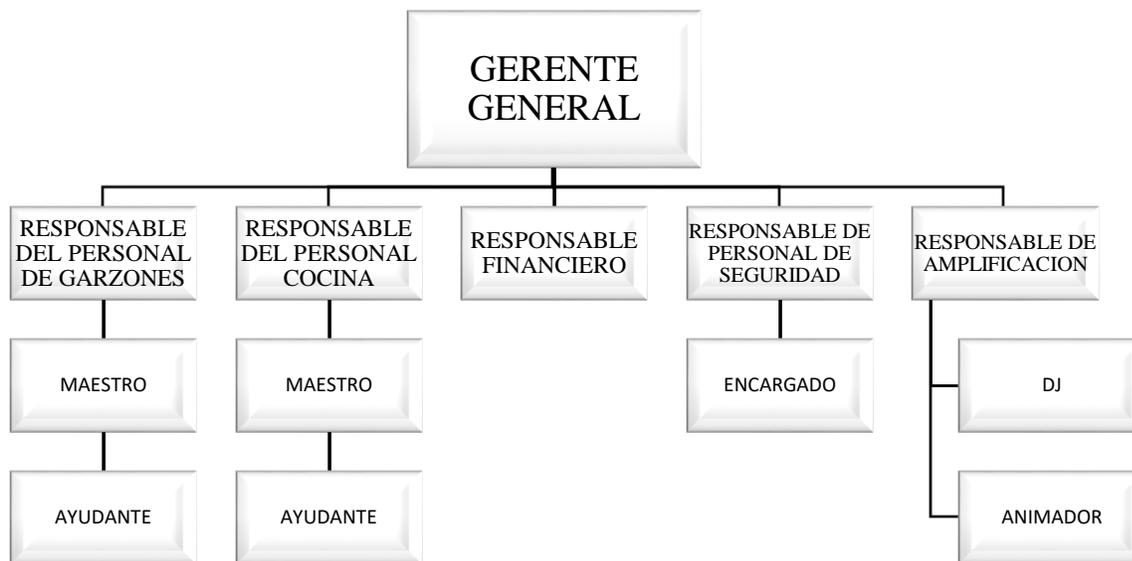
Las Microempresas de Eventos Sociales, buscan estrategias para captar clientes a través de tarjetas, panfletos, etc. Un ejemplo es la Microempresa “Champán”, que cuenta con tarjetas personales donde cuenta con los servicios que brinda, y dando un plus adicional a la competencia como ser (Espectáculos de show, Amplificación, Seguridad, Garnish), las otras Microempresas utilizan distintas estrategias de

publicidad, para cautivar y lograr más contratos y así generar más ingresos y diversificarse en el mercado.

➤ **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LAS MICRO EMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES.**

La estructura organizacional aborda la división del trabajo, dentro de una organización, las tareas que se distribuyen en distintos niveles. Uno de los ejemplos es de la Microempresa Shampán donde se muestra en la siguiente tabla.

**TABLA Nº 3
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA MICRO EMPRESA SHAMPAN**



Fuente: Elaboración del propietario de la Microempresa Shampán

1.1.2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

La organización de eventos sociales como ser: (matrimonios, bautizos, cabos de año, entradas folklóricas, recepciones, prestes, etc.) se encuentra en un momento de popularidad a nivel nacional, departamental y urbano, este es el caso de la Ciudad de Viacha en su mayoría, “desde el año 2004” esta cultura comenzó a crecer

debido a las costumbres y tradiciones, las cuales se fueron volviendo más enraizados a la tradición.

Actualmente se observa en la Ciudad de Viacha una gran variedad de eventos, tanto sociales como culturales, ya sea de manera rural o urbana, que demuestran una diversidad de culturas, claro ejemplo en los datos aproximados proporcionados por la Intendencia municipal del Gobierno Autónomo Municipal de Viacha, el cual nos muestra la siguiente tabla: Donde podemos denotar los eventos realizados durante la gestión 2018 con sus temporadas bajas, altas y medianos.

TABLA Nº 4
EVENTOS MENSUALES CON DETALLES DE TEMPORADAS Y COSTOS DEL SERVICIO

EVENTOS	MESES DE LA GESTION												TOTAL	COSTO UNITARIO (Bs.)
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
Matrimonio	20		16	18	15	10	8		25	15		17	144	180
Bautizo	10		10	15	8	9	12	6	18	13	6	10	117	170
Cabo de año	2	1	5	4	8	4	3	10	1	1	4	1	44	200
15 años	5	2	3	6	4	7	5	2	10	12	2	4	62	170
Vinos de honor	3		1			1	2	1					8	170
Aniversrios	4	6	4	3		7		18	6				48	170
Recepciones							8	5	2				15	200
Techadas	5	15	8	6	12	4	2	4	2	2			60	180
Tomas de nombre						9							9	170
Graduaciones												9	9	170
SUMATORIA DE MESES	49	24	47	52	47	51	40	46	64	43	12	41		
	TOTAL ESTIMADO DE EVENTOS												516	
	TEMPORADAS BAJAS													
	TEMPORADAS MEDIAS													
	TEMPORADAS ALTAS													

Fuente: INTENDENCIA DEL GOBIERNO AUTONOMO MUNICIPAL DE VIACHA (GAMV).

Realizar un evento demanda tiempo y esfuerzo, puesto que se requiere de una adecuada planificación y una serie de conocimientos y preparativos, motivo por el cual es indispensable contar con un experto en el área que brinde asesoramiento y supervisión, para lograr el éxito de un acontecimiento.

Sin embargo, los distintos eventos sociales que se desarrollaron por diversas organizaciones gastronómicas en el Municipio de Viacha, se ejecutaron de manera empírica, es decir sin tener conocimiento, sobre el reconocimiento emocional o cuidado sobre el dominio de controlar las emociones, los impulsos, discusiones al momento de desarrollar las actividades, donde los anfitriones tienen cierta inquietud al momento de llevar a cabo su evento y se observa ciertas falencias como:

- “Un desempeño bajo en las funciones del personal operativo en un evento”
- “Pérdida de insumos y elementos una vez concluido el evento”
- “Al finalizar el evento, el personal no se encuentra en un estado óptimo, al cual se le puede observar en cierto estado de ebriedad”
- “Falta de higiene en las vajillas y elementos en los cuales contiene el salón”
- Estos aspectos descritos son una pequeña parte de las inquietudes, que se puede sentir en los anfitriones e invitados al momento de concretar un contrato para un determinado evento.

La forma empírica en la cual se desarrollan los eventos por distintas organizaciones o Microempresas de eventos sociales, tienen ciertas falencias y desconocimientos del proceso administrativo. El organizador de eventos (OE), debe poseer la capacidad de desenvolverse como un gerente efectivo, pues, su trabajo implica planificar, organizar y gestionar actividades, fijar objetivos, elaborar presupuestos, coordinar cronogramas, supervisar a un equipo de trabajo interdisciplinario, delegar funciones y verificar su correcta ejecución.

Se necesita adquirir destreza de los distintos aspectos mencionados arriba, lograr una satisfacción no solo a nivel personal del anfitrión, sino también de todos los clientes, puesto que será una gran carta de presentación para futuros contratos.

1.1.3 DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.

Daniel Goleman (2002), la inteligencia emocional es la que nos permite tomar conciencia de nuestras emociones, comprender los sentimientos de los demás,

tolerar las presiones, y frustraciones que soportamos en el trabajo, incrementar nuestra capacidad de empatía y nuestras habilidades sociales y aumentar nuestras posibilidades de desarrollo social.

Daniel Goleman (2018), las capacidades emocionales individuales, las habilidades para trabajar en equipo y la nueva empresa organizada con inteligencia emocional. Demuestra la importancia en adaptarse a las nuevas condiciones en las empresas modernas, la necesidad de autocontrol en situaciones de dificultades y la importancia de ser honesto, íntegro y responsable. Los gerentes más eficaces son emocionalmente inteligentes debido a su claridad de objetivos, su confianza en sí mismo, su poder de influir positivamente y de leer los sentimientos ajenos.

La inteligencia emocional organizacional es muy importante para las Microempresas de eventos sociales, el cual permite identificar y reconocer los sentimientos propios de cada persona, ya sea en el desarrollo de actividades laborales o en la vida cotidiana. Sin embargo, las Microempresas de eventos sociales del Municipio de Viacha van tropezando con problemas de no poder controlar los sentimientos y emociones en el ámbito laboral, repercutiendo en los últimos eventos en la disminución de calidad del servicio y pérdida de los clientes.

Las Microempresas de eventos sociales operan más de 10 años en el Municipio de Viacha; por ejemplo, el grupo “Shampán” está constituido como una de las Microempresas que opera desde el 4 de mayo del 2009. En el año 2011 se creó con el nombre de Gastronómico “Shampán”, en la actualidad, cuenta con 32 personas para la atención de los clientes, los servicios que brinda son en Garzonearía y otras actividades más al rubro. El grupo “Unión Cristal” cuenta con 10 personas que brindan el servicio de garzones, el grupo “12 de diciembre” cuenta con 7 personas y el grupo “Alba” cuenta con 6 personas. Los grupos gastronómicos mencionados adquieren diferentes contratos, para diferentes eventos sociales que se desarrollan en la ciudad de Viacha como también en la ciudad de El Alto o en áreas rurales.

1.1.4 ANÁLISIS FODA DE LAS MICROEMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES.

Roberto Espinosa (2013), el análisis FODA, es una de las herramientas esenciales que provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas y la generación de nuevos o mejores proyectos de mejora. En la siguiente tabla muestra el análisis FODA de las microempresas de eventos sociales en el Municipio de Viacha.

TABLA Nº 5
ANÁLISIS FODA DE LAS MICRO EMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Protocolo y orientación en acontecimientos sociales. - Promociones a través de medios de comunicación como ser: (redes sociales, radio, tarjetas personales, etc.). - Variedad en cuanto a presentación de ropa de trabajo, para la presentación en los distintos acontecimientos sociales. - 	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer las diferentes culturas nacionales, departamentales y regionales favorables a la Microempresa. - Atención en entidades privadas y públicas gracias a referencias de clientes. - Preparación de bebidas exóticas, no vistas frecuentemente con ayuda de la tecnología. - Aprovechamiento del Benchmarking en cuanto a presentaciones de bebidas, comidas y cultura. - Realizar alianzas estratégicas con las microempresas de mantelería, pastelerías y grupos musicales.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de infraestructura propia de las Microempresas, donde se cuente con una oficina de atención al cliente, sala de reuniones para con el personal operativo, oficina de contabilidad. - Falta de capacitación en cuanto al manejo de las emociones, para el equilibrio de las dos mentes (racional y emocional) - Deterioro frecuente de la ropa de trabajo por falta de cuidado por parte del personal operativo - Quejas sobre la atención por parte del personal operativo cuando existen discusiones. 	<ul style="list-style-type: none"> - Factores climatológicos cuando se lleva a cabo un acontecimiento en el área rural en campo abierto. - Las personas no están acostumbradas a firmar un contrato, depositando por lo menos un 30% de cuenta. - Incumplimiento de insumos (bebidas para la elaboración del coctel, azúcar, frutas, whisky, ron, singani, vasos de plástico, repasadores, procesadores, etc.) por parte del anfitrión (cliente). - Suspensión de evento por actividades del gobierno a nivel nacional (votación, referéndum, etc.). - Conflictos de paro de transporte. - Suspensión de eventos por la pandemia a nivel mundial, distada por parte de la Organización Mundial de Salud (OMS).

- Falta de modificación del comportamiento, para precautelar nuestra fuente laboral por parte del personal operativo	
--	--

FUENTE: Elaboración propia en base al personal operativo de las micro empresas de eventos sociales.

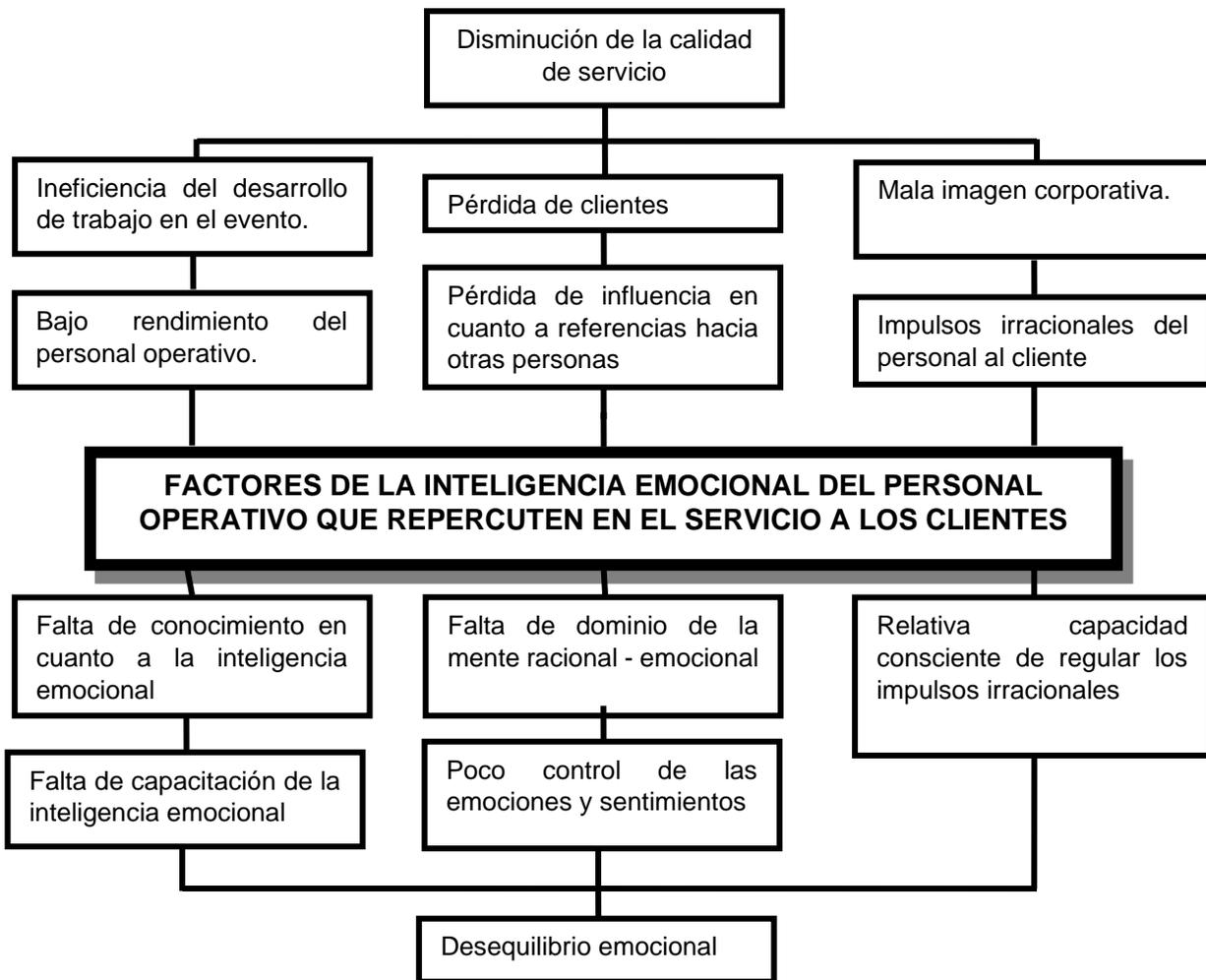
1.1.5 ÁRBOL DE PROBLEMAS.

El árbol de problemas es una técnica que se emplea para identificar una situación negativa (problema central), la cual se intenta solucionar analizando relaciones de tipo causa-efecto. Para ello, se debe formular el problema central, de tal modo que permita diferentes alternativas de solución, en lugar de una solución única.

Luego de haber sido identificado el problema central, se exponen tanto las causas que lo generen como los efectos negativos producidos, y se interrelacionan los tres componentes de una manera gráfica.

Se identificó las causas y efectos de las Microempresas de eventos sociales que mostraremos a continuación.

TABLA Nº 6
ÁRBOL DE PROBLEMAS EN BASE AL PERSONAL OPERATIVO DE LAS
MICRO EMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES



FUENTE: Elaboración propia en base al personal operativo de las micro empresas de eventos sociales.

Según los productos que ofrecen estas microempresas de eventos sociales, los clientes contrataran estos servicios, únicamente a aquellas microempresas de acontecimiento y/o eventos que tienen experiencia y conocimiento de los diferentes eventos y conocimiento de diferentes culturas.

Sin embargo, las dificultades que atraviesan las microempresas de eventos sociales, son:

En garzones:

- Antes de la finalización del evento, no controlan sus emociones y sentimientos existiendo discusión con los invitados.
- Los personales operativos de las microempresas de eventos sociales, no aplican la empatía cuando el cliente ya está en estado de ebriedad o tiene alguna molestia en el servicio requerido.
- La falta de información sobre las costumbres y tradiciones de las regiones alejadas del municipio de Viacha y la falta de adaptación puede causar problemas en el trabajo que desarrollan.
- La falta de capacitación sobre el manejo de las emociones y sentimientos, puede causar un bajo desempeño a la hora de desarrollar las diferentes actividades laborales.
- La falta de control de la mente emocional y racional cuando se presentan situaciones de conflictos entre el cliente y el personal de trabajo.
- La impuntualidad del personal operativo de las microempresas en las actividades acordadas en un acontecimiento.
- La ineficiencia del personal que trabaja en cuanto a los pedidos realizados de parte de un invitado.

En clientes:

- Existe una falta de respeto a garzones, menospreciando el trabajo que desarrollan en los distintos eventos sociales requeridos.
- La agresión verbal cuando estos ya están en estado etílico.
- Poca valoración del trabajo de los garzones.

Las microempresas de eventos sociales del municipio de Viacha, brindan los servicios de garzonería en los diferentes eventos sociales; datos obtenidos de enero

a diciembre del año 2019, según contratos se evidencian discusiones que existieron, que se demuestra en el siguiente cuadro.

➤ **PORCENTAJES:**

**TABLA N° 7
MICROEMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES Y DIFICULTADES
PRESENTADAS EN PORCENTAJES**

Grupos gastronómicos	“Unión Cristal”	“12 de Diciembre”	“Alba”	“Shampán”	Promedio
Porcentaje con discusiones	57%	68%	67%	25%	54%
Porcentaje sin discusiones	43%	32%	33%	75%	46%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a entrevistas al personal de las microempresas de eventos sociales.

Se recopilaron datos de información donde el 54% de los contratos de las microempresas de eventos sociales acaban con discusiones y el 46% sin discusiones, esto ocurre frecuentemente en los diferentes acontecimientos. Estas dificultades existen posiblemente por el índice del control racional - emocional sobre la mente, cuanto más intenso es el sentimiento, más dominante se vuelve la mente emocional y más ineficaz la mente racional. Esto es debido a la falta de conocimiento y dominio de la inteligencia emocional organizacional, haciéndose importante su estudio, el cual permitirá enfrentar con eficacia los sentimientos, equilibrar la mente racional y emocional y así disminuir las pérdidas de los clientes, la mala imagen corporativa e ineficiencia de parte de los garzones y mejorar la calidad de servicio.

Müller, (1999). Los estudios refieren que el cliente es eje principal de toda organización, por ello, interesa conocer las necesidades de cada cliente, así como

de encontrar la mejor manera de satisfacerla con factores adecuadas y oportunas; por último, el servicio al cliente debe surgir a partir de la comunicación con el propósito de cubrir sus expectativas y necesidades.

Por lo descrito se hace necesario una investigación sobre la inteligencia emocional organizacional en las microempresas de eventos de la Ciudad de Viacha, para identificar factores que ayudaran al personal a identificar sus emociones, como es la felicidad, el enojo, la tristeza, etc. al momento de presentarse en diversos acontecimientos, de cómo controlar los sentimientos, intrapersonal, interpersonal y habilidades sociales, para comprender a los diferentes clientes que existen en los diferentes acontecimientos, así poder satisfacer las necesidades de los clientes y mejorar la calidad de servicio.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cuáles son los factores de la **inteligencia emocional** organizacional del personal operativo y su influencia **en la calidad de servicio** en las microempresas de eventos sociales del Municipio de Viacha?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL.

Determinar los factores de la **inteligencia emocional** organizacional y su influencia en la **calidad de servicio** del personal operativo, en las microempresas de eventos sociales del Municipio de Viacha en el año 2019.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Identificar el nivel de aplicación de la inteligencia emocional organizacional en el personal operativo de las microempresas de eventos sociales del municipio de Viacha.
- Establecer el nivel de calidad de servicio de las microempresas de eventos sociales del Municipio de Viacha.

- Determinar el grado de relación entre la inteligencia emocional organizacional y calidad de servicio en las microempresas de eventos sociales.
- Elaborar una propuesta a través de los factores de la inteligencia emocional organizacional, para mejorar la calidad de servicio en las microempresas de eventos sociales.

1.4 JUSTIFICACIÓN.

El presente trabajo de investigación se justifica porque presentan teorías referentes a la inteligencia emocional, para las microempresas de eventos sociales del rubro de servicio que permitirá mejorar la calidad de servicio y la satisfacción al cliente.

1.4.1 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.

La investigación utilizó y aplicó distintos métodos de investigación como: **Análisis.** - Porque se describió elementos de las dos variables, el cual descompone en sus diferentes partes que se pueden denotar en la operacionalización de variables.

Inductivo. - Ya que partimos de premisas particulares para indagar información de los fenómenos que se estudiaron hasta llegar a conclusiones generales. Así también se aplicaron diferentes técnicas de investigación o aplicación, los cuales son:

Correlación. - Porque se identificó el grado de correlación entre las variables en estudio, según datos estadísticos.

Descriptiva. – Se describió distintos niveles jerárquicos en las áreas horizontales, verticales, procesos y funciones.

Es así que estos métodos se aplicaron con referencia al problema de estudio. Una vez que sean demostradas su validez y confiabilidad podrán ser utilizados en otros trabajos de investigación o aplicación u otras instituciones con similares características.

1.4.2 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.

La presente investigación se realizó con el propósito de aportar conocimientos existentes sobre la inteligencia emocional organizacional en el ámbito de servicio, ya que se utilizaron diferentes teorías referentes a las dos variables según datos bibliográficos de diferentes autores para sustentar la investigación a los fenómenos del trabajo, cuyos resultados estarán sistematizados en la presente investigación, el cual permitirá mejorar la calidad de servicio, asimismo servir de guía o fuente teórica de información para otras organizaciones o personas que desean realizar estudios relacionados con este tema.

1.4.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.

La investigación contribuyó a: Identificar y proponer factores aplicativos a la inteligencia emocional organizacional existente en las microempresas del personal operativo; en los ámbitos de servicio y su repercusión en mejorar la calidad de servicio en las microempresas de eventos sociales en el Municipio de Viacha.

La investigación que se realiza contribuirá a:

- Crear un ambiente propicio, para que los trabajadores se sientan satisfechos con el trabajo.
- Proponer factores para controlar los sentimientos y emociones del personal operativos.
- Mejorar el dominio de las dos mentes del ser humano, la mente racional y emocional.
- Mejorar la calidad de servicio, para satisfacer las necesidades de los clientes.
- Mejorar el nivel de desempeño de los trabajadores de las Microempresas de eventos sociales.

1.4.4 JUSTIFICACIÓN SOCIAL

La presente investigación, tiene trascendencia social por que los resultados y propuestas están orientados directamente al personal operativo, para que puedan

desempeñarse eficazmente y mejorar la calidad de servicio y potenciar un desarrollo individual, grupal y social en las microempresas de eventos sociales.

TABLA N° 8
TABLA DE MICROEMPRESAS BENEFICIADOS DIRECTOS

DIRECTOS MICROEMPRESAS DE EVENTOS	N° DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO	N° DEL PERSONAL OPERATIVO	N° DEL PERSONAL TOTAL
Unión Cristal	2	8	10
12 de Diciembre	2	5	7
Alba	2	4	6
Shampán	2	30	32
Total			55

FUENTE: Elaboración propia en base al personal de las microempresas de eventos sociales.

- **DIRECTOS.** Los beneficiados directos son el personal administrativo y operativo que suman 55 sujetos, datos proporcionados por sus representantes y/o encargados de las Microempresas de eventos sociales.

INDIRECTOS. Los resultados también beneficiaran de manera indirecta a clientes entre otras personas que se menciona en el siguiente cuadro, según datos aproximados por la intendencia del Gobierno Autónomo Municipal de Viacha en la gestión 2019.

TABLA Nº 9
TABLA DE MICROEMPRESAS BENEFICIADOS INDIRECTOS

INDIRECTOS	Nº DE PERSONAS
Los dueños de los locales	20
Los clientes	5.000
Los contratistas	500
Grupos musicales	200
El personal de decoración	200
Total	5.920

FUENTE: Elaboración propia en base a datos estimados por la Intendencia Municipal de Viacha.

1.5 ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN – DELIMITACIÓN

1.5.1 GEOGRÁFICA.

La presente investigación, se realizó en el departamento de La Paz, Provincia Ingavi Municipio de Viacha.

1.5.2 FUNCIONAL.

El presente trabajo de investigación se realizó en las Microempresas de eventos sociales de la Ciudad de Viacha, en fecha viernes 10 de enero del año en curso en niveles mandos medios y operativos con un aproximado de 32 personas.

IMAGEN Nº 4
DINÁMICA DE RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS PRESENTADOS DE MANERA GRUPAL



Fuente: Elaboración propia del propietario de la Microempresa de Eventos Shampán

IMAGEN Nº 5
DINÁMICA GRUPAL ENTRE COMPAÑEROS DE TRABAJO



Fuente: Elaboración propia del propietario de la Microempresa de Eventos Shampán

1.5.3 ÁREA TEMÁTICA

Gestión del talento humano.

Inteligencia emocional organizacional.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 CONCEPTOS GENERALES DE LA TEMÁTICA DE ESTUDIO.

Idalberto Chiavenato (2013), la Gestión del Talento Humano se refiere a una actividad que depende menos de las jerarquías, órdenes y mandato, y señala la importancia de una participación activa de todos los trabajadores de la empresa, el objetivo es fomentar una relación de cooperación entre los directivos y los trabajadores, para evitar los frecuentes enfrentamientos derivados de una relación jerárquica tradicional.

2.1.1. CONCEPTO DE VARIABLE INDEPENDIENTE INTELIGENCIA EMOCIONAL.

2.1.1.1. CONCEPTO DE INTELIGENCIA.

Howard Gardner (2006). La inteligencia es la capacidad de relacionar conocimientos que se posee para resolver una determinada situación: En consecuencia, se considera como la capacidad que tiene el ser humano para resolver problemas en base a sus conocimientos, agregando componentes de la vida moderna en forma creativa, en menos tiempo y utilizando la menor cantidad de recursos.

2.1.1.2. CONCEPTO DE EMOCIONES.

Daniel Goleman (2009). Las emociones son capacidades y habilidades tales como ser capaz de motivarse y persistir frente a las decepciones, controlar los impulsos y demorar la gratificación, regular el humor y evitar que los trastornos disminuyan la capacidad de pensar, mostrar empatía y abrigar esperanzas.

Howard Gardner (2006). La Emoción es el “estado afectivo, una reacción subjetiva al ambiente, acompañada de cambios orgánicos (fisiológicos y

endócrinos) de origen innato, influida por la experiencia y que tiene la función adaptativa. Se refieren a estados internos como el deseo o la necesidad que dirige al organismo. Las categorías básicas de las emociones son: miedo, sorpresa, aversión, ira, tristeza y alegría”.

2.1.1.3. CONCEPTOS DE INTELIGENCIA EMOCIONAL.

Howard Gardner (1983), en su teoría de las inteligencias múltiples introdujo la idea de incluir tanto la inteligencia interpersonal (la capacidad para comprender las intenciones, motivaciones y deseos de otras personas) y la inteligencia intrapersonal (la capacidad para comprenderse uno mismo, apreciar los sentimientos, temores y motivaciones propios).

Eusebio Güell (2013), la inteligencia emocional es la capacidad de procesar de manera racional las respuestas emocionales, para crear un diálogo entre la inteligencia y la emoción. Por esa razón una persona inteligente emocionalmente tendrá la habilidad de regular y adecuar su respuesta. Al decir que ésta es una capacidad implica que se puede educar, desarrollar, cambiar y mejorar, por lo que contradice lo que anteriormente se creía que las personas son víctimas de sus emociones, entonces si se relaciona la inteligencia con la emoción se obtendrá un aumento en el grado de autonomías.

Daniel Goleman (2002). Toda empresa necesita, para alcanzar el éxito organizacional, que todos los integrantes del capital humano desarrollen todas sus capacidades individuales y emociones para que alcancen el mayor grado de evolución y de desarrollo, para ponerlas al servicio del mejoramiento de la productividad de toda compañía.

La inteligencia emocional nos permite concientizar el comportamiento de los sentimientos de los demás, tolerando las presiones, superando frustraciones y acentuando nuestra capacidad de trabajar en equipo, a través de la adopción de aptitudes de empatía y sociabilidad.

Daniel Goleman (2018). Aborda tres grandes temas que se relacionan con el trabajo: las capacidades emocionales individuales, las habilidades para trabajar en equipo y la nueva empresa organizada con inteligencia emocional.

Demuestra la importancia de adaptarse a las nuevas condiciones en las empresas modernas, la necesidad de autocontrol en situaciones de estrés y la importancia de ser honesto, íntegro y responsable. Los gerentes más eficaces son emocionalmente inteligentes debido a su claridad de objetivos, su confianza en sí mismos, el poder influir positivamente y poder leer o entender los sentimientos ajenos.

2.2. IMPORTANCIA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL.

La importancia de la inteligencia emocional, nos ayuda a reconocer nuestros propios sentimientos y emociones, como también mantener el equilibrio de nuestras dos mentes la racional y la emocional.

Paul Ekman (2012). Estas dos formas fundamentales de conocimientos interactúan para construir nuestra vida mental. Una mente racional es la forma de comprensión de la que somos típicamente conscientes, la más destacada en cuanto a la conciencia reflexiva, capaz de analizar y meditar. Pero existe otro sistema de conocimiento, impulsivo y poderoso, aunque a veces ilógico.

La mente emocional explica la gran parte de lo que hacemos, puede ser dirigido emocionalmente de cómo podemos ser tan razonables en un momento y tan irracional al siguiente, en el sentido de que las emociones tienen sus propias razones y su propia lógica.

Existe un declive constante en el índice de control racional a emocional sobre la mente, cuanto más intenso es el sentimiento, mas dominante se vuelve la mente emocional y más ineficaz la mente racional. Esta es una combinación que parece surgir de la ventaja evolutiva de que las emociones y las intuiciones guían nuestra respuesta instantánea en situaciones de nuestras vidas y está en peligro en las que hay que detenerse a reflexionar en lo que debemos hacer, ya que podría costarnos la vida.

Howard Gardner (1983), Si exploramos las capacidades, los puntos fuertes de los trabajadores y buscamos la inteligencia más desarrollada, podremos mejorar nuestros planes y rutinas diarias y de esta forma la persona, aprenderá mejor, con más efectividad y motivación, ya que sentirá el aprendizaje impartida por la Empresa, se acomoda a sus necesidades, preferencias y gustos.

Daniel Goleman (2002), plantea el siguiente cuadro de competencias personales y sociales:

**IMAGEN Nº 6
COMPETENCIAS PERSONALES Y SOCIALES**

	Uno mismo (competencia personal)	En los demás (competencia social)
Reconocimiento	<p style="text-align: center;">Conciencia de uno mismo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autoconciencia emocional • Valoración adecuada de uno mismo • Confianza en uno mismo 	<p style="text-align: center;">Conciencia social</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empatía • Orientación hacia el servicio • Conciencia organizativa
Regulación	<p style="text-align: center;">Autogestión</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autocontrol emocional • Fiabilidad • Meticulosidad • Adaptabilidad • Motivación de logro • Iniciativa 	<p style="text-align: center;">Gestión de las relaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar a los demás • Influencia • Comunicación • Resolución de conflictos • Liderazgo con visión de futuro • Catalizar los cambios • Establecer vínculos • Trabajo en equipo y colaboración

FUENTE: Daniel Goleman (IE), competencias personales y sociales

Daniel Goleman (2002), la inteligencia emocional nos ayuda a identificar las siguientes habilidades:

Habilidades emocionales:

- ✓ Identificación y designación de sentimientos.
- ✓ Expresión de sentimientos.
- ✓ Evaluación de intensidad de los sentimientos.
- ✓ Manejo de sentimientos.
- ✓ Postergación de gratificación.
- ✓ Dominio de impulsos.
- ✓ Reducción del estrés.
- ✓ Conocimientos de la diferencia entre sentimiento y acciones.

Habilidades cognitivas:

- ✓ **Conversación personal:** Conducción de uno mismo de un “dialogo interior” como una forma de enfrentarse a un tema o desafío, o para reforzar la propia conducta.
- ✓ **Lectura interpretación de señales sociales:** Reconocimiento de influencia social sobre la conducta y verse uno mismo en la perspectiva de la comunidad más grande.
- ✓ **Empleo de pasos para la solución de problemas y toma de decisiones:** Dominar los impulsos fijara las metas, identificar acciones, alternativas, anticipar consecuencias.
- ✓ **Comprensión de la perspectiva de los demás:** Se refiere a la habilidad de escuchar no sólo lo que la persona está expresando directamente, sino también los sentimientos, ideas o pensamientos que subyacen a lo que se está diciendo.

- ✓ **Comprensión de normas de conducta:** Cual es una conducta aceptable cual no.
- ✓ **Actitud positiva hacia la vida:** es aquella que marca la diferencia a la hora de disfrutar de las oportunidades que nos da la vida.
- ✓ **Conciencia de uno mismo:** Desarrollar expectativas realistas con respeto a uno mismo.

Habilidades de conducta:

- ✓ **No verbales:** comunicarse a través del contacto visual de la expresividad facial, del tono de voz, de los gestos, etc.
- ✓ **Verbales:** hacer pedidos claros, responder eficazmente a la crítica, resistirse a las influencias negativas, escuchar a los demás, participar en grupos positivos de pares.

LOS RESULTADOS ESPERADOS:

- ✓ Más responsable.
- ✓ Más seguro de sí mismo.
- ✓ Más popular, sociable.
- ✓ Más pro social y colaborador.
- ✓ Mejor comprensión de los demás.
- ✓ Más considerado, preocupado.
- ✓ Más estrategias pro sociales para la resolución interpersonales de problemas.
- ✓ Más armonioso.
- ✓ Más democrático.
- ✓ Mejores habilidades para la resolución de conflictos.
- ✓ Mejora de las habilidades cognitivas sociales.
- ✓ Mejora de la emoción, el reconocimiento y la comprensión.

- ✓ Mejor dominio de sí mismo.
- ✓ Mejor planificación para solucionar tareas cognitivas.
- ✓ Más reflexión antes de actuar.
- ✓ Más eficacia en la resolución de conflictos.
- ✓ Clima más positivo en el trabajo.

2.3. CARACTERÍSTICAS DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL.

2.3.1 EL CEREBRO EMOCIONAL

Daniel Goleman (2002), Sugiere que nuestras emociones más profundas, nuestras pasiones y anhelos son guías esenciales y que nuestra especie se debe a gran parte de su existencia al poder que tienen aquellos sobre los asuntos humanos. Nuestras emociones nos guían cuando se trata de enfrentar momentos difíciles y tareas demasiado importantes, para dejarlas en manos del intelecto. Los peligros, las pérdidas dolorosas, la persistencia hacia una meta a pesar de los fracasos, los vínculos con unos compañeros, la formación de una familia. Cada emoción ofrece una disposición definida a actuar, cada una nos señala a una dirección, que funcionado bien para ocuparse de los desafíos repetidos de la vida humana. Dado a estas situaciones se repiten una y otra vez a lo largo de la historia de la evolución, el valor de supervivencia de nuestro repertorio emocional fue confirmado por el hecho de que quedaron grabados en nuestros nervios, como tendencia innata y automáticas del corazón humano.

Como todos sabemos por experiencia, cuando se trata de dar forma a nuestras decisiones y a nuestras acciones, los sentimientos cuentan tanto como el pensamiento y a menudo más. Hemos llegado muy lejos en lo que se refiere a destacar el valor y el significado de lo puramente racional lo que mide el cociente intelectual en la vida humana. Para bien o para mal, la inteligencia puede no tener la menor importancia cuando dominan las emociones.

2.3.2 COMPONENTE DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL.

Daniel Goleman (2010) la inteligencia emocional tiene habilidades tales como ser capaz de motivarse y persistir frente a las decepciones, controlar el impulso y demorar la gratificación, regular el humor y de evitar que los trastornos disminuyan la capacidad de pensar, mostrar empatía y abrigar esperanzas.

➤ CONCIENCIA DE UNO MISMO

Observarse y reconocer sus propios sentimientos, crear un vocabulario para los sentimientos, conocer la relación, entre pensamientos, sentimientos y reacciones. capacidad de conocer mis carencias, mis capacidades, mis valores, mis esperanzas, mis emociones, mis pensamientos, mis actitudes y la capacidad de tener conciencia de uno mismo que permite la aceptación de sí mismo.

➤ TOMA DE DECISIONES PERSONALES.

Examinar las acciones y conocer- sus consecuencias, saber si en el pensamiento o el sentimiento está gobernando una decisión y aplicar estas comprensiones. Una decisión es una opinión o una acción que eliges, después de haber deliberado sus pros y contras, es un resultado que obtienes de un proceso de pensamientos críticos.

➤ MANEJO DE SENTIMIENTOS.

Controlar la conversación con uno mismo, para captar mensajes negativos tales como rechazos internos, comprender lo que hay detrás de unos sentimientos (por ejemplo, el daño que se oculta tras la ira), encontrar formas de enfrentarse a los temores, la ansiedad, la ira y la tristeza.

➤ MANEJO DEL ESTRÉS.

Aprender el valor del ejercicio de la imaginación guiada de los métodos de relajación. El control de estrés hace referencia a un conjunto de técnicas, que tiene la finalidad de equipar a una persona de mecanismos eficaces para afrontar el estrés.

➤ **EMPATÍA.**

Comprender los sentimientos y las preocupaciones de los demás y su persistencia, apreciar cómo la gente siente de diferente manera respeto a las cosas. Es la intención de comprender los sentimientos y emociones, intentando experimentar de forma objetiva y racional lo que siente el otro individuo.

➤ **COMUNICACIÓN.**

Hablar eficazmente de los sentimientos, convertirse en alguien que sabe escuchar y plantear preguntas, distinguir entre alguien que hace o dice y las propias reacciones o juicios al respecto, enviar mensajes personales en lugar de culpabilidad.

➤ **PENETRACIÓN.**

Identificar pautas en la vida emocional, las reacciones y reconocer pautas similares en los demás. La capacidad que tienen algunas personas de pensar con gran inteligencia, rapidez y claridad.

➤ **ADAPTACIÓN DE UNO MISMO.**

Sentir orgullo y verse a uno mismo bajo una luz positiva, reconocer los propios puntos débiles y los fuertes ser capaz de reírse de uno mismo. Acción recíproca entre el individuo y el medio que la rodea, viene marcada por la modificación de la conducta del individuo respecto a la condición del medio en el que vive, a su vez mediante esta acción del individuo va evolucionando.

➤ **RESPONSABILIDAD PERSONAL.**

Asumir responsabilidad es saber reconocer las consecuencias de las propias decisiones y acciones, aceptando los sentimientos y estado de ánimo, cumpliendo compromisos. Es el valor de ser consiente de nuestras acciones y consecuencias, implica cuidar de nosotros mismos y con los compromisos que adquirimos con los demás.

➤ **SEGURIDAD DE UNO MISMO.**

Manifiestar las preocupaciones y sentimientos sin ira ni pasividad, tener la seguridad y la confianza en ti mismo, implica sentirse seguro de sí mismo y de su talento y no de una forma arrogante, sino de una forma realista, se trata de saber internamente y con serenidad que eres una persona capaz.

➤ **DINÁMICA DE GRUPO.**

Cooperación, saber cuándo seguir y cómo guiar es una decisión sociológica para indicar los cambios en un grupo de personas, cuyos participantes buscan poder afianzar sus relaciones mutuas, ya que son importantes hallándose en contacto unos con otros y con actitudes colectivas, continuas y activas.

➤ **RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS.**

Como pelear correctamente con otras personas, amigos, etc., dejando de lado el modelo ganador para solucionar el problema. Es el conjunto de conocimientos y habilidades puestos en práctica, para comprender e intervenir en la resolución pacífica y no violenta de los enfrentamientos entre dos o más personas.

2.3.3 INTELIGENCIA EMOCIONAL SEGÚN GARDNER.

Se divide en cuatro habilidades distintas, el liderazgo, la capacidad de cultivar relaciones y mantener amistades, la capacidad de resolver conflictos y la destreza en el tipo de análisis social.

➤ **INTELIGENCIA INTERPERSONAL**

Es la capacidad para comprender a los demás, que los motiva, como operan, como trabajar cooperativamente con ellos. Capacidades para discernir y responder adecuadamente al humor, al temperamento, a las motivaciones y los deseos de los demás.

➤ **INTELIGENCIA INTRAPERSONAL**

Es la capacidad de formar un modelo preciso y realista de uno mismo y ser capaz de usar un modelo, para operar eficazmente en la vida; la clave para el autoconocimiento, incluye el acceso a los propios sentimientos y de la capacidad de distinguirlos y recurrir a ellos para guiar la conducta.

➤ **INTELIGENCIA SOCIAL**

Es la capacidad para comprender a los demás y actuar prudentemente en las relaciones humanas. Eleva la autoestima por que hace sentir a la persona más querida y segura, le permite darse cuenta de cómo se sienten los demás y comprenderlos.

2.3.4 INTELIGENCIA EMOCIONAL SEGÚN SALOVEY

Incluye las inteligencias personales de Gardner en su definición básica de inteligencia emocional, ampliando estas capacidades a cinco esferas principales.

➤ **CONOCER LAS PROPIAS EMOCIONES**

La conciencia de uno mismo, el reconocer el sentimiento mientras ocurre es la clave de la inteligencia emocional. Las personas que tienen una mayor certidumbre con respecto a los sentimientos, son mejores guías de su vida y tienen una noción más segura de lo que siente realmente con respecto a las decisiones personales.

➤ **MANEJAR LAS EMOCIONES**

Manejar los sentimientos para que sean adecuados es una capacidad, que se basa en la conciencia de uno mismo, como por ejemplo la capacidad de serenarse, de librarse de la irritabilidad, la ansiedad y la melancolía excesiva y las consecuencias del fracaso, en esta destreza las personas que carecen de esta capacidad luchan constantemente contra sentimientos de aflicción, mientras aquellas que la tienen desarrolladas pueden recuperarse con mucha mayor rapidez de los reveses y trastornos de la vida.

➤ **LA PROPIA MOTIVACIÓN**

Ordenar las emociones al servicio de un objetivo es esencial para prestar atención en la automotivación, el dominio y para la creatividad. El autodomio emocional, posterga la gratificación y contiene la impulsividad, sirve de base a toda clase de logros y ser capaz de internarse en un estado de fluidez, permite un desempeño destacado en muchos sentidos. Las personas que tienen esta capacidad suelen ser mucho más productivo y eficaces en cualquier tarea que emprendan.

➤ **RECONOCER LAS EMOCIONES EN LOS DEMÁS**

La empatía es otra capacidad que se basa en la autoconciencia emocional, es la habilidad fundamental de las personas, las personas que tienen empatía están mucho más adaptadas a las sutiles señales sociales que indican lo que otros necesitan o quieren, esto los hace mejores en profesiones tales como la enseñanza.

2.3.5 INTELIGENCIA EMOCIONAL SEGÚN MAYER

El arte de las relaciones es en gran medida, la habilidad de manejar la emoción de los demás. La incompetencia social y las habilidades específicas que esto supone. Estas son las habilidades que rodean la popularidad, el liderazgo y la eficacia interpersonal, las personas que destacan de esta habilidad se desempeñan bien en cualquier cosa que dependa de la interacción serena con los demás son estrellas sociales.

➤ **CONCIENTE DE UNO MISMO**

Conscientes de sus humores en el momento en que lo tienen, estas personas poseen comprensiblemente cierta sofisticación con respecto a su vida emocional. Su claridad con respecto a las emociones puede reforzar otros rasgos de su personalidad, son independientes y están seguras de sus propios límites, poseen una buena salud psicológica y suelen tener una visión positiva de la vida. Cuando

se ponen de mal humor, no reflexionan ni se obsesionan al respecto y son capaces de superarlo enseguida y su cuidado lo ayuda a manejar sus emociones.

➤ **SUMERGIDO**

Se trata de personas que a menudo se sienten empantanadas en sus emociones son incapaces de librarse de ellas, como si el humor las dominara. Son volubles y no muy conscientes de sus sentimientos, por lo que quedan perdidas en ellos mismos en lugar de tener cierta perspectiva. En consecuencia, hacen poco por tratar de liberarse del mal humor y sienten que no controlan su vida emocional, a menudo se sienten abrumadas y emocionalmente descontroladas.

➤ **ACEPTADOR**

Si bien estas personas suelen ser claras con respecto a lo que sienten, también tienden tendencias a aceptar sus humores y no tratan de cambiarlos. Al parecer existen dos ramas en el tipo aceptador, los que suelen estar de buen humor y tienen pocos motivos para cambiarlos y las personas que a pesar de la claridad que tiene con respecto a su talante, son susceptibles con respecto al mal humor, pero lo aceptan con actitud, sin hacer nada para poder cambiarlo a pesar de las perturbaciones que provoca, esta pauta se encuentra entre personas depresivas que están resignadas a su desesperación.

2.3.6 IMPULSOS PARA LA ACCIÓN.

(Daniel Goleman) con nuevos métodos para explorar el cuerpo y el cerebro, los investigadores están descubriendo más detalles fisiológicos acerca de cómo cada emoción prepara al organismo para una clase distinta de respuesta.

✓ **CON LA IRA**

La sangre influye en las manos y así resulta más fácil tomar un arma o golpear a un enemigo, el ritmo cardiaco se eleva y un aumento de hormonas como la

adrenalina genera un ritmo de energía lo suficientemente fuerte para originar una acción vigorosa.

✓ **CON EL MIEDO**

La sangre va a los músculos esqueléticos grandes, como la de las piernas y así resulta más fácil huir y el rostro queda pálido, debido a que la sangre deja de circular (creando la sensación de que la sangre se “enfria”), al mismo tiempo el cuerpo se congela, aunque solo sea por un instante, tal vez permitiendo que el tiempo determine si esconderse sería reacción más adecuada. Los circuitos de los centros emocionales del cerebro desencadenan un torrente de hormonas que pone al organismo en alerta general, haciendo que se prepare para la acción y la atención se fija en la amenaza cercana.

✓ **FELICIDAD**

Hay un momento de la actividad, en un centro nervioso que inhibe los sentimientos negativos y favorece un aumento de energía disponible, y una disminución de aquellos que generan pensamientos inquietantes, pero no hay un cambio determinado de la fisiología salvo una tranquilidad que hace que el cuerpo se recupere más rápidamente del despertar biológico de las emociones desconcertantes. Esta configuración ofrece al organismo un descanso general, además de una buena disposición y entusiasmo para cualquier tarea que se presente y para reforzarse para conseguir una gran variedad de objetivos.

✓ **EL AMOR**

Los sentimientos de ternura y la satisfacción dan lugar a un despertar parasimpático, el opuesto fisiológico de la movilización “lucha o huye” que comparten el miedo y la ira. La pauta parasimpática también llamada “respuesta de relajación”, es un conjunto de reacciones de todo el organismo, que genera un estado general de calma y satisfacción facilitando la cooperación.

✓ **SORPRESA.**

Permite un mayor alcance visual y también que llegue más la luz a la retina, esto ofrece más información sobre el acontecimiento inesperado, haciendo que resulte más fácil de distinguir con precisión lo que está ocurriendo e idear el mejor plan de acción.

✓ **DISGUSTO**

Es igual en el mundo entero y envía un mensaje idéntico a algo que tiene un sabor o un olor repugnante o lo es en sentido metafórico. La expresión facial de disgusto, el labio superior torcido aun costado mientras la nariz se frunce ligeramente, un intento primordial de bloquear las fosas nasales para evitar un olor nocivo o de escupir un alimento perjudicial.

✓ **TRISTEZA**

Es ayudar a adaptarse a una pérdida significativa, como la muerte de una persona o una decepción grande, la tristeza produce una caída de energía y el entusiasmo por las actividades de la vida, sobre todo por las diversiones y los placeres y a medida que se profundiza y se acerca a la depresión, se hace más lento el metabolismo del organismo. Este aislamiento introspectivo crea la oportunidad de llorar por una pérdida o una esperanza frustrada de comprender las consecuencias que tendrá en la vida de cada uno mientras se recupera la energía, planificar un nuevo comienzo, esta pérdida de energía puede haber obligado a los primeros humanos entristecidos, y vulnerados a permanecer cerca de casa donde estaban más seguros.

Estas tendencias biológicas de actuar están moldeadas además por nuestras experiencias de la vida y nuestra cultura. Por ejemplo, universalmente, la pérdida de un ser querido provoca tristeza y pesar. Pero la forma en que mostramos nuestro pesar, como se demuestran las emociones o se contienen para los momentos de intimidad esta moldeada por la cultura, el mismo hecho de decidir que personas de nuestra vida entran en la categoría de “seres queridos” a los que llorar.

Esas mismas presiones habían hecho que nuestras respuestas emocionales fueran tan valiosas, para la supervivencia a medida que disminuyan, también lo hacían la calidad de la adaptación de las distintas partes de nuestro repertorio emocional. Mientras en el pasado una ira violenta puede haber supuesto una ventaja crucial para la supervivencia, el hecho de tener acceso a armas automáticas a los trece años la convierte en una reacción a menudo desastrosa.

2.3.7 CONÓCETE A TI MISMO

(Sócrates) “conócete a ti mismo” confirma esta piedra angular de la inteligencia emocional, la conciencia de los propios sentimientos en el momento en que se experimentan. La capacidad de la conciencia de uno mismo permite al analista dominar sus propias razones, ante lo que el paciente está diciendo y el proceso de la asociación libre alimenta en el paciente. Esta conciencia de las emociones es la competencia emocional fundamental, sobre la que se construye las demás como el autocontrol emocional. La conciencia de uno mismo significa ser “consciente de nuestro humor y también de nuestras ideas sobre ese humor”.

2.3.8 AUTODOMINIO

El ser capaces de soportar las tormentas emocionales a las que nos someten situaciones de fortuna, en lugar de ser esclavos de la pasión, el objetivo es el equilibrio no la supresión emocional. Cuando las emociones son demasiado apagadas crean aburrimiento y distancia, cuando están fuera de control y son demasiado extremas y persistentes se vuelven patológicos, como en la depresión inmovilizaste y persistentes, la ansiedad abrumadora, la furia ardiente y la agitación maniaca.

2.3.9 EMPATÍA

(Gary). Se construye sobre la conciencia de uno mismo, cuanto más abierto estamos a nuestras propias emociones, más hábiles seremos para interpretar los sentimientos. La empatía es algo subyacente a diversas facetas del juicio y las

acciones morales, una de estas facetas es la “ira empática”, como “el sentimiento natural de la represalia” aquellas heridas que nos lastiman al lastimar a otros.

Otro ejemplo en el que la empatía conduce a la acción moral se presenta cuando un transeúnte decide intervenir en ayuda de una víctima, la investigación muestra que cuanto más empatía siente el transeúnte por la víctima, más probabilidades existen de que intervenga. Los estudios realizados en Alemania y Estados Unidos demostraron que cuanto más empática es la persona más favorece el principio moral de los recursos deberían repartirse según las necesidades de cada uno.

2.3.10 ELEMENTOS DE LA EMOCIÓN.

Cualquier agitación y trastorno de la mente, el sentimiento, pasión, cualquier estado mental vehemente excitado. Utilizamos el término emoción para referirnos a un sentimiento y sus pensamientos característicos, a estados psicológicos y biológicos y una variedad de tendencias a actuar, existen cientos de emociones junto con sus combinaciones, variables, mutaciones y matices, en efecto existen en las emociones más sutilezas de las que podemos nombrar.

➤ IRA.

Furia, ultraje, resentimiento, cólera, exasperación, indignación, aflicción, actitud, animosidad, fastidio, irritabilidad, hostilidad, y tal vez en extremo, violencia, y odio patológico. Es una emoción que se expresa a través del resentimiento o de la irritabilidad como ser cólera, rabia, enojo o furia.

➤ TRISTEZA

Angustia, pesar, melancolía, pena, autocompasión, soledad, abatimiento, desesperación, y casos patológicos, depresión. Sensación de decaimiento o infelicidad en respuesta a una aflicción, desanimo o desilusión.

➤ TEMOR

Ansiedad, aprensión, nerviosismo, preocupación, consternación, inquietud, cautela, incertidumbre, pavor, miedo, terror, en un nivel psicopatológico, fobia y pánico. Es una pasión del ánimo que lleva a un sujeto a tratar de escapar de aquello

que considera arriesgado, peligroso o dañoso para su persona, por lo tanto, es una presunción, una sospecha o el recelo de un daño futuro.

➤ **PLACER**

Felicidad, alegría, alivio, contento, dicha, deleite, diversión, orgullo, placer sensual, estremeciendo, embeleso, gratificación, satisfacción, euforia, extravagancia. Es una sensación o sentimiento positivo, que en su forma natural se manifiesta cuando un individuo consciente satisface plenamente alguna necesidad.

➤ **AMOR.**

Aceptación, simpatía, confianza, amabilidad, afinidad, devoción, adoración, infatuación, amor espiritual es uno de los valores más importantes, es la fuerza que nos impulsa a hacer las cosas bien, por eso es considerado un valor que tiene muy clara la diferencia entre el bien y mal. Es un sentimiento moral que nos induce a actuar bien en nuestra vida y con las personas que amamos una vida plena de paz, tranquilidad y alegría en consecuencia de bienestar con nosotros mismos.

➤ **SORPRESA.**

Conmoción, asombro, desconcertó es un estado de alteración emocional. Resultado de un evento inesperado o imprevisto puede ser neutral, agradable o desagradable, hace mención a generar asombro, causar impacto o provocar desconcierto.

➤ **DISGUSTO.**

Desdén, deprecio, menosprecio, aborrecimiento, aversión, disgusto, repulsión. Impresión o sentimiento en el ánimo de una persona producida por algo que no se ajusta a lo que se desea o ajusta.

➤ **VERGÜENZA.**

Culpabilidad, molestia, disgusto, remordimiento, humillación, arrepentimiento, mortificación, contrición, sentimiento de pérdida de dignidad causada por una falta cometida o por una humillación o insulto recibido.

2.3.11 NIVELES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL.

Goleman (cita a Papalia, 2010) quien determina que la inteligencia emocional pasa por cinco niveles, son los siguientes.

- **Autoconocimiento** consiste en el reconocimiento de las propias emociones y sentimientos y de lo que los provoca.
- **Autocontrol** el cual radica en el cuidado de las emociones, controlar todos los impulsos y sentimientos que puedan perjudicar el entorno del propio individuo.
- **Automotivación** se identifica como la correcta motivación interna para realizar las actividades diarias, las ganas de hacer las cosas por sí mismo.
- **Reconocimiento de las emociones ajenas** Obviamente, para entender las emociones de otros, primero se debe de conocer las propias. En este nivel se especifica que en la inteligencia emocional se interpreta adecuadamente en las alteraciones de la personalidad estas pueden ser de tipo cognitivo, emotivo y de funcionamiento interpersonal.
- **Habilidades sociales.** Comprender las emociones de los demás y cómo las manejan, hace que sea más fácil la relación con ellos, según el contexto en el que encuentre el individuo.

Lo niveles presentados anteriormente son prácticamente un esquema de cómo se puede presentar la inteligencia emocional y de cómo formar habilidades que requiere la misma a lo largo de cada etapa.

2.3.12 MODELOS DE INTELIGENCIA EMOCIONAL.

Daniel Goleman (2002). Las diferentes representaciones de la inteligencia emocional se establecen en base a lo que la persona presente lo requiera, a

continuación, se establecen varios modelos de acuerdo a lo mencionado con anterioridad y a las necesidades del individuo.

➤ **Conocer las propias emociones**

Este modelo radica en el principio de conocerse así mismo, este se refiere a la pieza clave de la inteligencia emocional, el tener conciencia de las propias emociones; reconocer un sentimiento en el momento en el que ocurre. Es una capacidad intrínseca para este modelo.

➤ **Inteligencia emocional para el trabajo.**

Una persona que carece de control sobre sus emociones negativas podrá ser víctima de un arrebató emocional que le impida concentrarse, recordar, aprender y tomar decisiones con claridad. De ahí la frase de cierto empresario de que es *el estrés*.

El precio que puede llegar a pagar una empresa por la baja inteligencia emocional de su personal es tan elevado, que fácilmente podría llevarla a la quiebra. En el caso de la aeronáutica, se estima que el 80% de los accidentes aéreos responde a errores del piloto; como bien saben en los programas de entrenamiento de pilotos, muchas catástrofes se pueden evitar, si se cuenta con una tripulación emocionalmente apta, que sepa comunicarse, trabajar en equipo, colaborar y controlar su arrebató.

➤ **Manejar las emociones**

Es la habilidad para manejar los propios sentimientos a fin de que se expresen de forma apropiada, esta se fundamenta en la toma de conciencia de las propias emociones. La capacidad para suavizar expresiones de ira, furia o irritabilidad es fundamental en las relaciones interpersonales dentro del ambiente.

➤ **Motivarse a sí mismo**

Es la habilidad de impulsar hacia sí mismo a realizar una determinada acción. Por lo tanto, emoción y motivación están íntimamente relacionadas en este modelo, saber cómo enmarcar las emociones y la motivación consecuente para lograr los trazos.

➤ **Establecer relaciones interpersonales**

Este modelo consiste en establecer buenas relaciones con los demás en gran medida, es tener la habilidad de manejar las emociones de los demás y la competencia social sana. Las personas que dominan estas habilidades sociales son capaces de interactuar de forma suave y efectiva con los demás.

2.4 CONCEPTO DE VARIABLE DEPENDIENTE CALIDAD DE SERVICIO.

2.4.1 CONCEPTO DE CALIDAD.

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2010), define calidad como el conjunto de propiedades relacionadas a algo, que permiten juzgar su valor o importancia.

Kotler y Keller (2006). Calidad es el conjunto de características y rasgos distintivos de un producto o servicio que influyen en su capacidad de satisfacer necesidades manifiestas o latentes.

2.4.2 CONCEPTO DE SERVICIO.

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2010), define servicio, como la “acción y efecto de servir; prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales”.

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

2.4.3 CONCEPTO DE CALIDAD DE SERVICIO.

Para Parasuraman, Zeithaml y Berry (2010), es el resultado de comparar la percepción por el servicio recibido versus la expectativa del consumidor. En síntesis, la calidad de servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente, usuario o consumidor espera como resultado de comparar la percepción y la expectativa por el servicio

2.5 IMPORTANCIA DE CALIDAD DE SERVICIO.

Brown (2007) Ahora las necesidades han evolucionado constantemente en la industrial ya que los clientes son exigentes al momento de satisfacer las necesidades de cada uno. Según los clientes las calidades varían según la forma servicial, el buen trato y la atención, así mismo da lugar a que incremente la competencia en la empresa por tratar de brindar un excelente servicio.

La importancia de la calidad en el servicio se ha convertido en el factor fundamental dentro de las organizaciones que compiten día a día por ser la mejor, tanto en la venta de productos como el trato que se le da a la clientela.

Ya que los clientes son importantes para las organizaciones y sin ellos las empresas no existirían. El aumento de la calidad se da con respecto a la percepción de los clientes ya que está en constante cambio, los cuales se puede mencionar: primero promocionar los productos que se tienen; segundo dar un servicio eficiente para la sociedad y tercero proporcionar servicio y productos de buena calidad.

Calidad es saber que el cliente se va satisfecho y su siguiente visita será más frecuente.

La importancia del servicio al cliente ha tomado fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tienen mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio, este radica a la importancia de ser perfecto y adecuado a las necesidades de los clientes, ya que son los que tienen la última palabra. La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos, la competencia del servicio es cada vez mayor, por ende los productos aumentan notablemente y son variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado.

La mayoría de empresas compiten por equiparar la calidad y los precios, por lo que se hace necesario buscar una estrategia, para lograr la diferenciación de lo que conlleva tener productos de calidad, por lo cual los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también buena atención, ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado y un servicio rápido. Si el

cliente queda insatisfecho por el mal servicio el resultado será negativo, ya que comentará la mala experiencia a otras personas. pero si se brinda un extraordinario servicio es factible que vuelva a adquirir productos, que vuelva a visitar y recomienden el lugar. Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos, ya que si se logran entender adecuadamente cada uno de ellos y aplicarlos de la manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva.

2.6. CARACTERÍSTICAS DE CALIDAD DE SERVICIO.

Pizzo (2013) describe que el saber representar el servicio de atención al cliente es fundamental para cualquier institución, el poder escuchar las necesidades, el tomar nota y resumir las palabras del cliente para llegar al entendimiento. En vez de planear la respuesta mientras el cliente habla, escucha con atención y se llega mejor a comprender, se establecen las características del servicio al cliente, la cuales son las siguientes:

- **Habilidades de preguntar.** Todos los empleados que están en el servicio de atención al cliente, saben que si hacen las preguntas correctas puede arrojar las respuestas necesarias para resolver el problema. La calidad ayuda a descubrir las necesidades, metas, objetivos y preocupaciones reales la cual tiene como fin lograr un trabajo efectivo y eficaz.
- **Ser responsable** para trabajar en el servicio de atención al cliente se debe tener responsabilidad, esta es bilateral, ya que cubre el servicio, lealtad y actitud. También cubre la habilidad del agente de tomar responsabilidad por los errores y resultados, también al saber que sus propias acciones determinan los resultados en situaciones con clientes.
- **Sensible**, cada necesidad, pregunta o preocupación es resuelta en el servicio de atención al cliente de calidad. recibir una pregunta y no saber la respuesta puede dejar a un cliente sintiéndose ignorado. Muchas consultas relacionadas al servicio son multifacéticas por lo que es importante responder completamente a una consulta antes de seguir con otra.

- **Entendido** los agentes de servicio de atención al cliente deben ser completamente expertos en el departamento/producto/servicio del cual son responsables. Junto a este conocimiento viene la confianza, la cual lleva a la satisfacción del cliente. Si surge una situación en la cual el agente no sabe la respuesta, debe estar dispuesto a admitir su desconocimiento y encontrar la respuesta o remitir al cliente a un representante, que tenga conocimiento acerca de la duda que se presente.
- **Completo** un representante de servicio de atención al cliente debe resolver una situación hasta completarla. En lugar de ser rápido para desligarse del problema o estar con dudas para resolver las necesidades de un cliente, el agente debe ser exhaustivo y trabajar a través de cada situación paso a paso hasta que esté resuelta.
- **Puntual** el servicio de atención al cliente es mejor cuando es rápido. Dejar esperar al cliente en una tienda, en una llamada, etc., es inaceptable. La respuesta a tiempo a un pedido, pregunta, preocupación o problema es el primer paso a una solución, esto puede no siempre ser veloz, pero debería ser eficiente y exhaustivo.
- **Preciso**, toda información emitida por un representante de servicio de atención al cliente debe ser 100% segura. Sean instrucciones de ensamblaje, desempeño, o información acerca de garantías todo debe ser objetivo. Junto a la precisión de hechos, el representante debe ser preciso en las acciones realizadas por parte del cliente.

Parasuraman, Zerthaml y Berry (2010), Aun cuando la calidad de los servicios es más difícil de evaluar que la calidad de los productos, los criterios de evaluación no sólo miran al resultado final del servicio, sino que incluyen y de forma importante, el proceso de recepción del servicio y la relación entre cliente y las microempresas de eventos sociales.

A la hora de determinar qué características constituyen fundamentalmente la calidad de servicio, los estudios nos remiten a diez características que convendría tomar en consideración si hemos de medir el nivel.

➤ **ELEMENTOS TANGIBLES.**

Entorno agradable, se refiere a la apariencia física de las preparaciones de los tragos, cócteles, decoraciones, etc. del personal y de los materiales e insumos. Si el establecimiento es cómodo, con suficientemente accesibilidad, bien decorado, el personal está bien aseado y bien vestido, los utensilios utilizados son correctos, las instrucciones e informaciones estáticas claras, el embalaje adecuado y los instrumentos de cobro funcionan correctamente.

➤ **FIABILIDAD**

Cumplen lo que prometen, se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Si los empleados dicen que nos volverán a llamar en cuanto necesite el servicio, lo hacen, si cumplen las instrucciones de tiempo de reparación que establecen, si dicen en el lugar indicado y la hora estará a tal hora y está. Sin ninguna excusa escudándose en que han sido otras personas u otras circunstancias las que han hecho imposible cumplir.

➤ **CAPACIDAD DE RESPUESTA.**

Es la capacidad de ayudar a los clientes con un servicio rápido. Si tienen suficiente personal para evitar o hacer rápidas las colas, si no demoran las repuestas, si hacen del tiempo un factor a tener en cuenta, si son conscientes de que a medida que se retrasan en responder, se va deteriorando la calidad. Si hacen las cosas a la primera y sin que el cliente tenga que repetírselo o perseguir su asunto.

➤ **PROFESIONALIDAD.**

Saben lo que hacen y lo hacen bien, es la posesión de las destrezas y conocimientos requeridos para hacer bien el servicio. Si dominan su profesión de tal modo que saben responder a las preguntas más habituales de los clientes. Si

son capaces de aconsejar en una toma de decisiones del cliente cuando éste se lo pide dando las razones pertinentes. Si evitan las chapuzas, el hacer las cosas de cualquier manera y tienen en cuenta las necesidades, gustos y forma de ser del cliente. Si respetan las propiedades del cliente tomando precauciones para no ensuciarlas o deteriorarlas y pidiendo permiso, para la utilización de cualquier utensilio o instrumento del cliente.

Si cuidan, devuelven limpio y arreglado lo que se les ha entregado para su reparación, si el servicio recibido corresponde exactamente a los parámetros anteriormente establecidos y solicitados por el cliente.

➤ **CORTESÍA.**

Me tratan correcta y amablemente, es la atención, consideración, respeto y amabilidad del personal operativo. Si saludan sonrientes, si contestan con amabilidad aun en el caso de reclamaciones, si no discuten con el cliente, si se piden disculpas en caso de causar cualquier inconveniente o problema antes de dar todo tipo de explicaciones. Si no utilizan tonos imperativos, despectivos y no se muestran intransigentes.

➤ **CREDIBILIDAD**

No me engañan, es la veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se provee; que los servicios no se hagan con fraude, dando menos de lo pactado, aumentando falsamente el tiempo empleado o los costes de los componentes; que no se ofrezca pericia y calidad en aspectos que no se dominan, para ir aprendiendo; que no se cobren servicios inexistentes; que no se nos diga que determinados elementos no se fabrican o están agotados para vender los propios.

➤ **SEGURIDAD.**

A salvo de peligros y dudas, es la inexistencia de riesgos en cualquier fase del servicio, garantizan al cliente que se llevará a cabo conforme a lo establecido y esperado por el cliente. Si la utilización del servicio no lleva consigo ningún riesgo para la persona, la propiedad o los intereses del cliente, si en todo momento se sabe y alguien puede informar al cliente, en qué fase se encuentra su asunto. Si el cliente puede estar informado y saber a qué atenerse con relación al funcionamiento del

servicio en todos sus aspectos, de manera que tenga todos los datos necesarios para tomar la decisión de contratarlo. Si los datos del cliente están protegidos de manera que otras personas no puedan tener acceso a ellos o transmitirlos a terceros.

➤ **ACCESIBILIDAD.**

Se les puede localizar y hablar, es la posibilidad de que el contacto con el cliente sea abordable y fácil, cuando sea necesario o exista algún problema grave; si se puede contactar con la persona asignada para llevar a cabo el servicio; si se poseen líneas con llamada sin cargo al cliente para informaciones o reclamaciones y si los locales están convenientemente señalizados, si se comunican claramente los horarios de servicio, los teléfonos y a quién hay que dirigirse para cada tema.

➤ **COMUNICACIÓN.**

Me mantienen informado y me escuchan, se refiere a la capacidad de mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escuchar sus preguntas, demandas, quejas y solicitudes. Si se le explica con claridad evitando el empleo de jergas técnicas las peculiaridades, condiciones y posibilidades del servicio.

Si se avisa al cliente cuando se modifica lo establecido y no puede mantenerse o cuando surge una novedad que puede interesarle o si son capaces de repetir mis quejas y demandas para cerciorarse de que han entendido bien.

➤ **COMPRENSIÓN DEL CLIENTE**

Captan mis deseos y necesidades es el esfuerzo realizado para conocer más a fondo a los clientes, sus necesidades y gustos. Si utilizan el nombre de los clientes más asiduos al saludarles. Si conocen algunas peculiaridades de la familia, domicilio, profesión o situación del cliente que les permitan acomodar su servicio y horarios a los de él. Si son capaces de hacer alguna excepción para satisfacer detalles peculiares que se salen de los servicios habituales. Si valoran, teniendo

algún detalle con el cliente, el tiempo que dura la relación o la magnitud económica global de los servicios requeridos por éste, cuando ha sido significativa.

Éstas son las diez características más significativas para la evaluación de la Calidad de Servicio que nos ilustran acerca de los elementos que más se valoran por los clientes a la hora de medir un buen o mal servicio.

2.7 MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO

Mendoza (2007), La creciente importancia que representa el sector de servicios en las economías de todo el mundo ha sido, sin duda, la causa principal del aumento de la literatura sobre el marketing de los servicios en general. En ella se han tratado profundamente diferentes temas en los últimos años, uno de los cuales ha sido la medida de la calidad de servicio. Así mismo, la medición de la calidad se releva como una necesidad asociada al propio concepto de gestión, ya que todo aquello que no se expresa en cifras no son susceptibles de gestionarse, y por tanto de ser mejorado.

Ruiz, (2001). Existen numerosos métodos de evaluación y cada uno presenta sus ventajas y desventajas no existiendo un método ideal o universal aplicable a todas las personas, todos los puestos, todas las empresas y todas las situaciones. La elección de uno u otro dependerá de numerosos aspectos, como las características que se desean medir, la cultura empresarial existente y los objetivos que se pretende conseguir.

2.8 MODELO SERVQUAL

Parasuraman, Zeithaml y Berry (2002). Los estudios formales de calidad del servicio tienen su inicio con los trabajos de una mayor problemática para su estudio pues poseen tres características que los diferencian ampliamente de los productos: Intangibilidad, heterogeneidad e inseparabilidad:

- **Intangibilidad.** - Por intangibilidad entendemos la cualidad de los servicios por la que no es fácil contarlos, medirlos, inventariarlos, y verificarlos o probarlos antes de entregarlos para asegurar su calidad.

- **Heterogeneidad.** - La mayoría de los servicios, especialmente aquellos con gran contenido de trabajo humano, son heterogéneos, esto quiere decir que a menudo su desempeño varía de proveedor a proveedor, de cliente a cliente y de tiempo a tiempo. La consistencia del comportamiento de un servicio casi personal es difícil de asegurar porque lo que la empresa intenta entregar puede ser enteramente diferente a lo que el cliente recibe.
- **Inseparabilidad.** - La producción y el consumo de la mayoría de los servicios es inseparable, a consecuencia de lo anterior la calidad de los servicios no se hace en el departamento de ingeniería de una planta de manufactura (donde se podría controlar desde su concepción hasta su entrega), sino se la entrega intacta al cliente. Más bien corresponde a la interacción del cliente y el personal de la empresa, que hace contacto con este, aquí depende de que tanto control tenga la empresa del servicio de su personal y que tanto está implicado el cliente en el servicio, ya que muchas veces este indirectamente afecta su calidad.

En función de lo anterior Parasuraman. Suponen que:

- Al cliente le es más difícil de evaluar la calidad del servicio que la calidad de los productos.
- La percepción de la calidad del servicio es el resultado de una comparación del cliente con el desempeño actual del servicio.
- Las evaluaciones del servicio no se hacen solamente a la entrega de este, sino también en el proceso de realización de la misma.

En el modelo se identificaron los siguientes determinantes de dichas diferencias:

- Fiabilidad
- Sensibilidad
- Competencia
- Acceso
- Cortesía
- Comunicación

- Credibilidad
- Confianza
- Conocimiento del Cliente
- Tangibilidad.

2.9 MODELO SERVPERF

Cronin & Taylor (1992). El más adecuado para medir la Calidad del Servicio, y proponen un nuevo modelo denominado SERVPERF el cual se encuentra basado en el desempeño.

Objetivos: Primero sugieren que la conceptualización y operacionalización actuales de la calidad del servicio de la escala SERVQUAL es inadecuada, la cual como ya establecimos, sugiere que la calidad del servicio es una construcción multidimensional en el que se establecen las diferencias entre las expectativas de los consumidores y sus percepciones del servicio que reciben. Sin embargo, mencionan que hay poca evidencia teórica o empírica que soporte a que esto constituya la base de medición de la calidad del servicio. Así Cronin & Taylor desarrollan y prueban un modelo alternativo basado en el desempeño. Como segundo objetivo plantean examinar las relaciones entre Calidad del Servicio, Satisfacción del Consumidor, e Intenciones de Compra. Particularmente en este segundo objetivo pretenden proveer a gerentes e investigadores mayor información acerca de:

- El orden causal de las relaciones entre Calidad del Servicio y satisfacción del consumidor
- El impacto de Calidad del Servicio y satisfacción del consumidor sobre las intenciones de compra.

Simplemente establecer lo que los gerentes proveedores de servicios, necesitan saber de cómo medir la Calidad del Servicio, que aspectos particulares del servicio definen mejor su calidad, y si los consumidores actualmente compran a empresas

que poseen el más alto nivel de Calidad del Servicio percibida o a aquellas con las que están más satisfechos.

2.10 MARCO CONCEPTUAL.

2.10.1 INTELIGENCIA EMOCIONAL.

Daniel Goleman (2018), menciona en su libro “La inteligencia emocional” que los principales elementos que conforman este tipo de inteligencia son: la capacidad para reconocer y manejar nuestros propios sentimientos, motivarnos y monitorear nuestras relaciones. El modelo de las competencias emocionales comprende una serie de competencias, que facilitan a las personas en el manejo de las emociones hacia uno mismo y hacia los demás. Este modelo formula la IE en términos de una teoría del desarrollo y propone una teoría de desempeño aplicable de manera directa al ámbito laboral y organizacional, centrado en el pronóstico de la excelencia laboral. Por ello, esta perspectiva está considerada una teoría mixta, basada en la cognición, personalidad, motivación, emoción, inteligencia y neurociencia; es decir, incluye procesos psicológicos cognitivos y no cognitivos

- **Autoconocimiento emocional:** El conocimiento de nuestros propios sentimientos y emociones y cómo estos influyen en nuestro comportamiento.
- **Autocontrol emocional:** Nos permite reflexionar y dominar nuestros sentimientos o emociones. Consiste en saber detectar las dinámicas emocionales, saber cuáles son efímeras y cuáles son duraderas.
- **Automotivación:** Encaminar nuestras emociones hacia metas y objetivos, para mantener la motivación y establecer nuestra atención en las metas en vez de en los obstáculos.
- **Reconocimiento de emociones en los demás (empatía):** La detección de las emociones ajenas nos ayudan a establecer vínculos más estrechos y duraderos con las personas con que nos relacionamos.
- **Relaciones interpersonales:** Una buena relación con los demás es una fuente imprescindible para nuestra felicidad personal e incluso, en muchos casos, para un buen desempeño laboral.

Salovey y Mayer (2010) definieron la Inteligencia Emocional como: “La capacidad para identificar y traducir correctamente los signos y eventos emocionales personales y de los otros, elaborándolos y produciendo procesos de dirección emocional, pensamiento y comportamiento de manera efectiva y adecuada a las metas personales y el ambiente”.

Bar-On (2010), por su parte, ha ofrecido otra definición de IE tomando como base a Salovey y Mayer (1990). La describe como un conjunto de conocimientos y habilidades en lo emocional y social que influyen en nuestra capacidad general para afrontar efectivamente las demandas de nuestro medio. Dicha habilidad se basa en la capacidad del individuo de ser consciente, comprender, controlar y expresar sus emociones de manera efectiva.

Emily Sterrett (2010). Hace referencia al conjunto de destrezas de gestión de personal y destrezas sociales que nos permiten triunfar en el puesto de trabajo y en la vida en general.

Daniel Goleman (2018), empatía supone, en palabras de, tener la conciencia de los sentimientos, necesidades y preocupaciones ajenas. Las claves de la empatía consisten en darse cuenta de lo que sienten los demás sin necesidad de que lleguen a decírnoslo.

Bar-On (2010), La inteligencia intrapersonal se refiere a la auto comprensión, la capacidad de ver cómo somos y qué queremos, el acceso a la propia vida emocional, a los propios sentimientos, la capacidad de diferenciar estos sentimientos o emociones, ponerles nombre y recurrir a ellos para interpretar y orientar la propia conducta.

Daniel Goleman (2018), Se llama relación interpersonal a la interacción recíproca que mantienen dos o más individuos. Estos vínculos están sujetos a las instituciones, leyes y costumbres que rigen en la sociedad.

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2010), Las relaciones humanas son vínculos físicos o emocionales que se generan entre dos

o más personas a través de formas de comunicación. En administración, las relaciones humanas se refieren a la disciplina que se encarga de aumentar la satisfacción moral de los empleados de una organización o empresa con el fin de reducir su resistencia e imprimir una mayor aceptación de la autoridad formal.

2.11 MARCO CONCEPTUAL.

2.11.1 CALIDAD DE SERVICIO.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (2010), es el resultado de comparar la percepción por el servicio recibido versus la expectativa del consumidor. En síntesis, la calidad de servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente, usuario o consumidor espera como resultado de comparar la percepción y la expectativa por el servicio

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

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2010), define servicio, como la “acción y efecto de servir; prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales”.

Brown (2007) Ahora las necesidades han evolucionado constantemente en la industrial ya que los clientes son exigentes al momento de satisfacer las necesidades de cada uno.

Brown (2007), fiabilidad es una manera de expresar o reflejar la cantidad de error, tanto aleatorio y sistemático, inherente a cualquier medición, por lo tanto, la confiabilidad de un instrumento es el grado en que esta es reproducible, con casi el mismo valor cada vez que se la mida.

Kotler (1997), cortesía consiste en la evaluación de los actos de los hablantes por parte de los oyentes o terceras personas a partir de un estándar de comportamiento socialmente aceptado, que cada individuo interioriza como consecuencia de su percepción de un otro generalizado.

Kotler (1997), La credibilidad es la calidad atribuida a una fuente o a un mensaje que mide la disponibilidad.

Según Aristóteles, el término Ethos tiene dos componentes clave: confianza y competencia. Ambos dependen tanto de indicador, Indicador de credibilidad, Indicador de falta de credibilidad.

Según Aristóteles Actualmente, no se define el servicio como la producción de intangibles, aunque lo son, lo que se puede anotar es que el servicio es todo un sistema de actividades que tiene un negocio, buscando con ellas suplir necesidades del cliente y la máxima satisfacción del mismo.

Chiavenato (2010), el benchmarking es un proceso continuo por el cual se toma como referencia los productos, servicios o procesos de trabajo de las empresas líderes, para compararlos con los de tu propia empresa y posteriormente realizar mejoras e implementarlas.

No se trata de copiar lo que está haciendo tu competencia, si no de aprender que están haciendo los líderes para implementarlo en tu empresa añadiéndole mejoras. Si tomamos como referencia a aquellos que destacan en el área que queremos mejorar y estudiamos sus estrategias, métodos y técnicas para posteriormente mejorarlas y adaptarlas a nuestra empresa, conseguiremos alcanzar un nivel alto de competitividad.

FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS.

HIPÓTESIS ALTERNATIVA.

A mayor aplicación de factores de la **inteligencia emocional** organizacional, que compone la comprensión de los semejantes y a uno mismo y la aplicación de las relaciones humanas por parte del personal operativo, mayor será la influencia en la **calidad de servicio** en las microempresas de eventos sociales en el municipio de Viacha.

HIPÓTESIS NULA.

Los factores de la **inteligencia emocional** organizacional que compone la comprensión de los semejantes y a uno mismo y la aplicación de las relaciones humanas por parte del personal operativo, no influye en la **calidad de servicio** en las Microempresas de eventos sociales en el municipio de Viacha.

DEFINICIÓN DE VARIABLES

Se identifica las siguientes variables:

Variable Independiente: Inteligencia Emocional.

Variable Dependiente: Calidad de Servicio.

INTELIGENCIA EMOCIONAL

Howard Gardner (2010), en su teoría de las inteligencias múltiples introdujo la idea de incluir tanto la inteligencia interpersonal (la capacidad para comprender las intenciones, motivaciones y deseos de otras personas) y la inteligencia intrapersonal (la capacidad para comprenderse uno mismo, apreciar los sentimientos, temores y motivaciones propios).

CALIDAD DE SERVICIO

Para Parasuraman, Zeithaml y Berry (2010), es el resultado de comparar la percepción por el servicio recibido versus la expectativa del consumidor. En síntesis, la calidad de servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente, usuario o consumidor espera como resultado de comparar la percepción y la expectativa por el servicio.

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE INTELIGENCIA EMOCIONAL.

**TABLA Nº 10
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE INDEPENDIENTE**

VARIABLE	SUB VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	TÉCNICAS O INSTRUMENTOS	Nº. DE PREGUNTAS
Inteligencia emocional	Inteligencia interpersonal.	Capacidad de comprender a los demás.	• Empatía.	Encuesta	1. 2. 3
			• Aislamiento a los problemas.	Observación	
			• Control de los impulsos.	Encuesta	2
			• Expresión de sentimientos	Encuesta	2
	Inteligencia intrapersonal	Capacidad de comprensión de uno mismo.	• Seguridad de uno mismo.	Observación	
			• Conocer las propias emociones.	Encuesta	6
			• La propia Automotivación.	Encuesta	7
			• Autocontrol.	Encuesta	8
			• Sobrevaloración de uno mismo	Observación	
	Inteligencia Social	Relaciones humanas	• Comunicación.	Encuesta	9. 10
			• Trabajo en equipo.	Encuesta	11
• Organización en equipo			Entrevista		

FUENTE: Elaboración en base a la investigación de las variables.

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE CALIDAD DE SERVICIO.

**TABLA Nº 11
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE DEPENDIENTE.**

VARIABLE	SUB VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	TECNICAS E INSTRUMENTOS	Nº. DE PREGUNTAS
Calidad de servicio	Profesionalidad	Habilidad de conocimiento.	• Seguridad (inexistencia de dudas).	Entrevista	
			• Amabilidad.	Encuesta	1.2
			• Respeto.	Encuesta	3
			• Puntualidad	Encuesta	4
	Fiabilidad	Servicio comprometido o de forma correcta.	• Comprensión al cliente	Encuesta	5.6
			• Escuchar al cliente.	Encuesta	7.8
			• Trato personalizado	Encuesta	9
			• Conocer al cliente.	Entrevista	
	Capacidad de respuesta	Asistir al cliente y proporcionar un servicio eficaz.	• Reclamos en el trabajo.	Encuesta	10.11
			• Cumplimiento del trabajo.	Encuesta	12
• Efectividad.			Encuesta	13	

FUENTE: Elaboración en base a la investigación de las variables.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS.

Coelho (2019), metodología es una disciplina del conocimiento encargada de elaborar, definir y sistematizar el conjunto de técnicas, métodos y procedimientos que se deben seguir durante el desarrollo de un proceso de investigación para la producción de conocimiento.

Metodología, es el estudio y elección de métodos y técnicas pertinentes o adecuados aplicables a una determinada investigación, asimismo incluye la determinación del enfoque, diseño y estudio de la investigación.

En la presente investigación de las Microempresas de eventos sociales en el municipio de Viacha, se aplicaron diferentes métodos y estudios de investigación de la inteligencia emocional organizacional, para luego analizar la información adquirida y verificar la influencia del personal operativo en la calidad de servicio. Es una de las etapas más importantes y decisivas de la investigación, el análisis y elección del camino que se llevara a obtener de la investigación los resultados validos según la realidad.

3.2 DETERMINACIÓN DEL ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.

3.3. ENFOQUE CUANTICUALITATIVA.

Luis Patzi (2019). Si la investigación se caracteriza por: describir un fenómeno, a través de interacción del investigador con los sujetos que se estudian, la aplicación de instrumentos de forma natural (conversación y observación), hallazgos que no habían previsto, asimismo abordar diseños, como ser: teorías fundamentadas, historias de vida, estudios de caso; como temas sobre opiniones, percepciones, creencias, de los sujetos (su acción objetiva) entre otros.

La presente investigación tiene el enfoque cuanti-cualitativa, porque desarrollo de la problemática sustentada con datos de inteligencia emocional organizacional (aplicando la objetividad), en el contexto de servicio, luego se formula una pregunta

de investigación y objetivos que orientan a describir y medir las variables, para luego establecer su grado de correlación a través de la prueba de hipótesis y llegar a resultados. Asimismo, se utilizará el enfoque cuantitativo, porque describirá los elementos de validez, confiabilidad y factibilidad que actúan en el desarrollo de un evento (garzones, anfitriones e invitados), para permitir examinar los datos de manera numérica e investigar, analizar comprobar la información y datos donde se intentara especificar y delimitar la asociación o correlación de las fuerzas de las variables (factores de la inteligencia emocional y calidad de servicio).

3.4. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.

Mendoza, (2009). El diseño de la presente investigación es no experimental, en este diseño “no existe manipulación de las variables de manera intencionada no modifica el curso natural de los hechos”. El investigador se limita a observar y recopilar los fenómenos suscitados tal como se dan en el contexto para después analizarlos, utilizando ciertos criterios técnicos.

Se determina este diseño no experimental, porque no existe la manipulación intencionada de las variables de estudios de inteligencia emocional organizacional en el contexto de servicio, por lo cual, se realizará la medición, descripción y comprobación de las variables del problema, según el curso natural de los hechos, para luego obtener conocimientos referidos a la inteligencia emocional, para luego mejorar la calidad de servicio y posteriormente presentar una propuesta que coadyuve a la solución.

3.5 ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN.

Hernández (2007), el tipo de estudio que asume la investigación es el descriptivo, estos estudios “buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a análisis”

Según las variables de estudio, se verificó y describió: Los distintos niveles jerárquicos verticales que tiene la Microempresa de eventos sociales del rubro de

servicio, como también, las áreas horizontales funcionales, departamento, secciones, unidades y procesos; asimismo la descripción de las características físicas referidas a los espacios de trabajo, la indumentaria, los insumos entre otros, en los distintos eventos sociales.

Hernández, (2007). Se complementa la investigación, con el estudio correlacionales, el cual “Miden dos o más variables que se pretende ver si están o no relacionadas en los mismos sujetos para después analizar su correlación”.

Precisamente, el objetivo de la investigación, tiene como propósito identificar el grado de correlación entre las variables en estudio de inteligencia emocional y calidad de servicio, para lo cual utilizará un estadístico de prueba consistente en la prueba de hipótesis, aplicados a los sujetos de investigación, los cuales son el personal operativo y mandos medios, como también los clientes, pertenecientes a la Microempresa de Eventos Sociales y de esta forma determinar los factores de inteligencia emocional para mejorar la calidad de servicio.

3.6 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

Tamayo, (2010). El método que se aplicará es el Inductivo “Se caracteriza a partir de hechos o casos particulares para llegar a principios o verdades generales”. Es una forma de razonamiento, que transita de estudios de casos particulares y conducen a afirmaciones generalizables para toda la población en estudio.

Pardinas (1977), sostiene que la inducción es el camino mediante la cual se razona y se obtienen conocimientos, transitando desde lo particular hasta lo general.

La investigación utilizará el método inductivo; por que toma una muestra seleccionada de los trabajadores operativos de las Microempresas de Eventos Sociales, donde se aplicarán los instrumentos (encuesta), para recabar información acerca de la inteligencia emocional organizacional y calidad de servicio y obtener conclusiones generales.

Chantraine (2009). El siguiente método a utilizar es el método de análisis. El análisis consiste en la separación o desagregación material o mental del objeto de investigación en sus partes integrantes con el propósito de descubrir los elementos esenciales que lo conforman. Es decir, es la descomposición de un todo en partes que lo conforman su estructura.

Análisis, no solo supone descomponer, separar las partes integrantes, sino implica explicar los principios y nexos de interrelación e interdependencia que establecen las partes de un todo para entenderlo mejor.

La presente investigación utilizó el método de análisis por que describe los elementos de la inteligencia emocional y la calidad de servicio en la presente investigación, el cual se descompone en sus diferentes partes que se pueden denotar en la operacionalización de variables, como ser: la inteligencia interpersonal, la capacidad de comprender a los demás, la inteligencia intrapersonal el dominio de comprenderse a sí mismo y la inteligencia social la comunicación de las microempresas de eventos sociales y así mejorar la calidad de servicio con profesionalismo, amabilidad, respeto y el cumplimiento de las necesidades de los clientes de manera eficiente.

3.7 SUJETOS DE INVESTIGACIÓN.

3.7.1 POBLACIÓN EN LAS MICROEMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES.

Patzi (2019). Es el conjunto total de individuos o elementos que poseen características o condiciones comunes o referentes al objeto de estudio, de los cuales se recopilarán datos en un lugar y en un momento dado.

- **Población finita.** Arias (2012), población finita es una agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran, además existe un registro de documentos de dichas unidades.

La población está conformada por el personal operativo (garzones), según información proporcionada por los representantes de las microempresas de eventos sociales que se muestra en el siguiente cuadro:

**TABLA N° 12
POBLACIÓN EN ESTUDIO**

Grupos gastronómicos personal operativo	“Unión Cristal”	“12 de Diciembre”	“Alba”	“SHAMPAN”	TOTAL
N° Total	8	5	4	33	50

FUENTE: Elaboración propia en base a datos de representantes de las microempresas de eventos sociales.

3.7.2 MUESTRA DE PERSONAL OPERATIVO DE MICROEMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES.

Herrera (2008), una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Es también llamada población objetivo, los cuales presentan características, acorde al problema que se quiere investigar y sobre la cual el investigador establecerá conclusiones.

La siguiente investigación no se desarrolló el muestreo en el personal operativo, porque se aplicó las entrevistas, encuesta y observaciones a todo el personal operativo que desarrolla su desempeño en las microempresas de eventos sociales.

3.7.3 POBLACIÓN DE LOS CLIENTES.

Patzi (2019). Es el conjunto total de individuos o elementos que poseen características o condiciones comunes o referentes al objeto de estudio, de los cuales se recopilaran datos en un lugar y en un momento dado.

Herrera (2008), una población, es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Es también llamada población objetivo, los cuales presentan características, acorde al problema que se quiere investigar y sobre la cual el investigador establecerá conclusiones.

La siguiente investigación se realizó a la población de acuerdo a contratos de anfitriones (clientes), adquiridos por las Microempresas de eventos sociales en el año 2019 mediante entrevistas a encargados de las microempresas, que se denota en el siguiente cuadro.

TABLA Nº 13
POBLACIÓN DE CONTRATOS ADQUIRIDOS

MICROEMPRESAS	Nº DE CONTRATOS DE ANFITRIONES
SHAMPAN	55
ALBA	20
12 DE DICIEMBRE	25
UNION CRISTAL	35
TOTAL	135

FUENTE: Elaboración propia en base a contratos de clientes adquiridos por los representantes de las microempresas.

3.7.4 MUESTRA

Munch (2016). El muestreo es un conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinadas características en la totalidad de una población.

Son procedimientos y operaciones que se realizan, para estudiar las características de la población en estudio (conjunto de objeto o personas), a partir de un análisis de una parte o subconjunto de la población, denominada muestra.

Lema Gonzales (2009). Teniendo en cuenta que la muestra se refiere a un subgrupo representativo de la población; en la investigación se utilizará la muestra

no probabilística cuando la selección se realiza por conveniencia, el número es pequeño y se selecciona todo el universo o no se muestra el marco muestra.

Para ello se toma la siguiente formula:

$$N = \frac{z^2 N p q}{z^2 p q + (N - 1)(E)^2}$$

Reemplazando datos se tiene:

N = 135. Número total de contratos de anfitriones (clientes) adquiridos de las Microempresas de eventos sociales.

p = 0.50 Porcentaje de inteligencia emocional para mejorar la calidad de servicio.

q = 0,50 Proporción de elementos complemento de p.

Z = 95% Nivel de confiabilidad reemplazando por valor de la probabilidad Normal Estándar a 1.96

E = 0.03 Error permisible en la muestra.

$$N = \frac{(1.96)^2(135)(0.50)(0.50)}{(1.96)^2(0.50)(0.50) + (135 - 1)(0.03)^2}$$

$$N = \frac{129.65}{1,081}$$

N = 119,93 > 120 encuestas dirigido a los anfitriones que contratan a las Microempresas de eventos sociales.

3.7.5 MUESTREO PROBABILÍSTICO.

Hernández (2012), en las muestras probabilísticas, todo el elemento de la población tiene la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis.

Todos los elementos de población tienen la misma probabilidad de ser elegidos o ser seleccionados en la muestra, se conoce la forma más precisa, para llevar a cabo la encuesta y entrevista al personal operativo de las microempresas de eventos sociales.

En las microempresas de eventos sociales se llevará a cabo el muestreo probabilístico, porque se dispone de un marco muestra que es de 139 encuestas dirigido a los anfitriones que contratan a las microempresas de eventos sociales.

3.8 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

Patzi (2019). La técnica, es una parte del método, en otras palabras, es la forma o procedimiento particular o manera especial para aplicar el método científico. Es el medio específico que permite ejecutar las etapas del método, como los procedimientos para recopilar, registrar, analizar, acumular, procesar y evaluar la información; aplicando técnicas como la entrevista, encuesta y observación.

Técnica documental. Permite la recopilación de información documental relacionado a la problemática en estudio, las cuales coadyuvan a la investigación, para ello es necesario el análisis de la fuente documental y su referencia.

Técnicas de campo. Permite la observación y el contacto directo con el objeto de estudio (sujetos, fenómenos y hechos), el acopio de testimonios, permite confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de resultados objetivos.

3.8.1 TÉCNICA DOCUMENTAL.

3.8.1.1 ENCUESTA.

Bekher, Rivero (2008). “Las encuestas recogen la información de una porción de la población de interés, dependiendo del tamaño de la muestra en el propósito del estudio”.

García y Ferrado (1993), la encuesta es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación, mediante cuales se recoge y

analiza una serie de datos de una muestra o universo del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características.

En la presente investigación se aplicará encuestas al personal operativo, como también a los clientes que requirieron el servicio de las microempresas de eventos sociales, utilizando los procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cualitativas de las variables, así describir y explicar los resultados obtenidos.

3.8.1.2 ENTREVISTA.

Bekher, Rivero (2008). Es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una indagación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un dialogo peculiar, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esa información.

Rodríguez (1991). Medio de recopilación de información, mediante el intercambio de palabras donde el entrevistador trata de obtener cierta información del entrevistado sobre un tema dado.

En la presente investigación se realizarán preguntas estructuradas, para el personal de nivel de mandos medios y estratégicos de las microempresas de eventos sociales y recolectar datos en relación a las variables, para luego obtener información sobre la investigación.

3.8.1.3 OBSERVACIÓN.

Rodríguez (1991), la observación científica como método del conocimiento empírico, es la percepción dirigida a la obtención de información sobre objetos y fenómenos de la realidad; constituye la forma más elemental de conocimiento científico.

Ander-Egg (2000), la observación es el procedimiento empírico por excelencia. Todo conocimiento científico proviene de la observación.

La siguiente investigación se utilizó la guía de observación en los distintos eventos sociales adquiridos por las microempresas, se recopiló la información de acuerdo a la investigación requerida (**observar en anexos guía de observación**). En el capítulo IV (Análisis e interpretación de los resultados).

3.9 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.9.1 CUESTIONARIO

Lerma Gonzales (2009). Es un método para la obtención de información donde la entrevistada consigna en un cuestionario, las respuestas a las preguntas previamente elaboradas por el investigador.

Para la presente investigación se elaboró el formulario de preguntas para el personal operativo y los clientes que adquieren el servicio en cuestión, para la obtención de la información.

Cuestionario del personal de garzones: Está compuesto por preguntas que pretende medir la variable inteligencia emocional y la relación con la calidad de servicio, mediante preguntas cerradas y selección de alternativas.

Patzi (2019). El cuestionario es el conjunto de preguntas diseñadas en forma coherente, secuencial y organizada con el propósito de obtener información de acuerdo a los objetivos de investigación.

Este instrumento tiene como objetivo recoger información de los actores y ejecutores del proceso para obtener información.

Siendo las dimensiones principales:

- Capacidad de percibir y establecer distinciones.
- Relacionarse con los demás.
- Conocimiento de uno mismo.
- Capacidad de utilizar las palabras.

- Cumplimiento de una determinada función.
- La forma de atención al cliente.
- Conocimiento de las habilidades.

3.9.2 GUÍA DE OBSERVACIÓN.

Ortiz (2004). Es un instrumento de la técnica de la observación, su estructura corresponde con sistematicidad de los aspectos que se prevé registrar acerca del objeto. Es un instrumento que permite registrar los datos en orden cronológico, práctico y concreto para derivar de ellos el análisis de la situación o problema determinado.

A través de una guía, se busca recabar información, observar de manera sistemática y detenida directamente sobre los hechos de las microempresas de eventos sociales, la forma de comportamiento del personal operativo, las actividades de calidad de servicio.

CAPÍTULO IV

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

➤ ANÁLISIS.

Hernández (2012), Consiste básicamente en dar respuesta a los objetivos o hipótesis planteadas a partir de las mediciones efectuadas y los datos resultantes. Para plantear el análisis es conveniente plantear un plan de análisis o lo que se conoce como un plan de explotación de datos.

➤ INTERPRETACIÓN

Hernández (2012), a diferencia del análisis, tiene componente más intelectual y una función explicativa. Su misión es buscar un significado al resultado del análisis mediante su relación con todo aquello que conocemos sobre el problema, de manera que aportamos una significación sociológica a los

hallazgos encontrados en el análisis confirmado, modificado o realizando nuevos aportes previa sobre ese problema.

Patzi (2018), es la presentación del trabajo de campo, en el cual se muestran los resultados obtenidos de la investigación, inicialmente los datos obtenidos deben ser procesados estadísticamente, según los instrumentos y el enfoque de la investigación, puede ser cuantitativo y/o cualitativo, en el cual se enfatiza los criterios de análisis e interpretación de los resultados.

En este acápite se desarrolló criterios para el procesamiento de los datos obtenidos a través de las encuestas, entrevista y observación en el trabajo de campo realizado, por cual se analizó los diferentes datos tanto al personal operativo de las Microempresas de eventos sociales y a los clientes que contratan estos servicios.

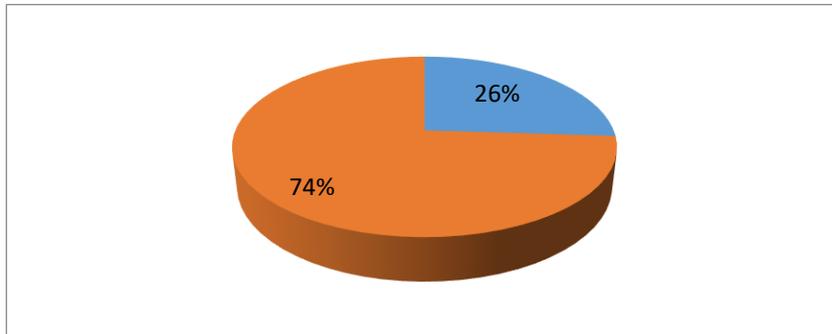
4.1.1 INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS AL PERSONAL OPERATIVO DE LA MICRO EMPRESA DE EVENTOS SOCIALES.

**TABLA Nº 14
GÉNERO ENCUESTADO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	13	26	26
	Masculino	37	74	100
	Total	50	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

**GRAFICO N° 1
GÉNERO ENCUESTADO**



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

Se encuestaron a las personas del género masculino, el 74% del personal operativo de la Microempresa de eventos sociales y el restante 26% se encuestaron a las personas de género femenino del personal operativo.

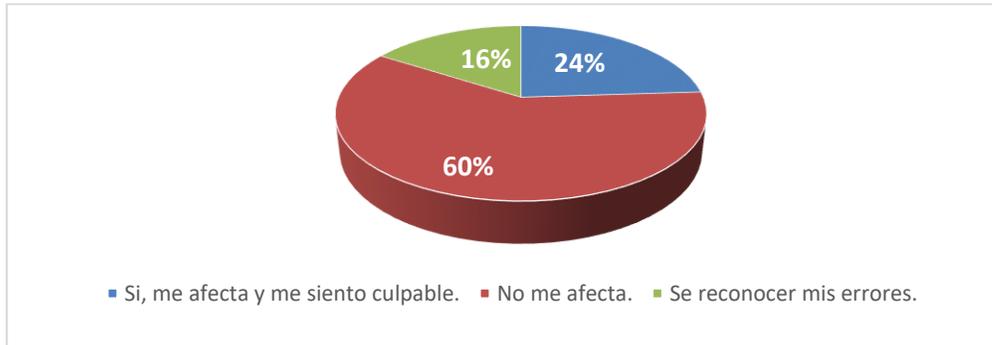
Estos hallazgos indican que en las microempresas de eventos sociales mayormente trabajan con personas masculinas, esto debido al trabajo que acontece, en los diferentes acontecimientos sociales al interactuar con diferentes tipos de clientes, saber sobre llevar las emociones, sentimientos que se pueden denotar en las personas femeninas que trabajan en el bar, mandado de tragos, ordenar la cantina, cocinas, entre otras actividades.

**TABLA N° 15
¿CUÁNDO COMETES ERRORES EN EL TRABAJO QUE AFECTA A OTRAS PERSONAS, TE SIENTES CULPABLE?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Sí, me afecta y me siento culpable	12	24	24
	No, me afecta	30	60	84
	Se reconocer mis errores	8	16	100
	Total	50	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 2 EMPATÍA



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 60% del personal operativo de la Microempresa de eventos sociales, señala que no le afecta cuando comete errores en el trabajo, el 24% menciona que si le afecta y se siente culpable, el restante 16% del personal operativo indica que reconoce sus errores.

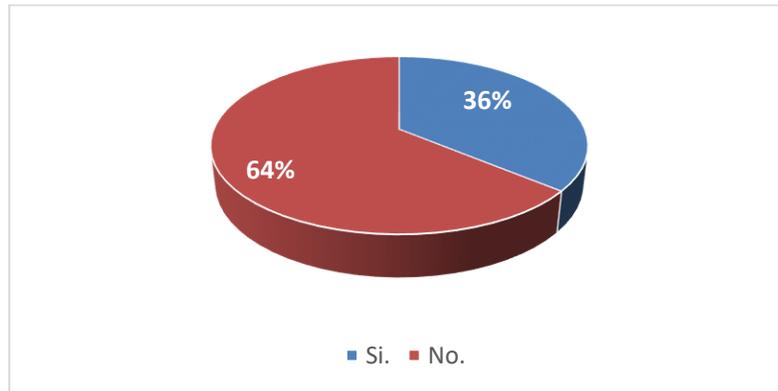
Estos hallazgos indican que la mayor parte del personal operativo no comprenden los sentimientos y emociones de los demás, no tienen la capacidad de sentir en su propio cuerpo las sensaciones que el otro está sintiendo, la menor parte del personal operativo se pone en el lugar del otro, ayudando a los clientes en lo que necesite. Son factores que se pueden denotar para coadyuvar a los objetivos de las microempresas de eventos sociales.

TABLA Nº 16
¿CUÁNDO EL CLIENTE TIENE UNA MOLESTIA, USTED MUESTRA UN SINCERO INTERES EN SOLUCIONARLO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Si	18	36	36
	No	32	64	100
	Total	50	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 3
COMPASIÓN DEL PERSONAL OPERATIVO



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 90%, del personal operativo de las Microempresas de eventos sociales, señala que “No”, toma interés en solucionar las molestias de los clientes en un acontecimiento, el restante 36% responde “Si”.

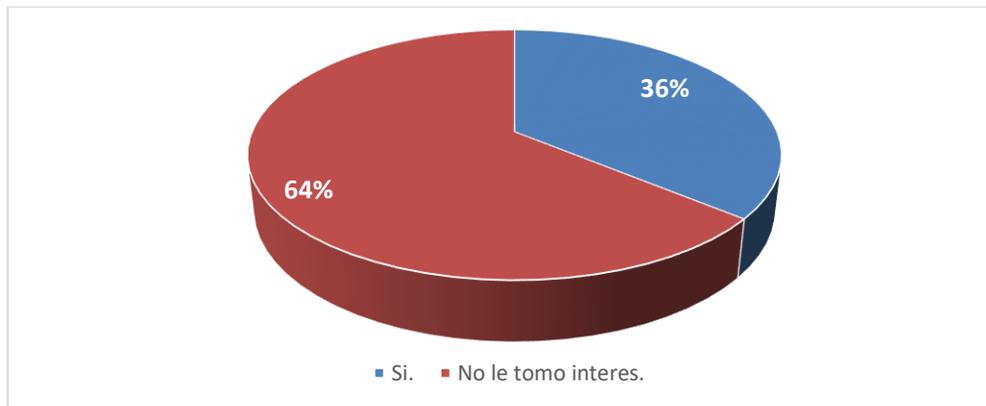
Esta información indica que la mayor parte del personal operativo de las Microempresas de eventos sociales, no toma interés en solucionar las molestias que el cliente tiene, los mismos factores son importantes para el desarrollo de las actividades de un evento social y hace que el personal se irrite o se distraiga de su pensamiento consciente. Son factores que nos ayudan a adquirir información sobre las debilidades de la Microempresas de eventos sociales para luego mejorarlo por el bienestar del personal operativo.

TABLA Nº 17
¿TE SIENTES BIEN EN AYUDAR A OTROS CUANDO CREES QUE LO NECESITA APOYO EN EL TRABAJO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Si	18	36	36
	No le tomo interés	32	64	100
	Total	50	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRÁFICO Nº 4
AYUDA EN EL TRABAJO



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 64% del personal operativo de la Microempresa de eventos sociales, señala que “No” están dispuestos a ayudar a otra persona cuando necesita apoyo, el restante 36% responde que “Si” toma interés en colaborar.

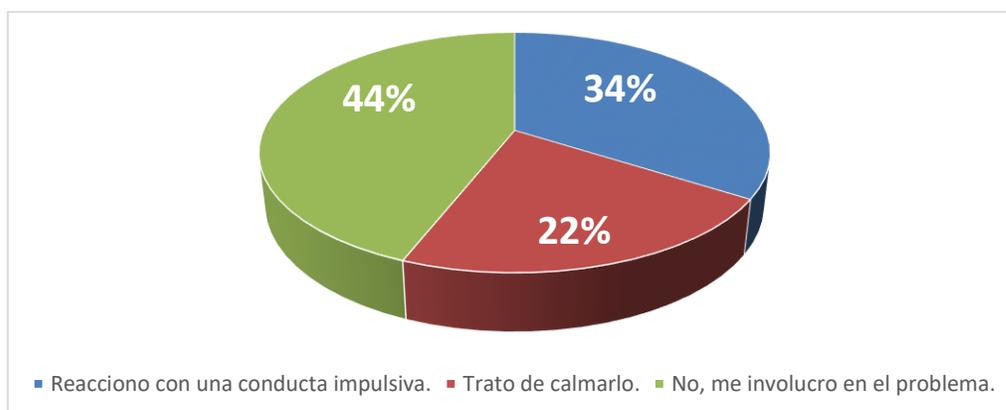
Estos datos nos indican que la mayor parte del personal operativo de las Microempresas de eventos sociales, no ayudan o cooperan a un auxilio que otra persona posee, no tienen la capacidad de comprender la vida emocional de otra persona, los mismos factores que son importantes para la comprensión y el apoyo emocional, implica tener la capacidad de diferenciar los estados afectivos de los demás y la habilidad de tomar perspectiva.

TABLA Nº 18
¿EN UN ACONTECIMIENTO SOCIAL, CONTROLAS TUS IMPULSOS CUANDO EXISTE UNA DISCUSIÓN DE PARTE DE UN INVITADO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Reacciono con una conducta impulsiva	17	34	34
	Trato de calmarlo	11	22	56
	No me involucro	22	44	100
	Total	50	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRÁFICO Nº 5
CONTROL DE IMPULSOS



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 44% del personal operativo de las Microempresas de eventos sociales, señala que no se involucra en el problema, cuando existe una discusión de parte de un invitado, el 34% indica que si reacciona con una conducta impulsiva, el restante 22% responde que trata de calmarlo al cliente.

Estos datos indican que la mayor parte del personal operativo de las Microempresas de eventos sociales, no se involucra en el problema cuando existe una discusión por parte de un invitado. Y que son reprimidas a la inconsciente intelectual de no poder controlar los impulsos en las situaciones dificultosas y, el desempeño en el trabajo disminuye y se sienten ineficaces, por factores al miedo, la ira, entre otros.

TABLA N° 19
¿EXPRESAS TUS SENTIMIENTO A LOS DEMÁS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	No, me cuesta mucho	27	54	54
	Solo a las personas que confió	17	34	88
	Si, lo expreso sin dificultad	6	12	100
	Total	50	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRÁFICO N° 6
EXPRESION DE SENTIMIENTOS



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020

El 54% del personal operativo de las Microempresas de eventos sociales señala que le cuesta mucho expresar sus sentimientos y emociones a los demás, el 34% indica que solo expresa a las personas que confía, y el restante 12% señala que si lo expresa sin dificultad.

Esta afirmación nos señala que personal operativo de las microempresas de eventos sociales, les cuesta mucho expresar sus sentimientos y emociones, es decir, el personal esconde su capacidad de reconocer un sentimiento en el mismo momento en que éste aparece. No acostumbran a ser abiertas y sociables, no expresan de una manera apropiada sus sentimientos y no soportan bien la tensión, los mismos serán factores importantes en el desarrollo del trabajo.

TABLA Nº 20
¿EN UN ACONTECIMIENTO DONDE TE REALIZAN UN PEDIDO DE MANERA PREPOTENTE, QUE EMOCION EJERCES?

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Enojo/Molestia.	16	32	32
	Indiferencia/Indignación	18	36	68
	Apoyo/Ayuda	16	32	100
	Total	50	100	

GRAFICO Nº 7
CONOCER LAS PROPIAS EMOCIONES.



FUENTE: Elaboración propio en base al trabajo de campo 2020.

El 36% del personal operativo de las Microempresas de eventos sociales señala que siente indiferencia e indignación cuando alguien le encomienda un pedido de manera prepotente, el 32% siente enojo, molestia y el restante 32% brinda su apoyo y ayuda sin importar la manera de petición al cliente.

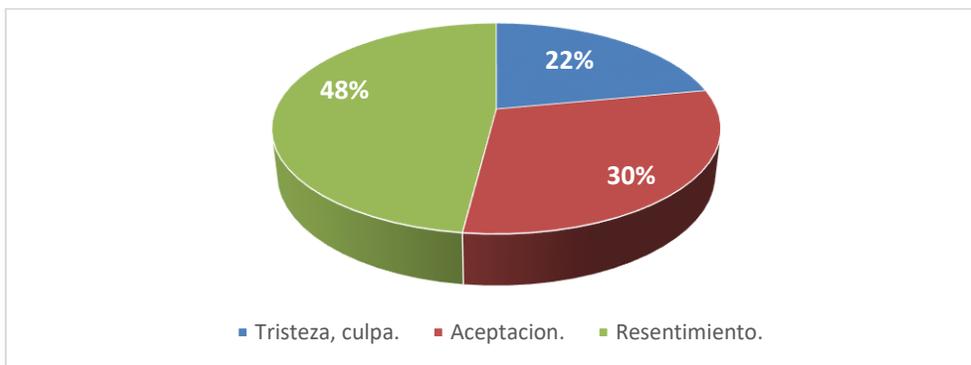
Estos hallazgos nos indican que la mayor parte del personal operativo de las microempresas de eventos sociales, tiene el estado de ánimo de no sentir inclinación ni rechazo hacia otra persona, también nos señala que sienten enojo y molestia al momento de que le realizan un pedido de manera prepotente, son sentimientos que ejercen en el desarrollo del trabajo, que nos ayudan a fortalecer los objetivos planteados de las microempresas de eventos sociales.

TABLA Nº 21
¿CUÁNDO COMETES ALGUNA EQUIVOCACIÓN Y TE REGAÑAN EXAGERADAMENTE QUE SENTIMIENTO TE CAUSA?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Tristeza/Culpa	10	20	20
	Aceptación	16	32	52
	Resentimiento	24	48	100
	Total	50	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 8
LA PROPIA AUTOMOTIVACION



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 48% del personal operativo de las microempresas de eventos sociales señala que siente resentimiento cuando comete alguna equivocación y es regañado, el 30% siente aceptación y el restante 10% siente tristeza y culpa por la equivocación que cometió.

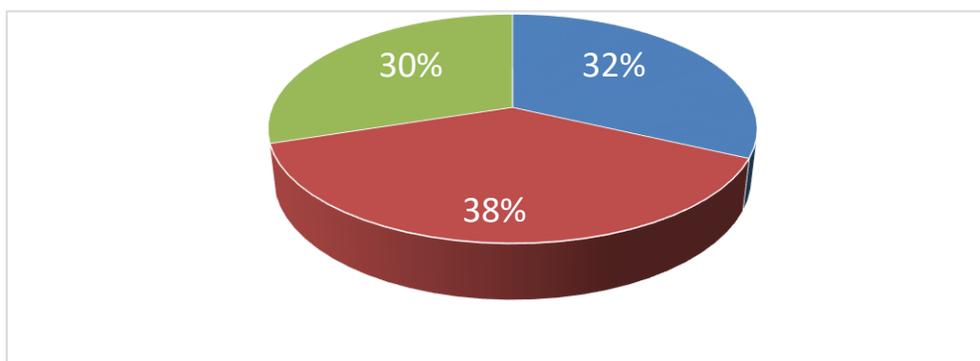
Estos datos nos señalan que la mayor parte del personal operativo siente resentimiento y es un sentimiento difícil de superar y produce daño personal que alberga en su interior, en el desarrollo del trabajo, estos datos podrían repercutir en la disminución del desempeño en el trabajo, en conclusión, son factores importantes que nos ayudan a identificar las debilidades del personal operativo.

TABLA Nº 22
¿ERES CAPAZ DE CONTROLAR TUS EMOCIONES Y MANTENERTE CALMADO (A) EN SITUACIONES DE DIFICULTAD EN UN ACONTECIMIENTO SOCIAL?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Sí, me resulta fácil	16	32	32
	No, me cuesta mucho	19	38	70
	Reacciono impulsivamente	15	30	100
	Total	50	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020

GRAFICO Nº 9
AUTOCONTROL.



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 38% del personal operativo de las Microempresas de eventos sociales les cuesta poco controlar sus emociones y mantenerse relajado en situaciones difíciles en el acontecimiento social, al 32% le resulta muy difícil y restante 30% muy fácil.

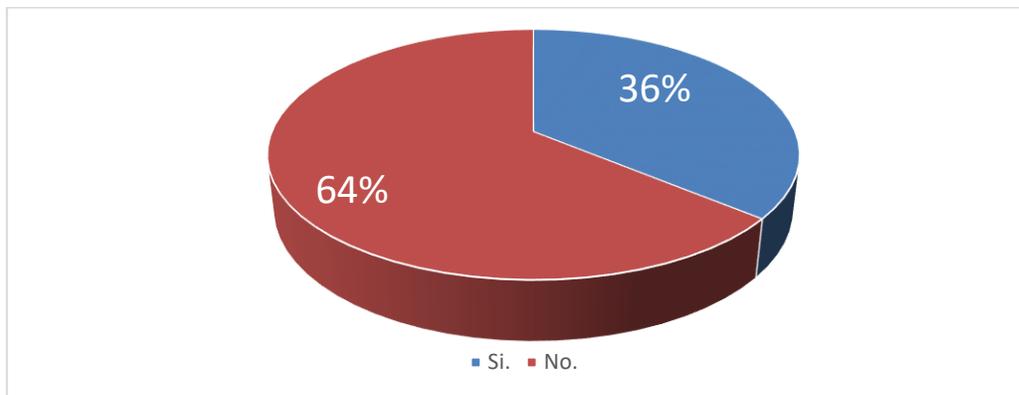
Estos datos indican que la mayor parte del personal operativo le cuesta un poco controlar sus emociones en los momentos de dificultad en un acontecimiento, los mismos son factores importantes en el desarrollo del trabajo porque influyen en el desempeño de las actividades y en los logros de los objetivos de las Microempresas de eventos sociales.

TABLA Nº 23
¿ERES FLEXIBLE AL INTERACTUAR CON PERSONAS CON DIFERENTES TIPOS DE PERSONALIDAD?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Si	18	36	36
	No	32	64	100
Total		50	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 10
COMUNICACIÓN.



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 64% señala del personal operativo de la Microempresa de eventos sociales “No” es flexible al interactuar con personas de diferentes personalidades, el 36% responde que “Si” es flexible.

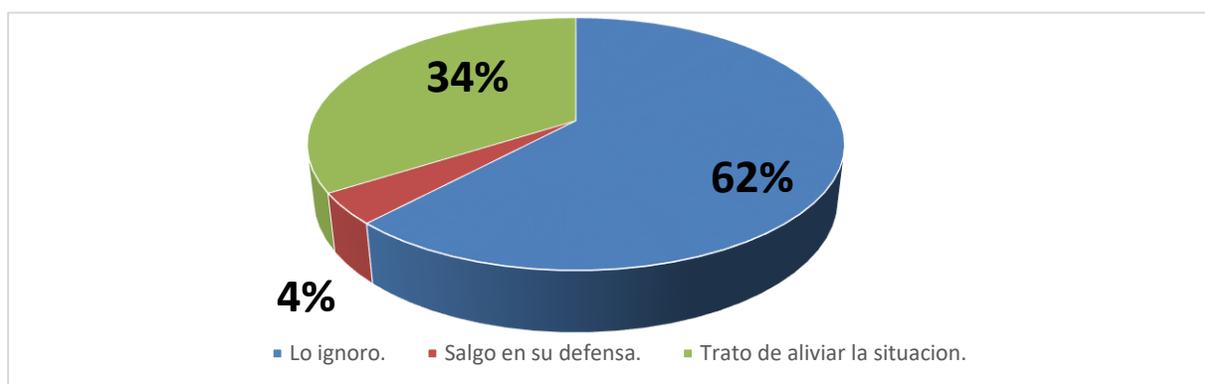
Esta confirmación nos señala que la mayor parte del personal operativo, no tiene la capacidad de doblarse con facilidad con las personas y no interactúan con la facultad de adaptarse a los diversos cambios que se pueden presentar durante el desarrollo del trabajo, son datos que son de mucha importancia en la gestión institucional, y hace que el personal operativo se desenvuelva insatisfactoriamente en el trabajo.

TABLA Nº 24
¿SI ALGUIEN SE COMPORTA INJUSTAMENTE CON OTRA PERSONA DELANTE DE TI, QUE ACTITUD EJERCES?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Lo ignoro	31	62	62
	Salgo en su defensa	2	4	66
	Trato de aliviar la situación	17	34	100
	Total	50	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 11
COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DIFICULTOSAS



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020,

El 62% señala del personal operativo de las Microempresas de eventos sociales, ignora la situación difícil que existe en un acontecimiento social, el 34% trata de aliviar la situación y el restante 4% sale en defensa del comportamiento injusta ejercida.

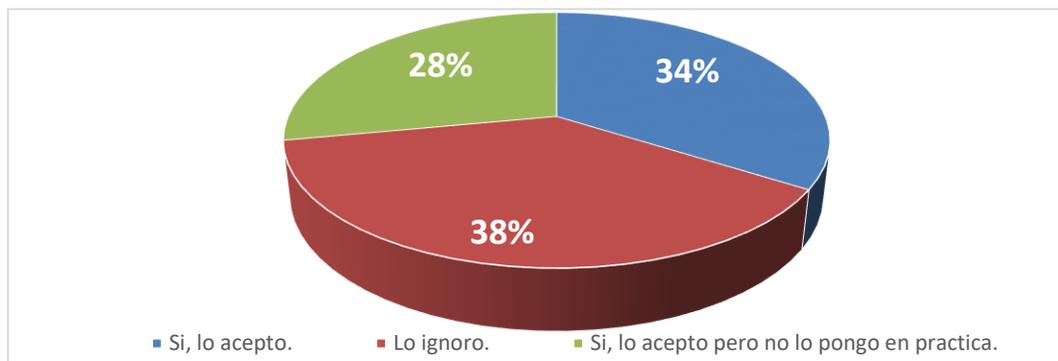
Estos datos nos señalan que la mayor parte del personal operativo de las Microempresas de eventos sociales, ignora los problemas de comportamiento injusto con otra persona esta información nos ayuda a recopilar la información de un sentimiento o una emoción que afecta de manera negativa al personal, así mismo estos factores son de vital importancia para el cumplimiento de los objetivos.

TABLA Nº 25
¿CUÁNDO TE HACEN SUGERENCIA SOBRE QUE ASPECTOS DEBES CAMBIAR Y MEJORAR QUE ACTITUD EJERCES?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Si, lo acepto y lo mejoro	17	34	34
	Lo ignoró	19	38	72
	Si lo acepto, pero no pongo en practica	14	28	100
	Total	50	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 12
TRABAJO EN EQUIPO



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 38% del personal operativo de la Microempresa de eventos sociales, señala que ignora las sugerencias sobre aspectos que mejorar, el 34% si lo acepta las sugerencias y el restante 28% responde que lo acepta, pero no lo pone en práctica.

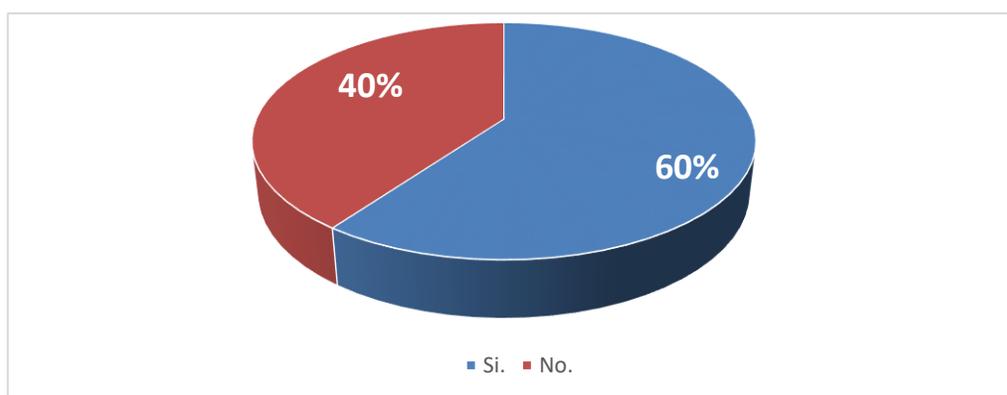
Estos datos nos señalan que la mayor parte del personal operativo de las Microempresas de eventos sociales ignora las sugerencias que se debe cambiar, como ser la actitud y la personalidad, para mejorar los sentimientos y emociones de cada uno. Estos datos nos indican que el personal que trabaja no lo pone en práctica las sugerencias recibidas de las personas.

TABLA Nº 26
¿TE GUSTARÍA QUE LA MICROEMPRESA DONDE USTED TRABAJA, PROPONGA MÉTODOS PARA MEJORAR SU ACTIVIDAD LABORAL?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Si	30	60	60
	No	20	40	100
Total		50	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 13
MÉTODOS PARA MEJORAR LA ACTIVIDAD LABORAL



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 60 % del personal operativo de la microempresa de eventos sociales, señala que le gustaría que la Microempresa donde trabaja, proponga métodos para mejorar su actividad laboral y el 40% no le gustaría dicha proposición.

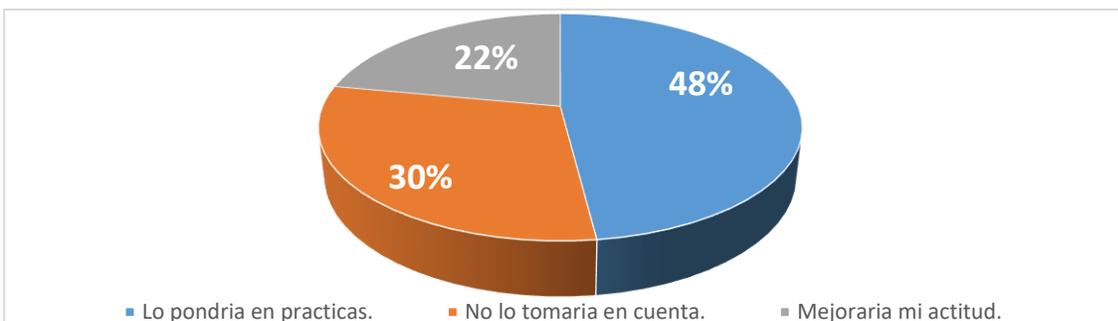
Estos hallazgos nos indican que la mayor parte del personal operativo está de acuerdo que las microempresas de eventos sociales propongan medidas de reconocimiento emocional para mejorar la calidad de servicio en los diferentes acontecimientos y así mejorar y controlar los sentimientos y emociones para mantener equilibrada el personal operativo.

TABLA Nº 27
¿SI LA MICROEMPRESA DE EVENTOS SOCIALES PROPONE MÉTODOS PARA MEJORAR SU ACTIVIDAD LABORAL EMOCIONAL, QUE ACTITUD EJERCERÍA?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Lo pondría en practica	24	48	48
	No lo tomaría en cuenta	15	30	78
	Mejoraría mi actitud	11	22	100
	Total	50	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 14
METODOS PARA MEJORAR LA ACTIVIDAD LABORAL



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 48% del personal operativo de la microempresa de eventos sociales, señala que pondría en práctica la implementación de métodos para mejorar su actividad laboral emocional, el 30% no lo tomaría en cuenta y el restante 22% responde que mejoraría su actitud.

Los datos nos señalan que la mayor parte del personal operativo lo pondría en práctica, las medidas de reconocimiento emocional así mejorar los sentimientos y emociones ejercidos día a día en los diferentes acontecimientos sociales como también son factores importantes para el cumplimiento de los objetivos planteados de las microempresas de eventos sociales.

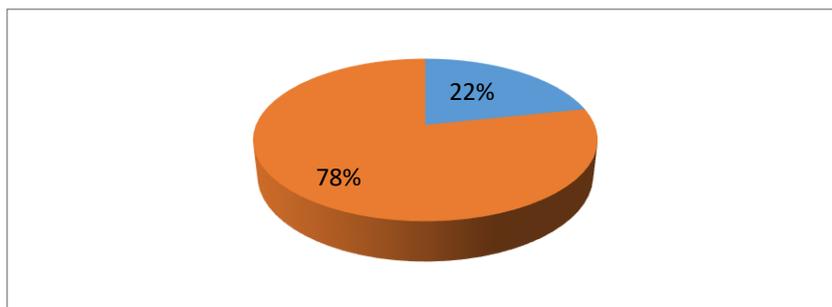
4.1.2 INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A CLIENTES DE LA MICRO EMPRESA DE EVENTOS SOCIALES.

**TABLA Nº 28
SEXO ENCUESTADO.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	26	22	22
	Masculino	94	78	100
	Total	120	100,0	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

**GRAFICO Nº 15
GENERO ENCUESTADO.**



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

Se encuestaron a las personas masculinas el 78% de los clientes que contrataron los servicios de la Microempresa de eventos sociales y el restante 22% se encuestaron a las personas femeninas de los clientes.

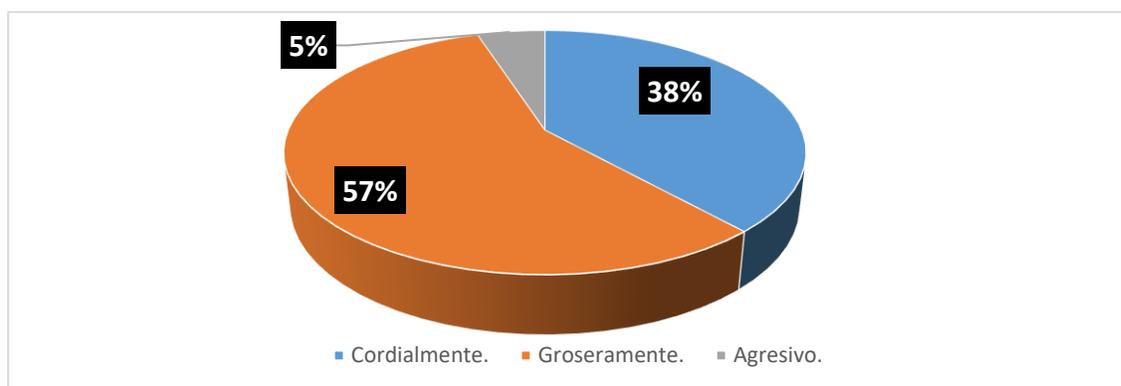
Estos hallazgos indican que se encuestaron mayormente a personas masculinas esto debido a que adquieren los servicios de las microempresas de eventos sociales y firman contrato, son personas masculinas, planificando los protocolos de un acontecimiento, entre otras actividades que se desarrollaran en su acontecimiento social, son factores que se desarrollaron en las encuestas realizadas a las personas que adquirieron el servicio de estas Microempresas de eventos sociales en el Municipio de Viacha.

TABLA Nº 29
¿DE QUÉ MANERA FUE ATENDIDO POR EL PERSONAL QUE TRABAJO EN SU ACONTECIMIENTO SOCIAL?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Cordialmente	45	38	38
	Groseramente	69	57	95
	Agresivo	6	5	100,0
	Total	120	100,0	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 16
AMABILIDAD DE PERSONAL OPERATIVO



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 57% de los clientes señala que fue atendido de manera grosera por el personal que trabajo en su acontecimiento social, el 38% brindó una atención cordial y el 5% fue agresivo.

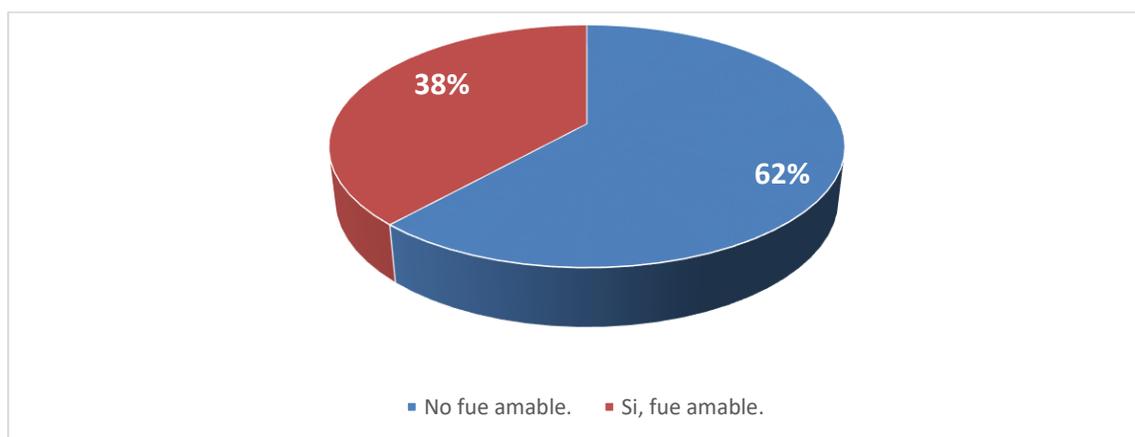
Estos hallazgos indican que la mayor parte del personal de las microempresas de eventos sociales, les atendieron groseramente y los comentarios de los clientes es: “se puede calificar un individuo que no tienen educación y que actúa de forma incivilizada”, por lo tanto, esto genera una mala impresión de personalidad del personal que le atendió en el trabajo, estos son factores que les ayudará a las microempresas de eventos sociales en el mejoramiento y cumplimiento de los objetivos.

TABLA Nº 30
¿EL PERSONAL QUE TRABAJO EN SU ACONTECIMIENTO SOCIAL, FUE
AMABLE EN SITUACIONES DIFICULTOSAS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	No fue amable	75	62	62
	Si fue amable	45	38	100
	Total	120	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 17
CORTESIA DEL PERSONAL OPERATIVO



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 62% de los clientes señala que el personal que trabajo en su acontecimiento social, no fue amable en situaciones dificultosas el restante 38% responde que si fue amable.

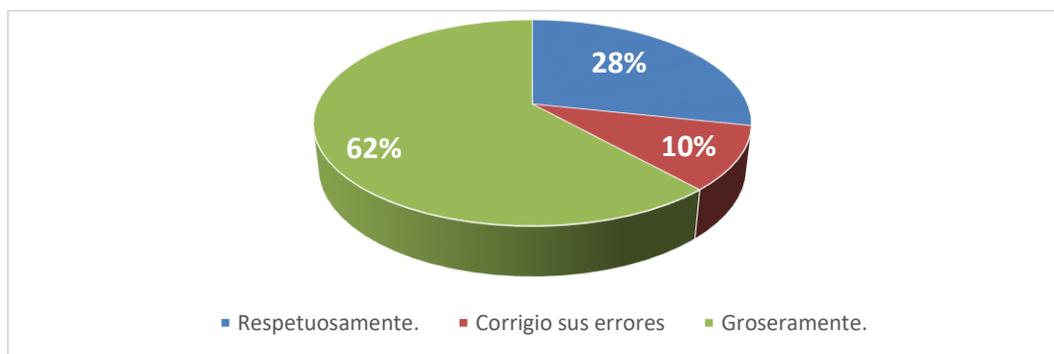
Estos datos indican que el personal que le atendió, de las microempresas de eventos sociales en su acontecimiento, no fue amable, no tuvieron educación y respeto, no sienten profundo sentimiento que manifiesta ciertas actitudes, por ejemplo, (no son empáticos, ineficaces, etc.), al momento de desarrollar el trabajo, así mismo son factores importantes para el logro de cumplimientos de los objetivos de las microempresas de eventos sociales.

TABLA Nº 31
¿DE QUÉ MANERA REACCIONO EL PERSONAL OPERATIVO EN CUANTO A UNA SUGERENCIA CONSTRUCTIVA SOBRE UN DESCUIDO QUE ELLOS COMETIERON?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Respetuosamente	34	28	28
	corrigió sus errores	11	10	38
	groseramente	75	62	100
	Total	120	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 18
RESPECTO DEL PERSONAL OPERATIVO



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 62% de los clientes señala que, el personal operativo reacciono groseramente en cuanto a una sugerencia constructiva sobre algún descuido que ellos tuvieron, el 28% fue respetuoso y el 10% corrigió sus errores.

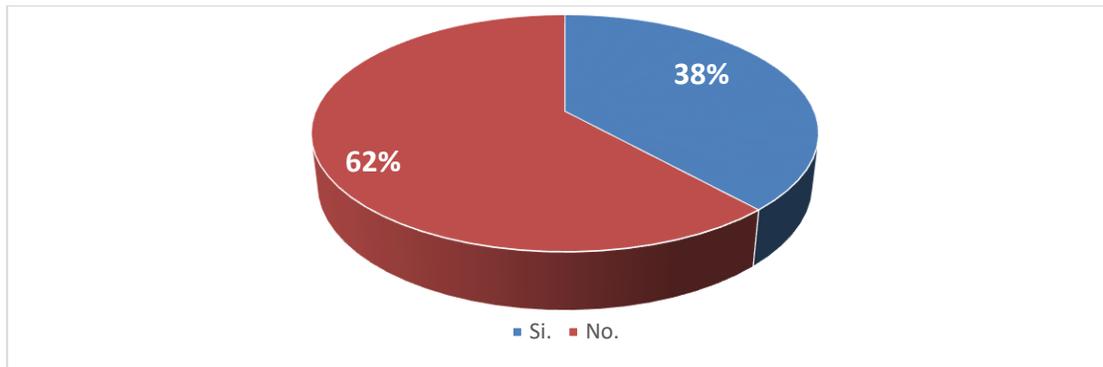
Esta afirmación indica que el personal de las microempresas de eventos sociales, la atención que brindaron fue de manera grosera en cuanto a una sugerencia constructiva sobre algún descuido que ellos tuvieron, la reacción fue negativa, estos factores son importantes para el desarrollo del trabajo y para controlar actitudes impulsivas.

TABLA Nº 32
¿EL PERSONAL OPERATIVO FUE PUNTUAL EN CUANTO A LAS
ACTIVIDADES ACORDADAS PARA SU ACONTECIMIENTO SOCIAL?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Si	45	38	38
	No	75	62	100
Total		120	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 19
PUNTUALIDAD DEL PERSONAL OPERATIVO



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 62% de los clientes señala que, el personal operativo no es puntual en cuanto a las actividades acordadas en su acontecimiento social y el 38% si es puntual.

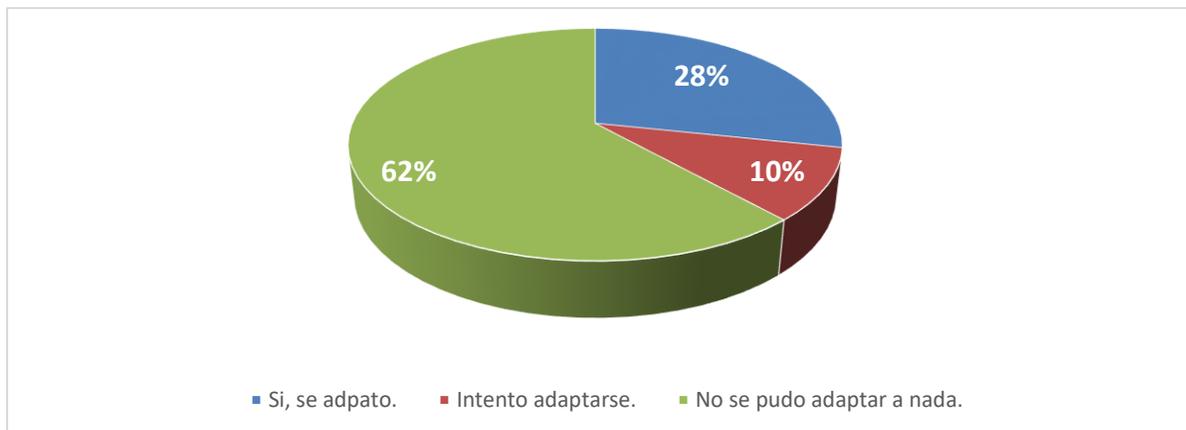
Estos hallazgos señalan que el personal de las microempresas de eventos sociales, que le atendió en su acontecimiento, no es puntual en cuanto a las actividades acordadas, la puntualidad es uno de los valores de estar antes de tiempo, para cumplir las actividades del trabajo y es un compromiso pactado verbalmente o escrito. Estos factores son importantes para analizarlos y proponer métodos para cumplir los objetivos de las microempresas de eventos sociales.

TABLA Nº 33
¿EL PERSONAL QUE TRABAJO, SE ADAPTO A LAS TRADICIONES USOS Y COSTUMBRES EN SU ACONTECIMIENTO SOCIAL?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Si se adapto	34	28	28
	Intento adaptarse	11	10	38
	No se adapto	75	62	100
	Total	120	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 20
TRADICIONES USOS Y COSTUMBRES.



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 62% de los clientes señala que el personal operativo, no se pudo adaptar a las tradiciones usos y costumbres del acontecimiento social del anfitrión, el 28% si se adaptó y el 10% intentó adaptarse.

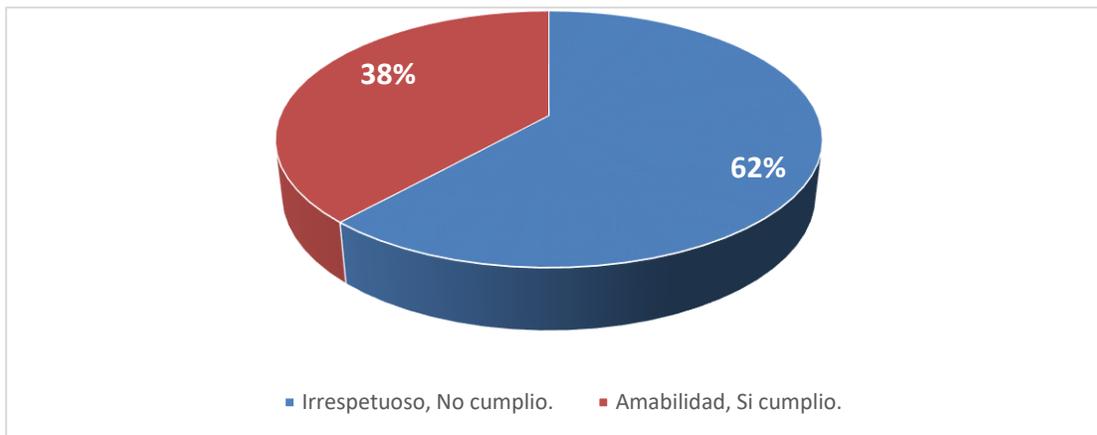
Estos datos indican que el personal de las microempresas de eventos sociales, no se adaptó en ningún momento a los usos y costumbres en el acontecimiento social, es muy importante conocer la cultura y tradiciones de las diferentes regiones para así satisfacer las necesidades del cliente, como también aportar a cumplir con objetivos planteados de las microempresas de eventos sociales.

TABLA Nº 34
¿CUÁNDO REALIZÓ UNA SOLICITUD DE MANERA MOLESTA, EL PERSONAL QUE ACTITUD EJERCIO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Irrespetuoso, no cumplió	75	62	62
	Amabilidad, si cumplió	45	38	100
	Total	120	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 21
COMPRESION AL CLIENTE.



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 62% de los clientes señala que, el personal operativo fue irrespetuoso y no cumplió una solicitud molesta por parte del anfitrión, el 38% si fue amable y cumplió la solicitud.

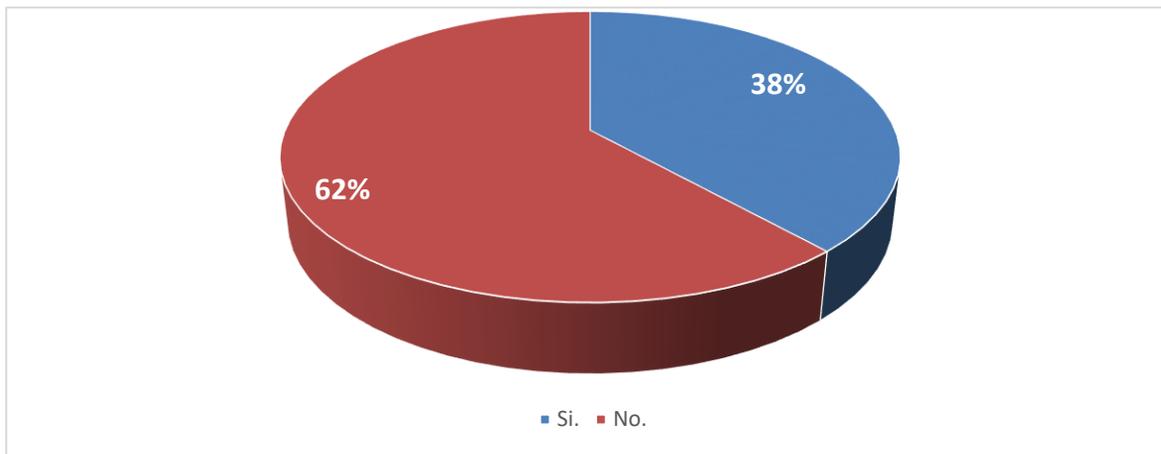
Estos hallazgos señalan que el personal de las microempresas de eventos sociales, que atendió en su acontecimiento manifestaron la falta de respeto hacia algo o alguien, es considerado una falta grave para la sana convivencia entre las personas, es uno de los principales valores que garantizan la armonía social, son datos de mucha importancia para las microempresas, para mejorar las debilidades que posee el personal.

TABLA Nº 35
¿EL PERSONAL QUE TRABAJO EN SU ACONTECIMIENTO SOCIAL, COMPRENDIÓ Y ATENDIÓ LAS SOLICITUDES QUE REALIZÓ?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Si	45	38	38
	No	75	62	100
Total		120	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 22
ESCUCHAR AL CLIENTE.



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 62% de los clientes señala que, el personal operativo NO comprendió y no atendió las solicitudes de los clientes en el acontecimiento social y el 38% si comprendió las solicitudes.

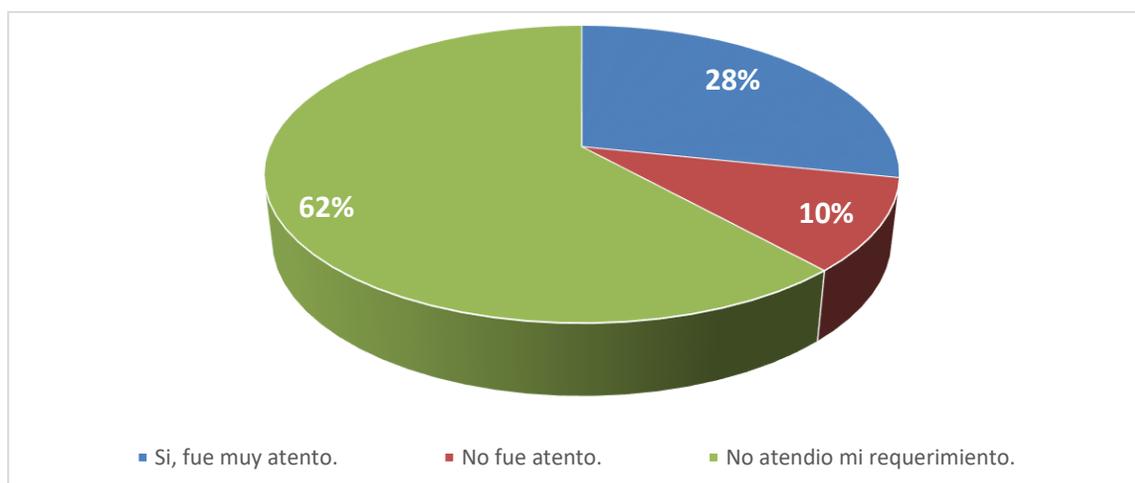
Esta confirmación indica que el personal de las microempresas de eventos sociales que le atendió en sus acontecimientos no comprendió y atendió las solicitudes realizadas, la mayor parte de las solicitudes no fueron atendidas, son un aporte importante para el logro de los objetivos de las microempresas.

TABLA Nº 36
¿EL PERSONAL ATENDIÓ LAS EXIGENCIAS O NECESIDADES QUE USTED REQUIRIÓ?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Si fue muy atento	34	28	28
	No fue muy atento	11	10	38
	No atendió mi requerimiento	75	62	100,0
	Total	120	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 23
EXIGENCIAS O NECESIDADES DEL CLIENTE.



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 62% de los clientes señala, que el personal operativo no atendió los requerimientos y necesidades del anfitrión, el 28% si fue muy atento y el restante 10% responde que no fue atento.

Estos hallazgos nos indican que la mayor parte del personal operativo estuvo distraído, por lo cual es posible que los pedidos no fueron cumplidos, son datos que deben ser analizados para el mejoramiento de las microempresas de eventos sociales.

TABLA Nº 37
¿CUÁNDO REALIZÓ UN PEDIDO AL PERSONAL, ESTE LO EJECUTÓ DE MANERA PRECISA?

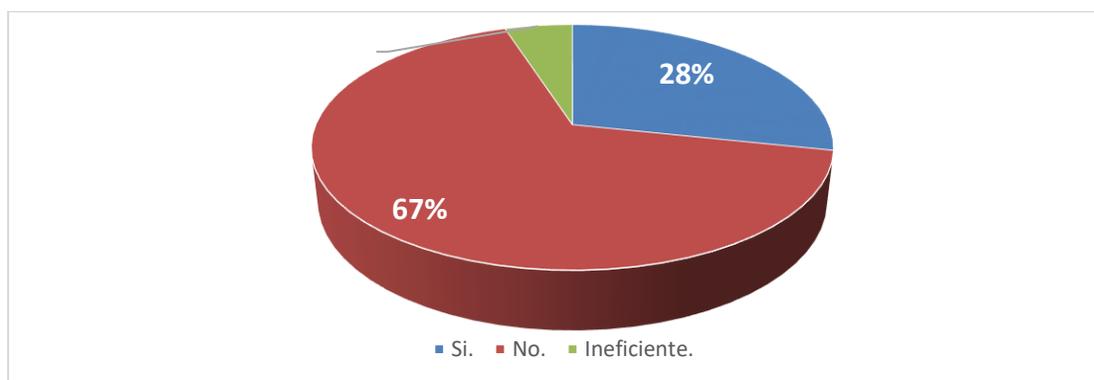
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Si	34	28	28
	No	80	67	95
	Ineficiencia	6	5	100
	Total	120	100	

FUENTE:

propia en base al trabajo de campo 2020.

Elaboración

GRAFICO Nº 24
TRATO PERSONALIZADO



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 67% de los clientes señala que el personal operativo no realizó de manera precisa un pedido por parte del cliente, el 28% si lo realizó de manera precisa y el restante 5% responde que fueron ineficientes.

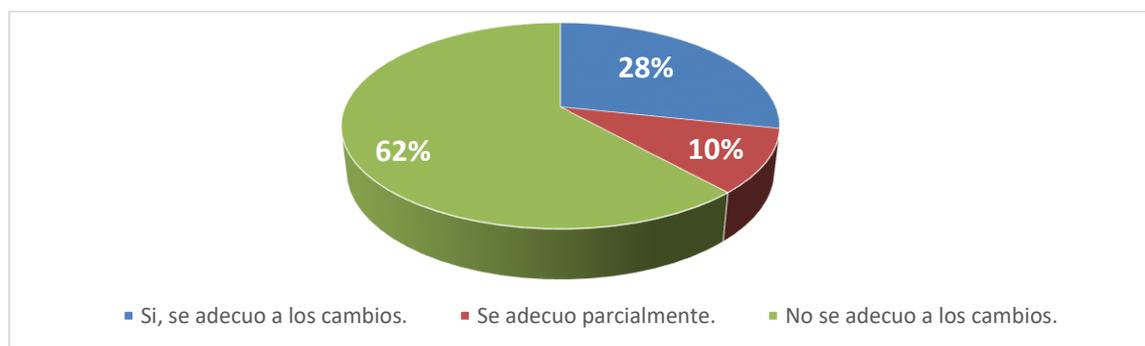
Estos datos señalan que el personal que trabajó en su acontecimiento social fue ineficaz en los pedidos realizados de parte de los clientes, la demora de atención en los pedidos, estos factores pueden causar molestias por parte de los clientes, este dato afecta negativamente y pérdida de imagen de las microempresas de eventos sociales.

TABLA Nº 38
¿EL PERSONAL SE ADECUÓ A CIERTOS CAMBIOS IMPREVISTOS EN SU ACONTECIMIENTO SOCIAL?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Si, se adecuo a los cambios	34	28	28
	Parcialmente se adecuo	11	10	38
	No se adecuo a los cambios	75	62	100
	Total	120	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 25
RECLAMOS EN EL TRABAJO



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 62% de los clientes señala que, el personal operativo No se adecuo a los cambios imprevistos que se presentaron en el acontecimiento social, el 28% se adecuo a los cambios mencionados y el 10% se adecuo de manera parcial.

Estos datos señalan que el personal operativo, no se adecuo a los cambios que se realizaron, por lo tanto es lo que ocurre cuando se presentan imprevistos fortuitos, esto nos indica que los personales operativos de las Microempresas de eventos sociales no manejaron adecuadamente los imprevistos ocurridos diferentes eventos sociales, y pueden generar situaciones dificultosas, y puede afectar al personal negativamente.

TABLA Nº 39
¿CUÁNDO USTED RECLAMÓ CIERTAS FALLAS EN EL PROTOCOLO DE SU ACONTECIMIENTO, LA MICROEMPRESA ACEPTÓ LOS CAMBIOS?

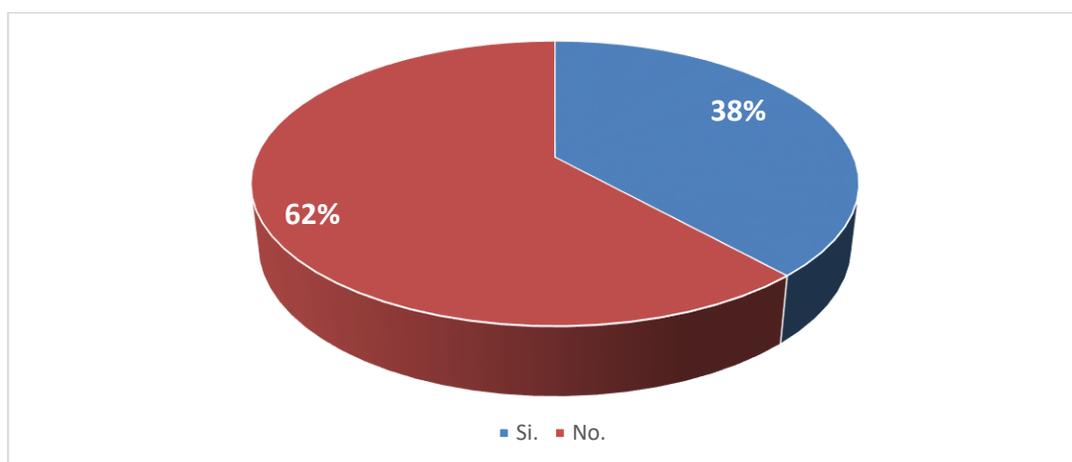
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Si	45	38	38
	No	75	62	100,0
	Total	120	100,0	

FUENTE:

propia en base al trabajo de campo 2020.

Elaboración

GRAFICO Nº 26
RECLAMOS EN EL TRABAJO.



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 62% de los clientes señala que la Microempresa no aceptó los cambios de ciertas fallas según en el contrato y el restante 38% indica que si aceptaron los cambios.

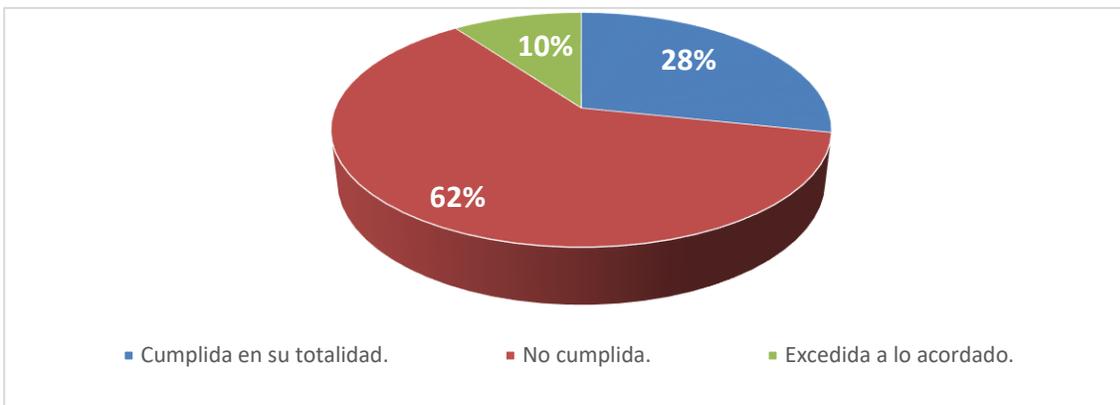
Estos hallazgos indican que la mayor parte del personal de las Microempresas de eventos sociales, no aceptan cambios, que ellos cometen durante la actividad desarrollada, estos datos pueden generar molestia de parte del cliente, la insatisfacción al cliente, y la ineficiencia por parte del personal operativo, como también impiden en el logro de los objetivos de las microempresas de eventos sociales.

TABLA Nº 40
LAS HORAS DE TRABAJO ACORDADOS PARA EL DESARROLLO DEL
ACONTECIMIENTO SOCIAL SEGÚN CONTRATO FUE:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Completa en su totalidad	34	28	28
	No se cumplió.	75	62	90
	se excedieron a lo acordado	11	10	100,0
Total		120	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 27
CUMPLIMIENTO DEL TRABAJO.



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 62% de los clientes señala que las horas de trabajo según el contrato no fueron cumplidas, el 28% indican que fueron cumplidas en su totalidad y el 10% señala que fue excedida a lo acordado.

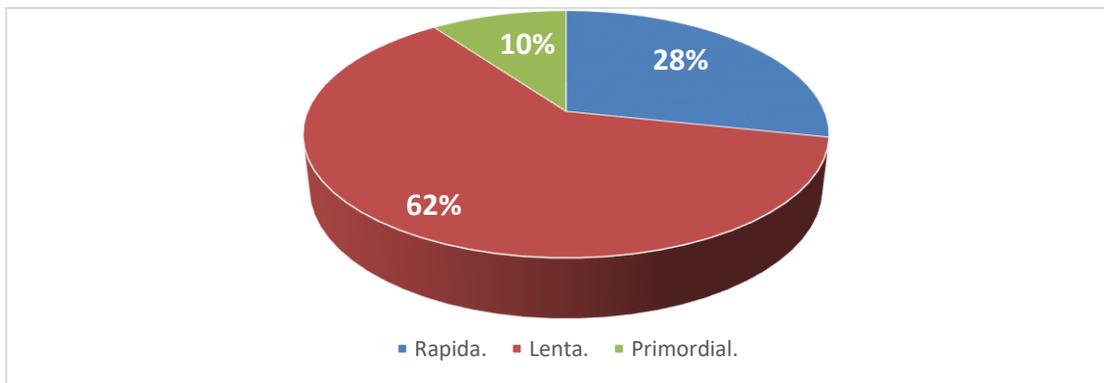
Estos datos señalan que el personal de las Microempresas de eventos sociales, no cumplen con las horas pactadas según el contrato establecido con el cliente, estos factores pueden causar, destrozo de los materiales, pérdida de los activos fijos de local, entre otras cosas, en conclusión, es pérdida de clientes para las microempresas de eventos sociales.

TABLA Nº 41
EL PERSONAL QUE REALIZÓ UNA DETERMINADA ACTIVIDAD EN SU
ACONTECIMIENTO SOCIAL LO REALIZÓ DE MANERA:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Rápida	34	28	28
	Lento	75	62	90
	Primordial	11	10	100
	Total	120	100	

FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

GRAFICO Nº 28
EFICIENCIA DEL PERSONAL



FUENTE: Elaboración propia en base al trabajo de campo 2020.

El 62% de los clientes señala que, el personal operativo fue lento en ciertas actividades determinadas, el 28% fue rápido y el restante 10% indica que lo realizó lo primordial en los pedidos realizados por parte de los clientes.

Estos hallazgos indican que la mayor parte del personal operativo de las Microempresas de Eventos Sociales, realizaron los pedidos de manera pausada, muy despacio, con poca intensidad, son datos que pueden ocurrir por excesos de clientes y la falta de personal de las microempresas de eventos sociales.

4.1.3 RESULTADO DE OTROS INSTRUMENTOS.

➤ INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTA.

Rodríguez, (1991), Medio de recopilación de información, mediante el intercambio de palabras donde el entrevistador trata de obtener cierta información del entrevistado sobre un tema dado”.

Luis Patzi (2019), Consiste en una conversación entre dos personas, en la cual, uno de ellos es el entrevistador y el otro es el entrevistado, con el fin de recopilar información acerca de lo que se está investigando.

En la presente investigación se realizó la entrevista al personal estratégico, en otras palabras, a los dueños y/o encargados, jefes de las Microempresas de Eventos Sociales, en cuanto a los distintos acontecimientos que ellos adquirieron, y brindando un servicio, lo cual se recopiló la información adecuada.

➤ ORGANIZACIÓN EN EQUIPO.

Las Microempresas de Eventos Sociales, realizaron una organización con sus colaboradores, antes de empezar el acontecimiento, dividiendo sus funciones de acuerdo a los requerimientos del evento que demande porque varían en la contratación del personal de acuerdo al evento que se requirió, uno de los ejemplos, es de la Microempresa Shampan delega sus funciones a cada uno de sus colaboradores planificando y organizando al personal, donde se facilita la organización y función a cada trabajador de acuerdo a una jerarquía, dependiendo la antigüedad y su respectiva experiencia. Es donde se dirige o ejecuta el procedimiento del evento, para luego hacer un control de los resultados obtenidos en el evento social. Haciendo una retroalimentación de las falencias de cada evento que sirven para mejorarlos. Las otras Microempresas organizan actividades similares, de manera empírica sin seguir las reglas o normas.

➤ **SEGURIDAD. (NO TENER DUDAS).**

Se realizó la entrevista a los encargados de las Microempresas de Eventos Sociales, la cual sus respuestas variaron de distintos encargados de las microempresas, llegando a una conclusión que denota el siguiente:

No realizan capacitaciones a sus colaboradores, existe la inseguridad en cuanto a las actitudes emocionales de cómo controlar, por parte del personal operativo en la atención que brindan, entre otras actividades que se desarrollan, uno de los ejemplos la Microempresa Shampan, capacita a su personal operativo de manera semestral, en cuanto a nuevas ideas y sugerencias para protocolos de eventos, también se realiza retroalimentaciones al día posterior de la culminación del evento. La microempresa de Unión Cristal no capacita a su personal, y podemos denotar existe un bajo rendimiento sobre de cómo controlar sus emociones y sentimientos al momento de desarrollar las diferentes actividades o discusiones que existe en los diferentes acontecimientos, la otra microempresa de igual forma no capacita a su personal operativo.

➤ **CONOCER AL CLIENTE.**

Se realizó la entrevista a los encargados de las Microempresas de Eventos Sociales, la cual sus respuestas variaron de distintos encargados de las microempresas, llegando a una conclusión se denota el siguiente:

Las Microempresas de Eventos Sociales, tienen una cartera de clientes fieles, esto debido a años de experiencia de servicio y responsabilidad por parte de la organización que brindan según datos recopilados de la Intendencia Municipal de Viacha, uno de los ejemplos de la Microempresa Shampan tiene una estimada de 20 clientes fieles y atiende dos veces al año dando un plus adicional con espectáculos Show, Garnish o un descuento del 10%. Otro de los ejemplos es de la Microempresa Alba que tiene 10 clientes fieles y realiza un descuento de 5% de los contratos que adquiere. Las microempresas de eventos sociales buscan estrategias de adquirir más clientes fieles dando un plus adicional o brindando un descuento.

4.1.4 INTERPRETACIÓN DE LA OBSERVACIÓN.

Rodríguez, (1991), La observación científica como método del conocimiento empírico, es la percepción dirigida a la obtención de información sobre objetos y fenómenos de la realidad; constituye la forma más elemental de conocimiento científico.

Luis Patzi (2019), La investigación requiere la observación de hechos y fenómenos, en las que participan: Sujetos, grupos, actores sociales en un contexto real (físico, social, cultural, laboral, etc.) donde se desarrollan sus actividades cotidianas.

En la presente investigación se realizó la observación en los distintos acontecimientos, como ser (Matrimonios, Bautizos, Quince años, Cabos de años, etc.) donde se observó al personal operativo de las Microempresas de Eventos Sociales, su comportamiento en cuanto al servicio que brindan.

**TABLA Nº 42
GUIA DE OBSERVACIÓN.**

Nº	ACCIONES A EVALUAR	REGISTRO DE CUMPLIMIENTO		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	Verificar la puntualidad de acuerdo al contrato establecido tanto el ingreso y salida			
2	Denotar el aislamiento a los problemas, como ser actitudes en el trabajo.			
3	Apuntar la forma de atención en cuanto a los pedidos de los clientes:			Aproximado 20min. Mínimo 5 min.
4	Señalar que su área de trabajo se encuentre limpia y ordenada.			
5	Percibir el ambiente si es propicio o no. (Trabajo en equipo).			

FUENTE: Elaboración Propia en base a los requerimientos de la investigación

➤ **PUNTUALIDAD**

Se observó en los diferentes acontecimientos en el año 2019 y a principios del año 2020 y finales del año 2020, que la mayor parte de los contratos que adquirieron no fueron puntuales, según al contrato establecido por parte del personal operativo de las microempresas de eventos sociales, al finalizar el acontecimiento la mayor parte de los contratos el personal operativo se retiraron con 20 minutos más de extra, pudiendo notar que aún existía el salón de eventos, los clientes incluso el grupo musical seguía a ritmo. Esto denota en que las microempresas de eventos sociales deben trabajar en cuanto a la puntualidad.

➤ **AISLAMIENTO A LOS PROBLEMAS. (ACTITUDES EN EL TRABAJO).**

Se observó en las Microempresas de eventos sociales en los distintos acontecimientos al personal operativo sobre las dificultades que se presentan durante el transcurso de las actividades desarrolladas en el trabajo. Uno de los ejemplos es de la Microempresa Shampan en fecha 14/12/2019. El señor Elar Villanueva Mansalva, en un evento de Matrimonio de religión demostró una actitud de responsabilidad y de solucionar problemas, ya que se suscitó cierta dificultad por parte del invitado del evento en cuanto falta de bebidas refrescantes y bocaditos calientes, donde el personal de trabajo presento una rápida y pronta solución a dicho percance. También se observó la falta de dominio de las emociones por parte del personal operativo, una hora antes de finalizar el evento el cliente muestra una actitud irrespetuosa hacia el personal que le atendió, pudiendo denotar la falta de aplicación de los factores de la inteligencia emocional, al no equilibrar las dos mentes tanto la racional y la emocional.

➤ **FORMA DE ATENCIÓN.**

Se recopiló datos sobre la guía de observación en los diferentes acontecimientos sociales en el año 2019. Se pudo denotar que el personal operativo es ineficiente al momento en brindar un pedido. El aproximado de tiempo que tarda es de 20 minutos al cumplir con el pedido y el mínimo es de 5 minutos. Por del parte del personal

operativo hacia un cliente incluso se pudo denotar que no cumplieron con el pedido que realizaron. También se observó en otros acontecimientos el exceso de invitados faltando ayuda al personal operativo, al finalizar el evento se pudo preguntar al encargado, ¿por que la falta de personal operativo? Llegando a la conclusión que en el contrato que establecieron no se cumplieron, una de las clausulas fue para 200 invitados, pero excedieron. Son datos que se deben prevenir al momento de concretar el contrato.

➤ **ÁREA DE TRABAJO:**

Se observó en las Microempresas de eventos sociales en los distintos acontecimientos, al personal operativo sobre las dificultades que se presentan durante el transcurso de las actividades desarrolladas en el trabajo, se denoto al inicio del acontecimiento se encuentra limpio y ordenado en el transcurso del desempeño se va denotando el desorden de los materiales, como también cada 1 o 2 horas ordenan y limpian las vajillas y utensilios, al finalizar el evento mayormente el personal operativo deja en desorden los materiales. Uno de los ejemplos de la microempresa Shampán recibe los materiales bajo un listado y en el transcurso del evento realiza un lavado de los materiales cada 30 minutos a 20 minutos, también relata el encargado Señor: Sergio Omar Callisaya Alcon, con lo de la pandemia se lava constantemente debido al contagio y al finalizar también se entrega bajo un listado todos los materiales y utensilios que se utilizaron. Dejando en orden toda el área de trabajo muy pocas microempresas mantienen el orden y la limpieza durante el desarrollo del trabajo en los distintos acontecimientos.

➤ **TRABAJO EN EQUIPO.**

Se recopiló datos según instrumento y guía de observación, en los distintos acontecimientos sociales en el año 2019, el personal operativo de las microempresas de eventos sociales al iniciar el acontecimiento al mando de su jefe, se organizan las tareas y funciones que desarrollaran durante el trabajo, a medida que transcurre el personal no cumple con las funciones encomendadas se denoto que existe un desorden en cuanto a la atención y al finalizar el evento la gran parte de los contratos que adquirieron no se denotaron el desorden de las actividades. La

mayor parte de las microempresas de eventos sociales tienen falencias en cuanto a la organización y trabajo en equipo.

4.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS.

En la presente investigación, se aplicó la prueba de hipótesis según datos estadísticos, recopilados a través de las encuestas, a los clientes como también al personal operativo de las Microempresas de eventos sociales en el Municipio de Viacha.

4.2.1 PRUEBA DE HIPÓTESIS.

Hipótesis nula e hipótesis de investigación.

Ho: $P = 0$ Hipótesis nula, la correlación de variables es igual a cero (la relación es cero).

A mayor aplicación de factores de la **inteligencia emocional** organizacional que compone la comprensión de los semejantes y a uno mismo y la aplicación de las relaciones humanas por parte del personal operativo, mayor será la influencia en la **calidad de servicio** en las microempresas de eventos sociales en el municipio de Viacha.

H1: $P \neq 0$ Hipótesis de investigación, la correlación de variable es diferente a cero (mayor a cero).

Los factores de la **inteligencia emocional** organizacional que compone la comprensión de los semejantes y a uno mismo y la aplicación de las relaciones humanas por parte del personal operativo, no influye en la **calidad de servicio** en las Microempresas de eventos sociales en el municipio de Viacha.

Nivel de significancia para la prueba:

$\alpha = 0,05$

Sampieri (2018), el margen de error nos da una estadística; Mientras más pequeños sean estos márgenes, los resultados de nuestras encuestas serán más exactos. En una muestra probabilística cada elemento de la población tiene una probabilidad de selección.

El nivel de significancia es la probabilidad de rechazar la hipótesis nula cuando es verdadera, el 0,05% es el riesgo que corremos de 5% es la máxima probabilidad de error en la prueba de hipótesis.

**TABLA N° 43
CORRELACIÓN DE VARIABLE**

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
INTELIGENCIA EMOCIONAL	,391	120	,000
VARIABLE DEPENDIENTE	,399	120	,000

FUENTE: Elaboración propia en base a datos estadísticos.

VALOR DE PRUEBA

KOLMOGOROV-SMIRNOV = 0,399

COMPARACIÓN DE p y f

p valor = 0.000 < f = 5%

DECISIÓN

Rechazo H_0

CONCLUSIÓN

Las puntuaciones de calidad de servicio difieren de la distribución normal El nivel de significancia es la probabilidad de rechazar la hipótesis nula, cuando es verdadera, el 0,05% es el riesgo que corremos de 5% es la máxima probabilidad de error en la prueba de hipótesis.

TABLA Nº 44
TABLA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE X (INTELIGENCIA EMOCIONAL),
VARIABLE DEPENDIENTE Y (CALIDAD DE SERVICIO)

CLIENTES	
INTELIGENCIA EMOCIONAL	CALIDAD DE SERVICIO
X	Y
22	25
22	25
18	30
13	4
18	30
13	6
22	25
13	6
18	30
18	30
13	6
22	25
13	6
18	30
18	30
13	6
18	30
13	6
13	4
18	30
13	6
13	6
13	6
18	30
13	6
18	30
13	6
22	25
13	6
13	6

18	30
13	6
18	30
13	6
13	4
22	25
13	6
13	6
13	6
18	30
13	6
13	6
18	30
13	6
13	6
13	6
18	30
13	6
18	30
13	4
13	6
18	30
13	6
13	6
13	6
13	6
22	25
13	6
13	4
18	30
13	6
18	30
13	6
13	6
13	6
22	25
13	6
18	30
13	6
18	30
13	6
13	6
13	6
22	25
13	6
18	30
13	6
18	30
13	6
13	6

13	6
18	30
13	6
13	6
13	6
18	30
13	6
18	30
13	6
13	4
22	25
13	6
13	6
13	6
13	6
13	6
13	6
18	30
13	6
13	6
13	6
18	30
13	6
13	6
18	30
13	6
13	6
13	6
18	30
13	6
22	25
13	6
13	6
13	6
13	6
13	6
13	6
13	6
13	6
18	30
13	6
13	6
18	30
13	6
18	30

13	6
22	25
13	6
18	30
18	30
13	6
18	30
13	6
18	30
13	6

FUENTE: Elaboración propia basado en resultados totales de la Variable Independiente y Variable Dependiente

Informar que la presente tabla se realizó de acuerdo a las respuestas de las encuestas dirigidas al cliente, donde se ponderaron cada una de ellas gracias al método de puntaje ponderado; se identificó las respuestas más importantes en cuanto a la Variable Independiente y Variable Dependiente, se le asignó un puntaje a cada respuesta y se totalizo con la sumatoria correspondiente.

Estadístico de prueba: Coeficiente de correlación de Pearson.

**TABLA Nº 45
CORRELACIÓN DE VARIABLE**

		INTELIGENCIA EMOCIONAL	VARIABLE DEPENDIENTE
INTELIGENCIA EMOCIONAL	Correlación de Pearson	1	,892**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	120	120
VARIABLE DEPENDIENTE	Correlación de Pearson	,892**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	120	120

FUENTE: Elaboración propia en base a datos recopilados.

Regla de decisión (valor de p).

Si $p > 0,05$, se acepta $H_0 = 0,892$.

Si $p < 0,05$, se acepta $H_1 = 0,892$.

Aplicación del estadístico y toma de decisión:

R: 0,892 \longrightarrow **89%**

Se rechaza la Hipótesis Nula y se aprueba la hipótesis de investigación con un nivel de significancia de 0,05 (menor a 0,05) y correlación del 89%.

Existe un grado de relación elevado entre inteligencia emocional organizacional ejercido por la calidad de servicio del personal operativo de las Microempresas de Eventos Sociales.

4.1.5 FACTORES DE INTELIGENCIA EMOCIONAL.

TABLA Nº 46
FACTORES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL.

VARIABLE INDEPENDIENTE. INTELIGENCIA EMOCIONAL.	FACTORES DE INTELIGENCIA EMOCIONAL
Interpersonal	<ul style="list-style-type: none">➤ Empatía➤ Control de impulsos➤ Expresión de sentimientos
Intrapersonal	<ul style="list-style-type: none">➤ Seguridad de uno mismo➤ Conocer las propias emociones➤ La propia automotivación➤ Autocontrol de las emociones y sentimientos
Relaciones humanas	<ul style="list-style-type: none">➤ Comunicación➤ Trabajo en equipo.➤ Organización en equipo➤ Sociabilidad

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados.

Factores son aquellos elementos que pueden condicionar una situación, volviéndose los causantes de la evolución o transformación de los hechos. Son datos que se recopilaron en base a la investigación requerida se llegó a la conclusión que estos factores son los más primordiales al momento de desarrollar una actividad en los distintos acontecimientos y que la mayor parte de las microempresas de eventos sociales, según datos estadísticos denotan que tienen falencias en el dominio del manejo de los factores emocionales.

4.1.6 NIVEL DE APLICACIÓN DE INTELIGENCIA EMOCIONAL.

El nivel de aplicación de la inteligencia emocional por parte del personal operativo de las microempresas de eventos sociales, se recopiló según las

encuestas realizadas al personal operativo y analizando con datos que se denota en el siguiente cuadro.

TABLA Nº 47
NIVEL DE APLICACIÓN DE INTELIGENCIA EMOCIONAL

PORCENTAJES % DE NIVEL DE APLICACIÓN DE INTELIGENCIA EMOCIONAL	PORCENTAJE DE APLICACIÓN DE NO APLICAR LA INTELIGENCIA EMOCIONAL
24	60
36	64
36	64
22	44
12	54
32	36
22	48
32	38
36	64
4	62
28	38
26	52

FUENTE: Elaboración en base a datos estadísticos

El nivel de aplicación de la inteligencia emocional se realizó sobre las encuestas realizadas al personal operativo, tomando en cuenta todos los factores, como se denota en cuadro el personal operativo de las microempresas de eventos sociales su nivel de aplicación de los factores de la inteligencia emocional es de 26% y el nivel de no aplicación es de 52%. Se denota bajo aplicación de la inteligencia emocional al momento de desarrollar la actividad.

4.1.7 NIVEL DE APLICACIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO.

El nivel de aplicación de la calidad de servicio por parte del personal operativo de las microempresas de eventos sociales, se recopiló según las encuestas

realizadas a los clientes o anfitriones y analizando con datos estadísticos. Se denota en el siguiente cuadro.

TABLA Nº 48
NIVEL DE APLICACIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO

NIVEL DE APLICACIÓN CALIDAD DE SERVICIO	NIVEL DE NO APLICACIÓN CALIDAD DE SERVICIO
38	57
38	62
10	62
38	62
28	62
38	62
38	62
28	62
28	67
28	62
38	62
28	62
28	62
31	62

FUENTE: Elaboración propia en base a datos estadísticos.

El nivel de aplicación de calidad de servicio se realizó sobre las encuestas realizadas a los clientes y anfitriones, tomando en cuenta todos los elementos, como se denota en el cuadro, de las microempresas de eventos sociales su nivel de aplicación de la calidad de servicio es del 31% y el nivel de no aplicación es de 62% se denota una baja aplicación de la calidad de servicio al momento de desarrollar la actividad, razón por la cual se desarrollará propuestas para mejorar el manejo de los factores emocionales. Para el personal operativo y así mejorar la calidad de servicio en las microempresas de eventos sociales.

CAPITULO V

PROPUESTAS

Patzi, L. (2019). La propuesta en la investigación, es la exposición de elementos relevantes que permitan la solución del problema, después de realizar el trabajo de campo y prueba de hipótesis. Puede estar traducido en un plan, programa o estrategia de transformación de la realidad.

El primer paso para practicar la autoconciencia es obtener una mayor conciencia de las emociones. Por lo general, excluimos nuestros sentimientos de nuestro proceso de decisiones y dependemos únicamente de nuestros pensamientos racionales, mientras que las emociones administradas de una manera constructiva pueden ayudar a lograr objetivos alinearnos con lo que queremos.

Se realizará la propuesta de métodos de mejoramiento emocional en el trabajo para el personal operativo de las Microempresas de eventos sociales y logren controlar sus emociones y sentimientos en el desarrollo de las actividades en los distintos acontecimientos sociales.

5.1 OBJETIVO DE LA PROPUESTA.

Desarrollar factores emocionales de la Inteligencia emocional organizacional a través de métodos para mejorar la actividad laboral en las Microempresas de eventos sociales.

5.1.1 MÉTODOS DE MEJORAMIENTO EMOCIONAL.

Se realizará seminarios al personal operativo de las microempresas de eventos sociales en coordinación con los Gerentes Generales y/o encargados de las Microempresas, para detallar el ambiente, los materiales, el costo y la certificación al personal operativo entre otras cosas, esto ayudará a las Microempresas a mejorar la calidad servicio en cuanto a eventos sociales.

5.1.2 PASO 1. ESQUEMA DE PROGRAMA DEL SEMINARIO PARA EL PERSONAL OPERATIVO.

Se describe el siguiente esquema, para describir y estructurar el programa de la propuesta para las microempresas de eventos sociales, son métodos de reconocimiento emocional para el personal operativo.

Se realizará actividades y técnicas para el personal operativo de las microempresas de eventos sociales para mejorar la calidad de servicio, haciendo un convenio con la organización de “CHAMA WAYNA”.

“CHAMA WAYNA”, “FUERZA JUVENIL”, es una organización más de 5 años de trayectoria que ayuda a las pequeñas y microempresas, dando seminarios, incentivos como ser (materiales, equipos, insumos, etc.). En el municipio de Viacha.

El siguiente cronograma se realizará con todas las microempresas de eventos sociales, y en coordinación con la organización de “CHAMA WAYNA”, el objetivo de propuesta es dar a conocer las técnicas de reconocimiento emocional y aplicación de las relaciones humanas por parte del personal operativo, así mejorar el grado de calidad de las microempresas de eventos sociales. Lo cual se denota el siguiente cronograma de actividades en la siguiente tabla.

TABLA N° 49
ACTIVIDADES Y TÉCNICAS PARA EL PERSONAL OPERATIVO DE LAS MICROEMPRESAS DE EVENTOS SOCIALES.

DIRIGIDO	CONTENIDO	ACTIVIDADES/TÉCNICAS	TIEMPO	PERIODO	FINANCIADOR
PERSONAL OPERATIVO	ACTIVIDADES INICIALES	Presentación de las Microempresas de Eventos Sociales dando la bienvenida	15 minutos	Semestral	Se realizara un convenio con la Unidad de la juventud "Ch'ama Wayna" del G.A.M.V. donde dicha unidad apoya a las micro empresas y emprendimientos con incentivos económicos y materiales para incrementar la fuerza de producción y/o servicio de las micro empresas y emprendimientos.
		Presentación del personal operativo de las Microempresas de Eventos Sociales	15 minutos		
	UNIDAD 1 INTELIGENCIA EMOCIONAL	Emociones Primarias I	30 minutos		
		Emociones Secundarias II	30 minutos		
		La rueda de emociones	30 minutos		
	UNIDAD 2 HABILIDADES BLANDAS.	Habilidades blandas	45 minutos		
		Habilidades duras	45 minutos		
		Trabajo en equipo	30 minutos		
		Empatía	30 minutos		
		Motivación	30 minutos		

FUENTE: Elaboración propia en base a la preparación de la propuesta.

UNIDAD I IMPORTANCIA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL Y CUADRO DE EMOCIONES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS:

INTELIGENCIA EMOCIONAL:

Las decisiones importantes requieren de la razón y del sentimiento. La razón es carente el sentimiento es ciega. La emoción es tan fundamental para pensar eficazmente, tanto para decidir inteligentemente, como para pensar con claridad.

EMOCIONES PRIMARIAS I. Las emociones primarias o básicas, son aquellas innatas en el ser humano. Se transmite por herencia genética, y no dependen ni de la sociedad en la que vivamos ni en la cultura ni la experiencia vivida.

Para que una emoción se considere básica, debe ser universal, reconocible a primera vista, puntual e implicar repercusiones físicas, las emociones primarias son variaciones de nuestro estado de ánimo provocados habitualmente por nuestro pensamiento, cuando surgen producen cambios psicológicos, fisiológicos, psicosomáticos:

En las Microempresas de Eventos Sociales se realizará un seminario al personal operativo dando a conocer las emociones primarias, para poder sobrellevar las dificultades que ocurren en los distintos acontecimientos y así mejorar el reconocimiento emocional y pensar eficazmente.

TABLA Nº 50
EMOCIONES PRIMARIAS I:

IRA	TRISTEZA
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Rabia ➤ Enojo ➤ Resentimiento ➤ Furia ➤ Indignación ➤ Irritabilidad ➤ Hostilidad y en caso extremo odio y violencia. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pena ➤ Desconsuelo ➤ Pesimismo ➤ Melancolía ➤ Soledad ➤ Desaliento ➤ Desesperación y en caso patológico depresión grave
MIEDO	AVERSIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ansiedad ➤ Aprensión ➤ Temor ➤ Preocupación ➤ Inquietud ➤ Incertidumbre ➤ Nerviosismo ➤ Angustia ➤ Susto 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desprecio ➤ Displícencia ➤ Asco ➤ Disgusto ➤ Repugnancia

FUENTE:.. Elaboración Propia en base a cuadro de emociones primarias.

• **EMOCIONES SECUNDARIAS:**

(Prof.: Cesar Brenis Verastegui, 2013), las emociones secundarias son las que se desarrollan a partir de las primarias, al ser más complejas se necesita que la persona tenga un grado de desarrollo, son emociones que surgen en un contexto de relación interpersonal, es decir, son las que se desarrollan a partir de la experiencia. Por lo consiguiente están condicionadas por los procesos de aprendizaje y sociabilización.

TABLA Nº 51
EMOCIONES SECUNDARIAS II

ALEGRIA	AMOR
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Felicidad ➤ Gozo ➤ Tranquilidad ➤ Contento ➤ Diversión ➤ Gratificación ➤ Satisfacción ➤ Capricho ➤ Deleite ➤ Dignidad 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aceptación ➤ Cordialidad ➤ Amabilidad ➤ Afinidad ➤ Devoción ➤ Adoración ➤ Enamoramiento
VERGÜENZA	SORPRESA
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Culpa ➤ Perplejidad ➤ Remordimiento aflicción ➤ Humillación ➤ Pensar y aflicción 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sobresalto ➤ Asombro ➤ Desconcierto ➤ Admiración

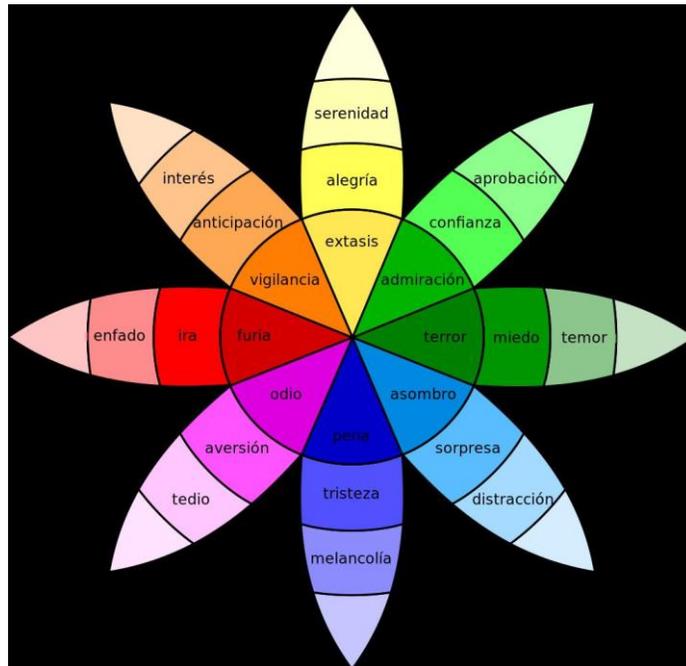
FUENTE: Elaboración propia en base a cuadro de emociones primarias.

LA RUEDA DE EMOCIONES.

PROPÓSITO DEL EJERCICIO PRÁCTICO.

Usando la rueda de las emociones, los participantes recibirán ayuda para comprender y describir sus emociones en situaciones difíciles y dar un nombre, ayudará a la persona a describir y manejar sus emociones. Para el entrenador este ejercicio puede dar la oportunidad de hablar sobre las emociones y saber qué siente la persona y ayudarlo a manejarlas.

IMAGEN Nº 7 RUEDA DE EMOCIONES



FUENTE: Rueda de emociones según el autor Brenis Verastegui..

La persona tiene la oportunidad de lidiar con sus propias emociones y hablar sobre ellas con otras personas.

PASO 2. HABILIDADES BLANDAS.

Introducción. Las habilidades blandas o sociales, es un conjunto de destreza, capacidades y aptitudes necesarias que debe tener una persona para relacionarse y comunicarse con otras personas y que le permitan integrarse y desempeñarse mejor en un trabajo y en sus relaciones personales, por ejemplo, la autoestima, capacidad de comunicar, asertividad, trabajo en equipo, adaptabilidad, flexibilidad, toma de decisiones, entre otras, estas competencias facilitan la incorporación y desenvolvimiento de las personas en un entorno de trabajo, potenciando de esta manera su capacidad productiva.

**TABLA Nº 52
DE HABILIDADES BLANDAS Y DURAS.**

HABILIDADES DURAS	HABILIDADES BLANDAS
<p>Se concentran en el saber hacer, tangible y medible, conocimiento y habilidades racionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo en equipo ➤ Motivación ➤ Empatía ➤ Sociabilidad ➤ Facilidad de comunicación ➤ Adaptación al cambio ➤ Capacidad para resolver problemas ➤ Actitud positiva ➤ Espíritu de servicio ➤ Tolerancia a la presión ➤ Respeto a las opiniones. 	<p>Relacionado con la inteligencia emocional, comportamiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Un título o certificado. ➤ Uso de programa de computación. ➤ El dominio de la lengua extranjera ➤ Manejo de una máquina de operación

FUENTE: Elaboración de habilidades blandas y duras.

Con estos pasos se mejorará el manejo de la inteligencia emocional en las Microempresas de eventos sociales, dando seminarios, cada comienzo del mes, como también, antes de empezar el evento en los diferentes acontecimientos.

Los resultados que obtendremos serán los siguientes:

- Mejora las habilidades personales
- Mejora el dominio de las emociones.
- Mejor planificación para solucionar los problemas que se presentan
- Más eficacia en resolución de conflictos
- Sociable
- Disminución de la ansiedad y el aislamiento.
- Expresión de sentimientos
- Manejo de sentimientos

- Dominio de impulsos
- Conocimiento de la diferencia entre sentimiento y acciones
- Equilibrio entre la mente emocional y racional.
- Conciencia de uno mismo.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

6.1 CONCLUSIONES.

➤ **Objetivo general.**

Los datos encontrados y el análisis estadístico efectuados han permitido alcanzar los objetivos planteados al inicio de la investigación. Se ha establecido que los factores de la inteligencia emocional organizacional del personal operativo se deben conocer y controlar las emociones propias, deben tener relaciones interpersonales satisfactorias que les permitan trabajar en grupo y poder realizar actividades conjuntas, existe una disminución en la calidad de servicio en las Microempresas de Eventos Sociales en la ciudad Industrial Viacha.

➤ **Objetivos específicos.**

El personal operativo de las Microempresas de eventos sociales, tienen un nivel de disminución en la aplicación de la inteligencia emocional, al momento de desempeñar las labores en los distintos acontecimientos sociales, baja desempeño, pérdida de clientes, disminución en la calidad de servicio como también denotan una falta de capacidad para enfrentar los cambios en el planteamiento de los problemas o de las situaciones a las que se enfrentan en los diferentes acontecimientos sociales.

Se identificó, la disminución de la calidad de servicio, de las Microempresas de eventos sociales, esto debido a no controlar los impulsos, la autoconciencia, la falta de motivación, el entusiasmo, la perseverancia, la falta de empatía, la agilidad mental, el desconocimiento y poca aplicación de la inteligencia emocional del personal operativo de las Microempresas de Eventos Sociales.

Se determinó el grado de relación a través de prueba estadística de Pearson, nos señala que el 89% existe la correlación entre las variables de Inteligencia emocional y calidad de servicio, estos datos nos señalan que cuanto más se aplican

la inteligencia emocional aumentaría la calidad de servicio en las microempresas de eventos sociales en el municipio de Viacha.

Se elaborará una propuesta para mejorar la calidad de servicio en las Microempresas de eventos sociales, que el personal operativo se capacite y adapte a los nuevos conocimientos de mejoramiento emocional en el trabajo y así aumentar la calidad de servicio en la atención al cliente, satisfaciendo las necesidades de los clientes y mejorando la imagen de las Microempresas de eventos sociales.

➤ **Conclusión de pregunta de investigación:**

Se determinó que la inteligencia emocional organizacional y aplicación de las relaciones humanas por parte del personal operativo influye en la calidad de servicio, de las variables determinan que la inteligencia emocional organizacional es dependiente de la calidad de servicio según datos estadísticos demostrados durante la investigación.

➤ **Conclusión de hipótesis:**

Se determinó que a mayor aplicación de factores de la **inteligencia emocional** organizacional que compone la comprensión de los semejantes y a uno mismo y la aplicación de las relaciones humanas por parte del personal operativo, mayor será la influencia en la **calidad de servicio** en las microempresas de eventos sociales en el municipio de Viacha.

6.2 RECOMENDACIONES.

Dar a conocer la importancia de desarrollar la inteligencia emocional al personal operativo de las Microempresas de Eventos Sociales, con la finalidad de que puedan tener habilidades asertivas al momento de enfrentarse a situaciones dificultosas en los distintos acontecimientos o en la vida cotidiana que así lo requieran.

Organizar cursos y capacitaciones para el personal operativo de las Microempresas de Eventos Sociales, ya que es en el núcleo donde se desempeñan sus labores, donde se pueden reforzar con mayor efectividad los diferentes elementos de la inteligencia emocional.

Con esta investigación se recomienda a las Microempresas de eventos sociales, capacitar al personal operativo, sobre métodos de mejoramientos emocional en el trabajo, así aumentar la calidad de servicio en los distintos acontecimientos sociales.

Que la presente investigación sirva a futuros investigadores, interesados en profundizar más el desarrollo de la inteligencia emocional en el ámbito de servicio y que sea de utilidad para todas las Empresas, Microempresas en el rubro de servicio y que apliquen la inteligencia emocional ya que es de vital importancia para todas las personas.

BIBLIOGRAFÍA

Información y Licencia de funcionamiento recabada de la Intendencia del Gobierno Autónomo Municipal de Viacha 2019.

Información recabada de la Intendencia del Gobierno Autónomo Municipal de El Alto 2019.

Información recabada de la Intendencia del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz 2019.

Amarista y Calderón (2018). *Sistemas de gestión de Calidad de Servicio ISO 9000*: Editorial - Bolivia.

Berry L. (2013), Influencia de la calidad de servicio. [pdf]

Choque, R. Chirinos, J. (2009). *Eficacia de Programa de Habilidades para la Vida en Adolescentes Escolares de Huancavelica*, Perú.

Ekman (2010). *La psicología de las dos mentes*, Argentina: editorial Buenos Aires - Argentina.

Espinosa, R. (2013). *La matriz de análisis DAFO (FODA)*, Registro Mercantil de Valencia en el Tomo 10339, Libro 7620, Folio 145,

Fondo Monetario Internacional (2018). *Organización en Washington*, Estados Unidos.

Foyes (2015) Manual de Inteligencia Emocional Practica, editorial Argentina-Buenos Aires.

Fundempresa Bolivia (2018). fundempresas.org.bo.

Gardner (2018). *La teoría de Inteligencia Emocional Múltiples*, Argentina: editorial Buenos Aires – Argentina.

Galeano (2004). *Metodologías de investigación*: Editorial Bolivia

Goleman (2002). *Inteligencia Emocional*, Argentina: editorial Buenos Aires – Argentina.

Goleman (2018). *Inteligencia Emocional en la Empresa*, Argentina: editorial Buenos Aires – Argentina.

Gonzales (2009). *Metodologías de investigación*, 5ta edición: editorial Argentina.

Hernández (2003). *Metodología de investigación*, Mc Graw Hill, México.

Herrera (1999). *Metodologías de Investigación*, Mc Graw Hill, México.

Instituto Nacional de Estadística (2018). Bolivia, <https://www.ine.gob.bo/>

Laguna y Rodríguez (2009). *Calidad de servicio*: editorial Argentina.

Ley N^a 3941 (21 de octubre de 2008). *Nueva Constitución Política del Estado*, La Paz, Bolivia.

Ley N^a 2206 (30 de mayo 2001). *Procedimiento Tributario para Espectáculos Públicos*, La Paz, Bolivia.

Mayer y Goleman (2002). *Inteligencia Emocional*, Argentina: editorial Buenos Aires - Argentina.

Müller de Lama (2010). *Cultura de Calidad de Servicio*, México: editorial – México.

Manuel Güell (2013). *Inteligencia Emocional*, Argentina: editorial Argentina.

Mendoza (2007). *Modelo de SERVQUAL*: Editorial Argentina.

Monografias.com *Inteligencia emocional*, <https://m.monografias.com>.

Monje A.C. (2012). *Metodología de la investigación Cuantitativa y Cualitativa*.
Colombia.

Montes, C. N. (2004). *La tesis y el trabajo dirigido*, Universidad Técnica de
Oruro.

Morales, F. (1994). *Psicología Social*, Mc. Graw Hill, España.

Muñoz Razo (2011). *Estrategias metodológicas*: editorial Bolivia.

Parasuraman, Zathami y Berry (2008). *Calidad de Servicio* [pdf]: editorial
EE.UU.

Patzi, L. (2019). *Guía práctica de Investigación Científica*, La Paz – Bolivia.

Patzi, L. (2017). *Métodos y técnicas de Investigación*, La Paz – Bolivia.

Plutchik, R. (2013), *Rueda de emociones*, [pdf], <https://www.google.com>.

Prof. Brenis Verastegui, C. (2013). *Importancia de la inteligencia emocional y
cuadro de emociones primarias y secundarias*, [pdf],
<https://www.google.com>.

Psicologia Online, *Inteligencia emocional las dos mentes*,
<https://www.psicologia-online.com>.

Quezada (2009). *Técnicas de incidentes críticos*: editorial Argentina.

Real Academia Española, (2019). Diccionario de la Lengua Española,
<http://www.rae.es/rae.html>, <http://www..rae.es/rae.html>.

Ruiz (2010). *Métodos de evaluación de calidad de servicio*: editorial Bolivia.

Salovey y Goleman (2002). *Inteligencia Emocional*, Argentina: editorial Buenos Aires - Argentina.

Sampieri (2014). *Metodología de la investigación científica*, 4ta edición,
McGraw Hill.

Sampieri (2014). *Metodología de la investigación científica*, 6ta edición,
McGraw Hill.

Sócrates (2010). *Conócete a ti mismo*, 4° edición: editorial España.

Tamayo M.T. (2003). *El proceso de investigación científica*. Limusa - México.

Universidad Americanum (2016). *Marco teórico de calidad de servicio*, [pdf],
Puebla – México.

Recuperado de: Wikipedia, *Calidad de Servicio*, <https://www.wikipedia.com.wiki>.

Recuperado de: Wikipedia, *Inteligencia Emocional*, <https://www.wikipedia.com.wiki>.

ANEXOS

LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO.

GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE VIACHA
SECRETARÍA MUNICIPAL ADMINISTRATIVA FINANCIERA
DIRECCIÓN DE RECAUDACIONES Y POLÍTICAS TRIBUTARIAS



LICENCIA MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO

Nro. Licencia: 2988

NOMBRE O RAZON SOCIAL: EVENTOS SHAMPAN
ACTIVIDAD: ATENCION DE EVENTOS Y ACONTECIMIENTOS SOCIALES
N°. DE NIT: S/N PMC: 9205502019 ZONA: ZONA A
SUPERFICIE OCUPADA S/S LIMITADA Mts² INICIO DE ACTIVIDAD: 04/05/2010
OBLIGACIONES FISCALES: PATENTES ANUALES
DIRECCIÓN Y ZONA: CALLE LETANIAS ESQUINA CALLE LIBERTAD, ZONA CENTRAL N° 77
FECHA DE EMISIÓN: 15/01/2021 FECHA DE VENCIMIENTO: 15/01/2022
N°. CONTROL: 5EEF3D6129146139DB34A3178124A991 REG. N° GAMV-13007049

NOTA: El cierre, ampliación o cambio de dirección de toda actividad económica sea TEMPORAL O DEFINITIVA obligatoriamente, deberá comunicarse a la Dirección de Recaudaciones y Políticas Tributarias, Palacio Consistorial (Plaza José Ballivián N° 102).
LA PRESENTE AUTORIZACIÓN DEBE SER EXHIBIDA EN LUGAR VISIBLE DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA.


DIRECTOR DE RECAUDACIONES Y POLÍTICAS TRIBUTARIAS



GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE VIACHA
SECRETARÍA MUNICIPAL ADMINISTRATIVA FINANCIERA
DIRECCIÓN DE RECAUDACIONES Y POLÍTICAS TRIBUTARIAS



LICENCIA MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO

Nro. Licencia: 2988

NOMBRE O RAZON SOCIAL: GASTRONOMICO UNION CRISTAL
ACTIVIDAD: ATENCION DE EVENTOS Y ACONTECIMIENTOS SOCIALES
N°. DE NIT: S/N PMC: 1584569 ZONA: ZONA B
SUPERFICIE OCUPADA S/S LIMITADA Mts² INICIO DE ACTIVIDAD: 04/02/1996
OBLIGACIONES FISCALES: PATENTES ANUALES
DIRECCIÓN Y ZONA: AVENIDA MONTES A MEDIA CUADRA DEL CEMENTERIO GENERAL DE VIACHA
FECHA DE EMISIÓN: 12/01/2021 FECHA DE VENCIMIENTO: 12/01/2022
N°. CONTROL: 5EEF3D6129146139DB34A3178124A991 REG. N° GAMV-12000445

NOTA: El cierre, ampliación o cambio de dirección de toda actividad económica sea TEMPORAL O DEFINITIVA obligatoriamente, deberá comunicarse a la Dirección de Recaudaciones y Políticas Tributarias, Palacio Consistorial (Plaza José Ballivián N° 102).
LA PRESENTE AUTORIZACIÓN DEBE SER EXHIBIDA EN LUGAR VISIBLE DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA.


DIRECTOR DE RECAUDACIONES Y POLÍTICAS TRIBUTARIAS



LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO

**GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE VIACHA
SECRETARÍA MUNICIPAL ADMINISTRATIVA FINANCIERA
DIRECCIÓN DE RECAUDACIONES Y POLÍTICAS TRIBUTARIAS**



LICENCIA MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO



Nro. Licencia: 2988

NOMBRE O RAZON SOCIAL: GASTRONOMICO 12 DE DICIEMBRE

ACTIVIDAD: ATENCION DE EVENTOS Y ACONTECIMIENTOS SOCIALES

N°. DE NIT: S/N PMC: 2357900 ZONA: ZONA A

SUPERFICIE OCUPADA S/S LIMITADA Mts² INICIO DE ACTIVIDAD: 04 /06 /2001

OBLIGACIONES FISCALES: PATENTES ANUALES

DIRECCIÓN Y ZONA: AV. PISAGUA ENTRE MACARIO PINILLA E INDEPENDENCIA

FECHA DE EMISIÓN: 06/01/2021 FECHA DE VENCIMIENTO: 06/01/2020

N°. CONTROL: 5EEF3D6129146139DB34A3178124A681 REG. N° GAMV-5004758

NOTA: El cierre, ampliación o cambio de dirección de toda actividad económica sea TEMPORAL O DEFINITIVA obligatoriamente, deberá comunicarse a la Dirección de Recaudaciones y Políticas Tributarias, Palacio Consistorial (Plaza José Ballivián N° 102).

LA PRESENTE AUTORIZACIÓN DEBE SER EXHIBIDA EN LUGAR VISIBLE DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA




DIRECTOR DE RECAUDACIONES Y POLÍTICAS TRIBUTARIAS



**GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE VIACHA
SECRETARÍA MUNICIPAL ADMINISTRATIVA FINANCIERA
DIRECCIÓN DE RECAUDACIONES Y POLÍTICAS TRIBUTARIAS**



LICENCIA MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO



Nro. Licencia: 2988

NOMBRE O RAZON SOCIAL: GASTRONOMICO "ALBA"

ACTIVIDAD: ATENCION DE EVENTOS Y ACONTECIMIENTOS SOCIALES

N°. DE NIT: S/N PMC: 6932525 ZONA: ZONA B

SUPERFICIE OCUPADA S/S LIMITADA Mts² INICIO DE ACTIVIDAD: 12 /12 /2006

OBLIGACIONES FISCALES: PATENTES ANUALES

DIRECCIÓN Y ZONA: AV. BARRIENTOS ESQUINA CALLE 18 DE NOVIEMBRE

FECHA DE EMISIÓN: 18/01/2021 FECHA DE VENCIMIENTO: 18/01/2022

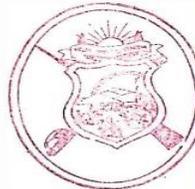
N°. CONTROL: 5EEF3D6129146139DB34A3178124A681 REG. N° GAMV-1018467

NOTA: El cierre, ampliación o cambio de dirección de toda actividad económica sea TEMPORAL O DEFINITIVA obligatoriamente, deberá comunicarse a la Dirección de Recaudaciones y Políticas Tributarias, Palacio Consistorial (Plaza José Ballivián N° 102).

LA PRESENTE AUTORIZACIÓN DEBE SER EXHIBIDA EN LUGAR VISIBLE DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA




DIRECTOR DE RECAUDACIONES Y POLÍTICAS TRIBUTARIAS



PERSONAL OPERATIVO DE MICROEMPRESAS.





DECORACIONES DE CENTROS DE MESA O FIGURAS PARA CUECAS.



FACTORES ECONOMICOS DE LA CIUDAD DE VIACHA



FABRICA DE CEMENTO VIACHA



**ACTIVIDAD AGRICULTORA EN LA COMUNIDAD DE CONTORNO DE VIACHA
HIBERNADERO DE LECHUGA**



ACTIVIDAD GANADERA EN LA FERIA DE GANADO VIACHA

FACTORES SOCIALES EN LA CIUDAD DE VIACHA



FESTIVIDADES DE LA VIRGEN DEL ROSARIO 07-10-18



FESTIVIDADES DE LA VIRGEN DE LETANIAS 23-07-18

ATENCIÓN DE EVENTOS EN TIEMPOS DE PANDEMIA COVID-19



