



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES
RELEVANTES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL PARA
LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO
HOSPEDAJES EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021

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

AUTOR

CARHUAPOMA TRUJILLO, GUADALUPE DORIS
ORCID: 0000-0003-4101-839X

ASESOR

MGRT. ESTRADA DÍAZ ELIDA ADELIA
ORCID: 0000-0001-9618-6177

HUARAZ – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Carhuapoma Trujillo, Guadalupe Doris

ORCID: 0000-0003-4101-839X

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Huaraz, Perú

ASESOR

Mgtr. Estrada Díaz Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote-Facultad de Ciencias e Ingeniería, Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Mgtr. León Vigo Maritza

ORCID: 0000-0002-1003-0372

Mgtr. Patiño Niño Victor Helio

ORCID: 0000-0002-4660-9490

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Angel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. León Vigo Maritza

ORCID: 0000-0002-1003-0372

Presidente

Mgtr. Patiño Niño Victor Helio

ORCID: 0000-0002-4660-9490

Miembro

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Angel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, quien ha forjado mi camino y me ha dirigido por el sendero correcto. A todos los docentes de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote por ayudarme a concluir satisfactoriamente mi formación profesional de manera exitosa.

DEDICATORIA

A mi pareja Edwin Valencia quien, con su amor, me ayudo tanto económico y moralmente a cumplir este sueño, su apoyo incondicional y por la confianza que deposito en mi hizo que llegue hasta el final.

A mis padres Manuel y Dora y familia quien con su apoyo incondicional y su constante motivación, compañía, amor y comprensión se pudo lograr todos los

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021, tuvo como objetivo general; Establecer la propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad del emprendimiento de las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021, donde se empleó la metodología de diseño: no experimental - transversal - descriptivo- de propuesta, se efectuó mediante el cuestionario de 14 preguntas, se aplicó la técnica de la encuesta a 22 representantes del rubro hospedaje, obteniendo como resultado que el 63,60 algunas veces tiene la habilidad de comprender a los demás, y que el 54,50% siempre conoce las habilidades que posee, además 54,50% algunas veces controla los impulsos frente a los colaboradores y huéspedes, el 54,50% algunas veces por medio del optimismo la empresa está bien posicionada, y el 54,50% algunas veces mediante el manejo de conflictos resuelve los problemas en la empresa. Se concluye que los Hospedajes presentan falencias en la aplicación de la inteligencia emocional y esto puede traer consecuencias como el cese de estos establecimientos.

Palabras clave: hospedajes, inteligencia emocional, MYPES, sostenibilidad de los emprendimientos.

ABSTRACT

The present research work has as a question: What are the proposals to improve the relevant factors for emotional intelligence in the sustainability of the undertakings of the MYPES of the Lodging category in the city of Huaraz, 2021?, Its main objective was to improve the Emotional intelligence for the sustainability of the entrepreneurship of micro and small companies in the Lodging category in the city of Huaraz, 2021, where the methodology of a quantitative type and a descriptive level with a non-experimental and cross-sectional design was used, it was carried out through the questionnaire of 19 questions, the survey technique was applied to 22 managers of the lodging sector, obtaining as a result that 54.5% always know the skills they possess, and 54.5% sometimes control impulses in front of collaborators and guests. , 54.5% sometimes through optimism the company is well positioned, 63.6 sometimes has the ability to buy understand others and 54.5% sometimes solve problems in the company through conflict management. It is concluded that they need to make changes in this area to improve emotional intelligence such as self-awareness, self-management, motivation, empathy and social skills.

Keywords: lodging, emotional intelligence, MYPES, sustainability of enterprises

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Jurado evaluador y asesor	iii
4. Agradecimiento y/o dedicatoria	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y figuras	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la literatura.....	5
III. Hipótesis.....	23
Iv. Metodología	24
4.1. Diseño de la investigación	24
4.2. Población y muestra	26
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	30
4.5. Plan de análisis.....	30
4.6. Matriz de consistencia.....	32
V.Resultados.....	38
5.2. Análisis de resultados.....	46
VI. Conclusiones	56
Aspectos complementarios	58
Referencias bibliográficas.....	78
Anexos	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de la conciencia de uno mismo como factor relevante de la inteligencia emocional de las MYPES del rubro hospedaje	38
Tabla 2. Características de la autogestión como factor relevante de la inteligencia emocional de las MYPES del rubro hospedaje.....	39
Tabla 3. Características de la motivación como factor relevante de la inteligencia emocional de las MYPES del rubro hospedaje.....	40
Tabla 4. Características de la empatía como factor relevante de la inteligencia emocional en las MYPES del rubro hospedaje.....	41
Tabla 5. Características de la habilidad social como factor relevante de la inteligencia emocional de las MYPES del rubro hospedaje.....	42
Tabla 6. Propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional de las MYPES del rubro hospedaje.....	36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras (Anexos)

Figura 1. Habilidades que posee	102
Figura 2. Trasmite confianza a sus clientes.....	102
Figura 3. Estados de ánimo de los colaboradores y clientes.....	103
Figura 4. Apertura al cambio.....	103
Figura 5. Control de los impulsos	104
Figura 6. Controla los estados de ánimo	104
Figura 7. Alcance de los objetivos planificados.....	105
Figura 8. Comprometido con la organización por medio de la motivación.	105
Figura 9. La empresa está bien posicionada por el optimismo.	106
Figura 10. Trata amablemente a los clientes para fidelizarlos	106
Figura 11. Habilidad de comprender a los demás	107
Figura 12. Habilidad de liderazgo.....	107
Figura 13. Manejo de conflictos	108
Figura 14. Poder de persuasión	108

I. INTRODUCCIÓN

En un mundo competitivo como se muestra actualmente, las micro y pequeñas empresas (MYPES), del rubro hospedaje, tienen problemas para establecer una empresa sostenible tanto económico, social y ambiental, ya que no poseen cultura financiera, y no realizan el bio negocio esto es el punto de encuentro entre empresas tradicionales y los ambientales a los que les interesa cuidar el medio ambiente ya que con ello pueden incrementar sus ingresos económicos y ambientales positivos y gracias a la sostenibilidad podrán disfrutar y satisfacer las necesidades presentes sin perjudicar las necesidades de las futuras generaciones, incorporando la innovación (Baz, 2020). Así mismo se presentan más problemas del tema en mención porque de acuerdo Avolio, Mensones y Roca (2017) las MYPES tienen dificultades para el óptimo crecimiento y incrementar las habilidades de desarrollar los recursos necesarios e incluir a los colaboradores en la organización, además de repartir los recursos de manera eficiente, ya que no articulan las empresas en mantener el espíritu empresarial y responsabilidad con el ambiente.

Al respecto Garrido (2018) manifiesta que la inteligencia emocional de las micro y pequeñas empresas (MYPES) conformadas por el rubro hospedaje en la ciudad de Huaraz, tiene problemas ya que no saben manejar y controlar adecuadamente sus emociones e impulsos, es por ello que los colaboradores no se sienten identificados con la empresa, es fundamental tener presente que emociones quieren transmitir ya que en la vida moderna tenemos una vida muy acelerada, sin pensar en cómo nos sentimos.

El problema con este es que corremos el riesgo de hacernos daño a nosotros mismos y a los demás al no afrontar nuestras emociones, además el mal o buen humor es fácilmente contagioso entre los colaboradores, asimismo la inteligencia emocional es absolutamente esencial para saber formar, desarrollar relaciones grupales en el rubro hospedaje, ya que a nadie le gusta trabajar con una persona incapaz de establecer una conexión verdadera.

Del mismo modo se presenta más problemas de la inteligencia emocional en el rubro en mención de acuerdo con Mamani (2018) cuando realizan las quejas los huéspedes los recepcionistas o colaboradores no saben persuadir o calmar la ira ya que no escuchan o muestran interés en lo que dice el cliente, es por ello la mayoría de los hospedajes pierden reputación, ya que la calidad de un hospedaje está en la prevención de situaciones y además de resolver rápidamente las dificultades que se presente. Por todo lo mencionado se plantea el siguiente problema de investigación: ¿la propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional permite la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021?.

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el objetivo general: Establecer la propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad del emprendimiento de las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021. Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:

Definir las características de la conciencia de uno mismo como factor relevante de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021. Identificar las características de la autogestión como factor relevante de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021. Describir las características de la motivación como factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021. Determinar las características de la empatía como factor relevante de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021. Desarrollar las Características de la habilidad social como factor relevante de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021. Elaborar una propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021.

Esta investigación se justificó porque se planteó propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional, y se estableció la importancia que tiene en la empresa del rubro hospedaje en la ciudad de Huaraz, ya que se realizó la propuesta de mejora para que con ello puedan aplicar todos las empresas del rubro hospedaje, es de suma importancia que las empresas comprendan que la inteligencia emocional es vital para desarrollar la sostenibilidad de los emprendimientos, ya que los colaboradores

podrán manejar mejor sus emociones tanto entre ellos como para los huéspedes, ello hará posible el éxito de la organización, logrando así los objetivos establecidos. Asimismo, la investigación servirá como material de consulta y referencia para futuras investigaciones con el tema de estudio.

La investigación que se utilizó fue de diseño: no experimental - transversal - descriptivo- de propuesta, se efectuó mediante el cuestionario de 14 preguntas, se aplicó la técnica de la encuesta a 22 representantes del rubro hospedaje, obteniendo como resultado que el 63,60% algunas veces tiene la habilidad de comprender a los demás, y que el 54,50% siempre conoce las habilidades que posee, además 54,50% algunas veces controla los impulsos frente a los colaboradores y huéspedes, el 54,50% algunas veces por medio del optimismo la empresa está bien posicionada, y el 54,50% algunas veces mediante el manejo de conflictos resuelve los problemas en la empresa. Se concluye que los Hospedajes presentan falencias en la aplicación de la inteligencia emocional y esto puede traer consecuencias como el cese de estos establecimientos.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes internacionales

Medina (2017) en su tesis *La Inteligencia Emocional y su relación con los tipos de Liderazgo en los altos mandos de la empresa Idiomas Sudamérica IDISUD Compañía Limitada*, presentada en la universidad central del Ecuador para obtener el grado de licenciado en psicología Industrial, el objetivo específico fue evaluar el nivel de inteligencia emocional de los altos mandos de la empresa Idiomas Sudamérica IDISUD Compañía limitada. La investigación se desarrolló con un enfoque cuantitativo y diseño no experimental, para obtener la información se realizó la muestra de 272 trabajadores con 45 preguntas, donde se obtuvo el siguiente resultado; en relación al factor de autoconciencia el 67 % son altos ya que conocen las habilidades que posee y el 50 % siempre están dispuestos a la apertura al cambio, se evidencia que existen factores que aun debemos mejorar para que este alcance un mejor nivel, dentro de las principales conclusiones, en la empresa se presentan situaciones donde los niveles de estrés son más evidentes, como por ejemplo: un mes donde las ventas no han alcanzado las metas esperadas, es aquí cuando los altos mandos no logran identificar del todo sus cambios de humor y tienden a actuar a la defensiva, dejándose llevar por opiniones externas y no por la verdadera causa, para lograr un equilibrio en la empresa y superar esta crisis.

Perafán (2018) en su investigación *Influencia de la inteligencia emocional en el desempeño comercial de los empleados de las oficinas de servicio de la sucursal valle del cauca, del banco Davivienda durante el año 2018* presentado en la universidad Santiago de Cali para optar el grado de licenciado en administración de empresas, el objetivo general fue analizar la influencia de la inteligencia emocional en el desempeño comercial de los empleados de las oficinas de servicio de la sucursal Valle del Cauca, del Banco Davivienda durante el año 2018. La siguiente investigación se desarrolló mediante un nivel descriptivo no experimental, para optar la información se realizó la muestra de 120 colaboradores de la empresa con 14 preguntas, donde se obtuvo los siguientes resultados; que el 60 % siempre tratan amablemente a los clientes para fidelizarlos, que identifican las razones de su frustración, reconocen los efectos negativos de estas (calificación de 3.9 en promedio). Este rango tiende a que en algunas ocasiones ellos reconocen este tipo de emociones, aun así, también sabiendo que si consideran negativas las emociones estas son expresadas teniendo en cuenta que son seres humanos con sentimientos. Los encuestados manifiestan que expresan con facilidad su tristeza, una emoción que es difícil de manera dado a que se relaciona con sufrimiento en muchos casos, pero aun así lo hacen además porque conocen sus límites emocionales; dentro de las principales conclusiones: la inteligencia emocional (IE) no solo funciona en el ámbito laboral, es por eso que los informadores cuentan con un nivel de IE sobresaliente que puede ser utilizado en sus funciones diarias, cumpliendo con sus funciones en la atención al cliente, operativa, comercial, administrativa y de la seguridad de la información.

Franco (2017) en su tesis *Inteligencia emocional y bienestar laboral de los servidores públicos del consejo nacional para la igualdad intergeneracional*, presentada en la universidad central del Ecuador para obtener el grado de licenciado en psicología Industrial, el objetivo general fue analizar si la inteligencia emocional influye en el bienestar laboral de los servidores del Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional. La investigación se desarrolló con un enfoque cuantitativo y diseño no experimental, para obtener la información se realizó la muestra de 40 trabajadores con 10 preguntas cerradas, donde se obtuvo los siguientes resultados: la inteligencia emocional con más influencia en la población investigada son afrontamiento conductual con 13 servidores los cuales son del 50 % de género femenino ubicados en la escala normal, Pensamiento Categórico con 10 servidores de género femenino de igual manera ubicados en la escala normal y el Pensamiento Constructivo global con 10 servidores mismos que son de género femenino ubicados en la escala Normal; dentro de las principales conclusiones: la inteligencia emocional influye en alto grado pensamiento mágico y dispuesto al cambio en el Trabajo (84 %) y controlan sus impulsos medio grado (50 %). También en medio grado controlan los estados de ánimo en el Trabajo (60 %), el 60 % en alto grado mediante el manejo de conflictos resuelve los problemas de la empresa

Noguera (2017) en su investigación *La inteligencia emocional y el comportamiento creativo e innovador de los empleados del sector terciario en las pymes de España*, presentado en la universidad católica de Murcia para obtener el grado de doctorado en ciencias sociales, el objetivo principal fue de ayudar a las PYMES españolas a ser más innovadoras, proporcionando una guía para gestionar y

fomentar la creatividad de sus empleados. La investigación se desarrolló con un enfoque cuantitativo, para obtener la información se realizó la muestra de 250 trabajadores con preguntas ordinales, donde se obtuvo los siguientes resultados; que el 50% a veces reconoce los estados de ánimo de sus colaboradores, 30 % siempre utiliza sus emociones y un 10 % nunca utiliza sus emociones en la empresa, por lo tanto se llevó a la conclusión que el 50 % a veces reconoce los estados de ánimo de sus colaboradores y saben controlar en el momento de tratar entre ellos y a los clientes; 50 % siempre la habilidad de liderazgo en equipo se ejecuta en la empresa, dentro de las principales conclusiones: Para tener empleados con altos niveles de IE, teniendo en cuenta el contexto empresarial (PYME española), cabe considerar diversos aspectos como, a la hora de llevar a cabo la selección o reclutamiento de personal, y también , una vez dichas personas se incorporan a la estructura de la empresa; y por último, las acciones que se pueden llevar a cabo con la plantilla estable de empleados.

Antecedentes nacionales

Broncano (2019) en su tesis *inteligencia emocional y atención al cliente de las mype rubro hospedajes en la provincia de ayabaca, año 2019*, presentada en la universidad católica los ángeles de Chimbote para optar el título profesional de licenciado en administración, el objetivo específico fue Analizar la estructura de atención al cliente en las MYPE rubro hospedaje en la provincia de Ayabaca año 2019. La investigación se desarrolló con un enfoque cuantitativo, y nivel descriptivo no experimental, para optar la información se realizó la muestra de 384 clientes y 10 propietarios con 32 preguntas de la escala ordinal, donde se obtuvo los siguientes

resultados; que el 33,3% son de edades de 70 años, además el 66,7% son de género Masculino, y el 66,7% tienen un nivel primaria por lo tanto se llegó a las siguientes conclusiones: que él se identificó que el nivel de satisfacción de los clientes de las MYPES del rubro hospedajes en la provincia de Ayabaca es regular debido a la existencia de personal que se encuentra medianamente capacitado para desempeñar las funciones asignadas; así mismo los atributos en general ofrecidos por el hospedaje es aceptable pero no supera del todo las expectativas esperadas por el cliente lo que conlleva a que la empresa no se encuentre en condiciones óptimas para ser recomendado en su totalidad.

Troncoso (2018) en su tesis *La inteligencia emocional y desempeño laboral de colaboradores del Hotel Cabaña Quinta*, presentado en la universidad Andina del Cusco para optar el grado de licenciado en Administración, el objetivo principal fue determinar en qué medida la inteligencia emocional se relaciona con el desempeño laboral en los colaboradores de la empresa “Hotel Cabaña Quinta”. La investigación se desarrolló con enfoque cuantitativo, y nivel descriptivo no experimental, para optar la información se realizó la muestra de 30 colaboradores de la empresa con 10 preguntas de la escala ordinal, donde se obtuvo los siguientes resultados; que el 53.33% siempre conoce las habilidades que posee, en lo que se refiere a la inteligencia emocional, que el 56.67% siempre con la empatía de la variable Inteligencia emocional; que el 60 % siempre se ejecuta el liderazgo en equipo en la empresa, por lo tanto se llegó a las siguientes conclusiones: que el 56.67% siempre comprender la situación de los demás y entender las emociones del otro, esto implica una mayor colaboración , ya que todos están abiertos a la hora de poder expresar sus emociones,

además en el autoconocimiento los colaboradores, pudiendo tener un dominio de su madurez o autopercepción de sí mismos, esto no afectará de cómo se desempeñan en el trabajo.

Arpi y Cartagena (2017) en su investigación *Inteligencia emocional y desempeño laboral del área de recepción de los hoteles de 3 estrellas, Arequipa 2016*, presentado en la universidad nacional de San Agustín para obtener el grado de licenciado en turismo y hotelería, el objetivo principal fue analizar cuál es la relación entre la inteligencia emocional y el desempeño laboral de los recepcionistas de los hoteles de 3 estrellas en la ciudad de Arequipa. La siguiente investigación tuvo un enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transeccional, para obtener la información se realizó una muestra de 22 hoteles y la encuesta contenían 21 preguntas cerradas donde se utilizó la escala Likert, donde se obtuvo los siguientes resultados el 50,0 % son de grado de instrucción superior universitario, y el 57.7% de los recepcionistas a veces tiene influencia como líder en sus compañeros de trabajo, un 30.8% a veces lo tiene y un 11.5% siempre tiene influencia, demuestra que es necesario trabajar en el liderazgo de los recepcionistas pues el líder es el encargado de guiar, motivar; y por otro lado el 53.8% de los recepcionistas se ponen en el lugar de los huéspedes o compañeros de trabajo, un 38.5% se ponen a veces en el lugar y un 7.7% se pone siempre, esto permite ver el grado de empatía con los demás, y el 52.3 % a veces reconoce los estado de ánimo de los clientes y de los que laboran en la organización dentro de las principales conclusiones: la relación que existe entre la inteligencia emocional y el desempeño laboral de los recepcionistas de los hoteles de 3 estrellas en la ciudad de Arequipa es inversa y muy baja o poco significativa, por lo

cual se concluye que estas dos variables son casi independientes, por ello poco interviene la inteligencia emocional en las actividades de los recepcionistas que tal vez se hagan de forma mecánica.

Coseatado (2017) en su investigación *Nivel de inteligencia emocional de los colaboradores del Sonesta Hotel El Olivar del distrito de San Isidro, año 2017*, presentado en la universidad César Vallejo para obtener el grado de licenciado en administración en turismo y hotelería, el objetivo principal fue determinar el nivel de inteligencia emocional de los colaboradores de las áreas operativas del Sonesta Hotel el Olivar del distrito de San Isidro, año 2017, la siguiente investigación fue de diseño no experimental trasversal y enfoque cuantitativo, la muestra de estudio estuvo conformada de 50 colaboradores y las encuesta se realizó con una escala ordinal con 6 preguntas cerradas, donde se obtuvo el siguiente resultado, que el 60, 3 % son administradores en el hospedaje, y que por el optimismo la empresa está bien posicionada 66% de los colaboradores es aceptable, mientras que la motivación del 28% (14) e excelente y el 45 % es aceptable ya que están comprometidos con la organización por la motivación , esto refleja que los colaboradores se sienten motivados en la empresa; dentro de las principales conclusiones: en cuanto al nivel de inteligencia emocional de los colaboradores del Hotel, se determinó que se encuentran en un nivel aceptable, en cuanto al nivel de motivación de los colaboradores del Hotel, se identificó que el nivel es aceptable, dado a que desarrollan el compromiso y el optimismo.

Antecedentes locales

Mamani (2018) en su investigación *Inteligencia emocional y la satisfacción del cliente de la universidad privada Telesup S.A.C de la ciudad de Huaraz, 2015*, presentado en la universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo para obtener grado de Maestro en Administración, donde el propósito es determinar la incidencia de la inteligencia emocional de los trabajadores en la satisfacción de los clientes de la Universidad Privada Telesup S.A.C. La siguiente investigación tuvo de tipo descriptivo diseño transeccional – no correlacional, para obtener la información se realizó una muestra de 58 encuestas donde se utilizó el cuestionario con 20 preguntas de escala ordinal, dentro de las principales resultados: que el 60% responden que es bueno que transmiten confianza a los clientes adecuadamente y 50 % que es regular que alcancen los objetivos en las organizaciones y el 60 % que es regular alcanzar el poder de persuasión, convence a los huéspedes a alojarse en la empresa; dentro de las conclusiones: que la inteligencia emocional en general de la universidad privada Telesup S.A.C, es regular ya que los empleados no transmiten confianza en su totalidad a los clientes.

Romero (2018) en su tesis *Empowerment y trabajo en equipo en el personal de servicio de los establecimientos de hospedaje de tres estrellas de la ciudad de Huaraz, región Ancash, 2018*, presentado en la universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo para obtener el título profesional de licenciada en turismo, donde el objetivo específico fue Identificar el nivel de relación que existe entre la toma de decisiones y

la resolución de problemas en el personal de servicio de los establecimientos de hospedaje de tres estrellas de la ciudad de Huaraz, región Ancash, 2018. La siguiente investigación tuvo de tipo cuantitativo diseño descriptiva correlacional donde fueron 148 cuestionarios con 20 preguntas cerradas y de opción múltiple, donde se obtuvo como resultado que el 58,4 % son de grado de instrucción universitario, que el 58.1 % de personal de servicio en los establecimientos de hospedaje de tres estrellas de la ciudad de Huaraz tienen edades 36 a 45 años. Mientras tan sólo el 1,4% del personal tiene edades de 46 a 53 años; el 54,0 % son administradores dentro de la conclusión: se ha determinado que existe baja relación en el personal de servicio de los establecimientos de hospedaje de tres estrellas de la ciudad de Huaraz, región Ancash, 2018 Los motivos que se reflejan son los resultados bajos que arrojan los indicadores de la variable empowerment, los cuales son bajo nivel de personalidad, flexibilidad, empatía, y carencia de iniciativa.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Variable: Inteligencia emocional.

Gómez (2018) menciona que la inteligencia emocional es la capacidad de descubrir y gestionar las propias emociones y de las personas del entorno, en las organizaciones las personas con más inteligencia emocional son más capaces de liderar cuando se presenta algún problema y además puedan destacar a la hora de establecer conexiones personales positivas y solidas a largo plazo con los clientes y colaboradores. Arrabal (2018) afirma que la inteligencia emocional es la capacidad de la aceptación y la gestión consiente de las emociones teniendo en cuenta la importancia

que tienen en todas las decisiones y pasos que damos durante nuestra vida profesional y personal, aunque no seamos conscientes de ello, ya que una persona con un alto grado de coeficiente emocional puede tomar mejores decisiones.

Goleman (2018) afirma que la inteligencia emocional (IE) en las empresas demandan profesionales capaces de gestionar y reconocer sus propias emociones y la de nuestras relaciones de forma eficaz, y luego usar esos saberes para orientar la manera de pensar y actuar, ya que el factor de éxito más importante en la vida profesional es la IE más que el coeficiente intelectual (CI), por ende, la IE es responsable del 85 y el 90 % del éxito. Finalmente influye a la hora de tomar decisiones, resolver conflictos, trabajar bajo presión y adaptación a las distintas situaciones.

De igual manera Aguirre (2016) indica en el ámbito empresarial los gerentes más eficaces son emocionalmente inteligentes debido a su claridad de objetivos y metas, y la confianza en sí mismo también su poder de influir positivamente y de leer los pensamientos ajenos, y además se adapta fácilmente a las condiciones de la empresa ya que sabe manejar el autocontrol en situaciones de estrés, y también siempre están motivados y son generadores de entusiasmo, saben trabajar en equipo y responden constructivamente ante las críticas y tienen una mayor empatía.

Nachtigall (2018) menciona que las habilidades permite a los líderes maximizar su rendimiento tanto económico y emocional y la de sus colaboradores además volverse más sabio y equilibrado, por lo tanto para resolver problemas y la toma de decisiones es y será cada vez más grupal, ya que todos pueden mejorar sus

actitudes mediante la persistencia, practica y desarrollar mediante los valores tanto profesionales como personales, ello fomenta la buena administración y control de problemas, y esta predispuesto a sobre llevar momentos de alto grado de estrés.

Según Goleman (2018) los cinco componentes de la inteligencia emocional son: conciencia de uno mismo, autogestión, motivación, empatía y habilidad social que a continuación se detallara.

Dimensión 1: Conciencia de uno mismo

Conciencia de uno mismo: reconocer minuciosamente nuestras propias estado de ánimo, emociones, virtudes, defectos, necesidades y deseos, las personas que se conocen a si mismo saben que situaciones le afectan dentro de la empresa, tienen bien definidos sus objetivos y metas a alcanzar y a la hora de dar un resultado no es crítico si no realista (Goleman, 2018).

Indicadores

Conoce sus habilidades

Es la capacidad de la persona que tiene y lo utiliza de manera proactiva, estas habilidades ayudan a manejar de manera racional, además estas habilidades se desarrollan a lo largo de la vida tanto cotidiana como profesional (Goleman, 2018).

Confianza en uno mismo

Es la cualidad que posee el ser humano y esta opera en los tres sistemas de respuesta y ellas son: en nuestro pensamiento, en nuestras emociones y por último en

las acciones, ello tiene que ver con la seguridad y capacidad de asumir nuevos retos tanto del aspecto personal como profesional (Gómez, 2018).

Reconocer los estados de ánimo.

Es la capacidad de reconocer los estados de ánimo y los sentimientos tanto propios y de los demás y así saber manejar de manera adecuada las emociones, de igual manera en nosotros mismo como en los que nos rodean (Enciso, 2020).

Dimensión 2: Autogestión

Autogestión: emociones e impulsos bilógicas como el miedo, ira, tristeza, felicidad y confusión que no podemos eliminar, pero si controlar o redirigir impulsos y estados de ánimo perturbadores, es decir mantener un dialogo interior, por ende, nos libra de ser prisioneros de nuestros sentimientos (Goleman , 2018).

Indicadores

Apertura al cambio

Es la capacidad de enfrentarse en cualquier circunstancia que se puede atravesar, tanto como renovaciones, innovaciones, nuevos retos que permita avanzar en la dirección deseada tanto en la vida cotidiana como en lo profesional (Franco, 2017).

Control de los impulsos

Las conductas impulsadas por el control, consiste en no poderse dejarse llevar por los sentimientos que tiene en el momento, además mediante ese control de los impulsos tiene en poder relacionarse de manera adecuada tanto por las personas que nos rodea como con nosotros mismos (Arpi y Cartagena, 2017)

Controlar los estados de ánimos

El control de los estados de ánimo nos enseña a entenderlo e identificar de manera correcta los pensamientos tanto positivo como negativo, las conductas y las reacciones física en cualquier circunstancia que está atravesando (Bonifinacio , 2021).

Dimensión 3: Motivación

Motivación: sobrepasan los objetivos establecidos, siempre es optimista en cualquier circunstancia que se le presente tienen la pasión de trabajar por motivos que van más allá del dinero o el estatus, inclinación a perseguir objetivos con energía y perseverancia, por ende, los colaboradores motivados se sienten identificados con la empresa y realizan sus actividades de manera eficiente (Goleman, 2018).

Indicadores

Ganas de alcanzar los objetivos

La inteligencia emocional alta ayuda a los colaboradores a forjar lazos y con la misma mira para alcanzar los objetivos trazados (Arrabal, 2018).

Compromiso con la organización

El compromiso emocional, es cuando los colaboradores realmente se sientan identificados con la empresa, y desean cumplir su rol de la mejor manera posible y así cumplir las expectativas (Arrabal, 2018).

Optimismo ante cualquier circunstancia

El optimismo, es la expectativa que va a ocurrir cosas positivas en cualquier circunstancia que se encuentra (Arrabal, 2018).

Dimensiones 4: empatía

Empatía: capacidad de comprender y tener en cuenta las emocional de otras personas a la hora de tomar las decisiones en la empresa, además la habilidad de tratar a la gente según sus reacciones emocionales, por ello los lideres siempre necesitan de empatía para congeniar y retener a sus colaboradores más eficientes (Goleman , 2018).

Indicadores

Trato amable

La persona que tiene el trato amable frente a los demás, es lo que posee la empatía, paciencia, generosidad y esto ayuda a que sepa controlar sus emociones frente a cualquier adversidad (Arrabal, 2018).

Comprender a los demas

Esta inteligencia de las emociones ayudara a comprender a los que nos rodean, la manera de pensar, de actuar y la manera de como se siente esa persona (Arrabal, 2018).

Dimensiones 5: habilidad social

Habilidad social: es la habilidad para relacionarse adecuadamente con las emociones ajenas, las personas que sobre salen en este tipo de habilidades suelen ser auténticas y poseen dominio de la gestión de relaciones ya que tienen éxito en todas las actividades vinculadas a las relaciones interpersonales que adquieren con la popularidad y el liderazgo ya que son facil de realcionasre e hacer amigos y tienen capacidad para encontrar afinidades y crear entendimientos (Goleman, 2018).

Indicadores

Liderazgo de equipo

La persona que es lider en equipo, sabe controlar adecuadamente sus emociones, estados de animo, y asi saber reconocer y predecir los estados de animo de otras personas y asi evita posbles conflictos en el grupo (Gómez, 2018).

Manejo de conflictos

La inteligencia emocional, ayuda a controlar y saber manejar los conflictos, de manera adecuada, con el fin de tener buenas realciones laborales en la empresa y asi llegar a los metas trazadas (Arrabal, 2018).

Poder de persuasión

El poder de persuasión es una habilidad que esta relacionada a la inteligencia emocional, y tiene como fin generar el vínculo de la confianza, por ende es fundamental aplicar esta habilidad para conectar relaciones profesionales de manera exitosa (Arrabal, 2018).

Inteligencia emocional: En este trabajo de investigación solo se recaudo información de la inteligencia emocional, porque se tomo como linea de investigación el emprendimientos sostenibles.

2.3. Marco Conceptual

Aptitud

Es la habilidad que posee la persona de manera natural, mediante el carácter o condiciones que hace a un individuo idóneo, es decir lleva a cabo las tareas designadas de manera correcta y eficiente y con ello puede resaltar frente a otro, además puede llegar a ser líder con las habilidades, actitudes y destrezas que posee la persona (Aguirre, 2016).

Habilidad

Capacidad de una persona que tiene para realizar una acción o tareas designadas con resultados óptimos durante un periodo de tiempo, esta capacidad diferencia ya que puede realizar varias acciones en un solo momento y lo hace ver fácil

y rápida, ya que posee la capacidad de realiza las acciones de manera innata (Arrabal, 2018).

Sostenibilidad

Es el desarrollo de las necesidades presentes sin perjudicar las necesidades de las futuras generaciones, mediante un equilibrio del medio ambiente y el crecimiento económico y también respetando el bienestar y el crecimiento de toda la sociedad mediante ello se garantiza la sostenibilidad (Xercavins y Cayuela, 2015).

Emprendimiento

La formación de un negocio que incluye en sus objetivos estrategias no solo económico también la protección y minimizar el impacto negativo en el medio ambiente, además con ello exige esfuerzo, dedicación, perseverancia, constancia y las ganas de seguir la surgiendo (Vásquez, 2016).

Emociones

Son reacciones psicológicas, que tiene el ser humano como sentimientos muy intensos de alegría o tristeza producido por un hecho, idea o recuerdo, estos impulsos son normales, pero tiene que ser manejable o adaptable de acuerdo a las situaciones que se presentan, lo más importante sacar el lado positivo en cualquier circunstancia (Goleman, 2018).

Afinidad

Son las semejanzas entre la inteligencia emocional (emociones) con la autoestima sana y las conductas ante los demás, ya que con ello se podrá manejar las situaciones o circunstancias negativas que se presentan, con conductas idóneas y correctas frente a las demás personas (Goleman, 2018).

III. HIPÓTESIS

La hipótesis es la relación que tiene entre dos a más variables de estudio y además se explica causas, pues muestra lo que se está buscando o lo que se trata de probar en un trabajo de investigación (Muñoz, 2017).

En la presente investigación titulada, Propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021 no se plateo hipótesis por ser una investigación descriptiva- de propuesta.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El diseño fue no experimental y de corte transversal- descriptiva- de propuesta.

No experimental

La investigación no experimental, se realizan sin la manipulación de la variable y en lo que se observa en su fenómeno de manera natural para después analizarlos (Muñoz, 2017).

Fue no experimental porque el estudio de investigación Propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas, rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021, se desarrolló sin alterar la realidad observada, y no se manipulo las variables.

Transversal

La investigación de estudio transversal es donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (Muñoz, 2017).

Fue transversal porque el estudio de investigación Propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas, rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021, se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin específicamente el año 2021.

Descriptivo

La investigación descriptiva es la presentación de la información adquirida tal cual que se encuentra, es decir indicar cual es la situación encontrada, además es la utilización de las encuestas para describir de mejor manera la investigación (Muñoz, 2017).

Fue descriptiva porque se describió las características de los factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas, rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021.

Propuesta

La investigación de propuesta busca describir las características, como los perfiles de personas o grupos, o cualquier otro objeto que se someta al análisis, con esto pretende medir o recoger información tanto independiente o conjunta sobre los conceptos o la variable en estudio (Muñoz, 2017).

Esta investigación fue de propuesta porque se elaboró una propuesta y un plan de mejora a los resultados encontrados en la investigación de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas, rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021.

4.2. Población y muestra

Población

Según Monroy y Nava (2018) mencionan que la población para un trabajo de investigación, es también llamado universo ya que es el conjunto de población que tienen características similares.

Estuvo conformada por un total de 22 representantes de las micro y pequeñas empresas pertenecientes al rubro hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021, según los datos obtenidos de la Municipalidad provincial de Huaraz (ver anexo 4).

Muestra

Es el grupo de individuos que se toma de la población para poder estudiar, un fenómeno estadístico (Muñoz, 2017).

La muestra es poblacional ya que se consideró el 100% de la población por ser un numero pequeño y manejable y está conformado por 22 representantes de las micro y pequeñas empresas pertenecientes al rubro hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021.

4.3. Definición y operacionalización de variable

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala de Medición
Inteligencia emocional	Es la capacidad de gestionar y reconocer nuestras propias emociones y la de nuestras emociones de forma eficaz, y luego usar esos saberes para orientar la manera de pensar y actuar (Goleman, 2018).	Conciencia de uno mismo	Habilidades	1. ¿Conoce sus habilidades que posee?	Representantes	Ordinal
			Trasmite confianza	2. ¿En su empresa trasmite la confianza que tiene, a sus clientes?		
			Estados de animo	3. ¿En su organización reconoce los estados de ánimo de sus colaboradores y clientes?		
		Autogestión	Apertura	4. ¿La empresa está dispuesto a la apertura al cambio?		
			Impulsos	5. ¿En su empresa controla sus impulsos frente a los colaboradores y huéspedes?		

			Estados de animo	6. ¿Controla los estados de ánimo en su organización?		
		Motivación	Alcanzar	7. ¿La empresa busca alcanzar los objetivos planificados?		
			Motivación	8. ¿Mediante la motivación, está comprometido con la organización?		
			Optimismo	9. ¿Mediante el optimismo ante cualquier circunstancia su empresa está bien posicionada?		
		Empatía	Amablemente	10.¿En su empresa trata amablemente a los clientes para fidelizarlos?		
			Comprender a los demás	11.¿La empresa tiene la habilidad de comprender a los demás?		
		Habilidad social	Liderazgo	12.¿Utiliza la habilidad de liderazgo de equipo en su organización?		

			Manejo de conflictos	13.¿Mediante el manejo de conflictos resuelve problemas que se identifica en la empresa?		
			Poder de persuasión	14.¿Mediante el poder de persuasión, convence a los huéspedes a alojarse en la empresa?		

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Según Muñoz (2017) menciona que se utiliza la técnica de la encuesta, ya que con ello se recolectó información que permita analizar y realizar cuadros estadísticos.

En esta investigación titulada propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021, se realizó la técnica de la encuesta con el fin de recolectar datos para el desarrollo de la investigación.

Instrumento

Mencionan Martínez y Galán (2014) que los cuestionarios permite estandarizar y unificar lo obtenido de la información

Se utilizo el instrumento del cuestionario, donde se redactó 14 preguntas dirigidos a 22 representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro hospedaje con una escala de medición ordinal, con el propósito de obtener datos necesarios de la variable de investigación

4.5. Plan de análisis

El plan de análisis, es un mapa de ruta de cómo organizar y analizar los datos de la investigación, este plan está diseñado para lograr los objetivos que se establecieron antes de comenzar la encuesta (Monroy y Nava , 2018).

Se utilizo los siguientes programas:

- Microsoft Word: se redactó el esquema de la investigación a sí mismo los datos obtenidos de la encuesta realiza a los representantes y además se realizó modificaciones en el transcurso de la investigación.

- Microsoft Exel: con esta herramienta se ejecutó las tablas y figura de los resultados obtenidos mediante la encuesta a los representantes del rubro hospedaje de la ciudad de Huaraz.

- Turnitin: esta herramienta se utilizó para verificar que no exista similitud ni plagio en el trabajo de investigación.

- Mendeley: con este programa se elaboró la referencia bibliográfica de la investigación.

- Microsoft Power Point: el programa en mención se utilizó para la sustentación de la investigación mediante los jurados, además para el envío a la plataforma.

4.6. Matriz de consistencia.

Titulo	Enunciado	Objetivos	Variable	Metodología	Población y muestra	Técnica de instrumento	Plan de análisis
Propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021	¿La propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional permite la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021?.	<p>Objetivo General Establecer la propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad del emprendimiento de las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definir las características de la conciencia de uno mismo como factor relevante de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021. 2. Identificar las características de la autogestión como factor relevante 	Inteligencia Emocional	Diseño: No experimental – transversal-descriptivo-de propuesta	Población-muestra Se utilizó una población y muestra de 22 representantes de las micro y pequeñas empresas	Técnica: Encuesta. Instrumento: Cuestionario de 14 preguntas	Se utilizo los siguientes programas: Microsoft Word, Microsoft Exel, Turnitin, Mendeley, Microsoft Power Point.

		<p>de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021.</p> <p>3.Definir las características de la motivación como factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz,2021.</p> <p>4.Determinar las características de la empatía como factor relevante de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021.</p> <p>5.Desarrollar las Características de la habilidad social como factor relevante de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y</p>					
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

		<p>pequeñas empresas rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021.</p> <p>6. Elaborar una propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021.</p>					
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

4.7. Principios éticos

En el presenta trabajo de investigación se tuvo en cuenta los principios éticos que establece el código de ética para la investigación de la ULADECH Católica:

- ***Principio de protección a las personas***, para este trabajo de investigación se elaboró el protocolo de consentimiento informado (anexo, N° 3), el mismo que ha sido aceptado a través de la firma por todos los participantes que conforma la muestra de estudio.

Mediante el consentimiento se informaron claramente el propósito de la investigación que consiste en plantear propuestas de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos del rubro hospedaje en la ciudad de Huaraz, así mismo se les menciono que se respetará la confidencialidad de los datos obtenidos, no se vulnerará la privacidad de los participantes. La información proveniente de esta investigación será respetada en todo momento y se usará para los fines de la investigación.

Antes de comenzar el trabajo de campo, se solicitó a través de una carta dirigida a los gerentes o presentantes legales del rubro hospedaje, la autorización para realizar la investigación, las mismas que fueron aceptadas mediante la firma y aceptación en el mismo documento.

- ***Principio de beneficencia y no maleficencia***, esta investigación no presentó algún riesgo para los participantes ni para el investigador por tanto no se realizó el protocolo de medidas, durante el recojo de información se informó a los participantes

que no existe algún riesgo. En todo momento se buscó los beneficios a favor de la investigación, siempre respetando los derechos de los participantes.

Principio de justicia, una vez obtenida la aceptación del protocolo de consentimiento informado, a cada integrante de la muestra se le explicó que es necesario que lean bien las preguntas del cuestionario y respondan con sinceridad y no omitan la respuesta de ninguna pregunta para no invalidar el cuestionario. Como investigador tengo el conocimiento de las bases teóricas de la variable y la línea de investigación en estudio, cuento con las habilidades y capacidades necesarias para llevar adelante esta investigación titulada: Propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas, rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021, investigación que es de tipo cuantitativo y nivel descriptivo.

- ***Principio de integridad científica***, en cada uno de los procesos de la investigación se respetaron las normas de conducta ética como investigador, las cartas de autorización y la aceptación de los protocolos de consentimiento informado, fueron aceptados por los integrantes de la muestra de estudio, como investigador no se falseo o altero firmas de los participantes para lograr el objetivo, así mismo tampoco como investigador se manipuló los cuestionarios. No se tuvieron conflictos de interés, cuando surgió alguno durante el desarrollo de la investigación fue resuelto oportunamente para no perjudicar el desarrollo y resultados de la investigación.

- ***Principio de libre participación y derecho a estar informado***, para el inicio de la aplicación del cuestionario, se tuvo que obtener la aceptación de cada participante que conformo la muestra de estudio del protocolo de consentimiento informado, a través de la firma expresa del protocolo de consentimiento o la aceptación del mismo a través de los medios digitales, de esta manera los participantes fueron dado su consentimiento de formar parte de esta investigación. Asimismo, en el protocolo se detalló el propósito, datos de la investigación y el protagonismo que tomará su participación. Por otro lado, se le informo al participante que toda duda que tenga no los comunique para poder resolverla oportunamente y tenga todo claro respecto a la investigación.

- ***Principio cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad***, la muestra de esta investigación fueron gerentes de los hospedajes de la ciudad de Huaraz, por lo tanto, no se causó ningún daño ni existe riesgo alguno que afecte a los animales, plantas ni al medio ambiente. Por ello no se declararon daños, riesgos ni beneficios potenciales sobre ellos.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de la conciencia de uno mismo como factor relevante de la inteligencia emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021

Características de la conciencia de uno mismo	N	%
Conoce las habilidades que posee		
Siempre	12	54.50
Algunas veces	10	45.50
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00
Trasmite confianza a sus clientes		
Siempre	12	54.50
Algunas veces	10	45.50
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00
Reconoce los estados de ánimo de los colaboradores y clientes		
Siempre	9	40.90
Algunas veces	13	59.10
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los representantes de los hospedajes de Huaraz (2021).

Tabla 2

Características de la autogestión como factor relevante de la inteligencia

emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de

Huaraz, 2021

Características de la autogestión	N	%
La empresa está dispuesta a la apertura al cambio		
Siempre	12	54.50
Algunas veces	10	45.50
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00
Controla los impulsos frente a los colaboradores y huéspedes		
Siempre	10	45.50
Algunas veces	12	54.50
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00
controla los estados de ánimo		
Siempre	7	31.80
Algunas veces	15	68.20
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los representantes de los Hospedaje de Huaraz (2021).

Tabla 3*Características de la motivación como factor relevante de la inteligencia**emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de**Huaraz, 2021*

Características de la motivación	N	%
La empresa alcanza los objetivos planificados		
Siempre	10	45.50
Algunas veces	12	54.50
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00
Comprometido con la organización por medio de la motivación		
Siempre	10	45.50
Algunas veces	12	54.50
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00
Por medio del optimismo la empresa está bien posicionada		
Siempre	10	45.50
Algunas veces	12	54.50
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los representantes de los Hospedaje de Huaraz (2021).

Tabla 4

Características de la empatía como factor relevante de la inteligencia

emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de

Huaraz, 2021

Características de la empatía	N	%
Trata amablemente a los clientes para fidelizarlos		
Siempre	12	54.50
Algunas veces	10	45.50
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00
Tiene la habilidad de comprender a los demás		
Siempre	8	36.40
Algunas veces	14	63.60
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los representantes de los Hospedaje de Huaraz (2021).

Tabla 5

Características de la habilidad social como factor relevante de la inteligencia emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021

Características de la habilidad social	N	%
La habilidad de liderazgo en equipo ejecuta en la empresa		
Siempre	12	54.50
Algunas veces	10	45.50
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00
Mediante el manejo de conflictos resuelve los problemas en la empresa		
Siempre	10	45.50
Algunas veces	12	54.50
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00
Por medio del poder de persuasión, convence a los huéspedes a alojarse en la empresa		
Siempre	10	45.50
Algunas veces	12	54.50
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los representantes de los Hospedaje de Huaraz (2021).

Tabla 6

Propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021

Indicadores	Problemas encontrados	Causa del problema	Consecuencia del problema	Acción de mejora	Responsable
Importancia de aplicar el control de los impulsos frente a los colaboradores y huéspedes	Los representantes algunas veces controlan los impulsos frente a los colaboradores y Huéspedes	La causa de no saber controlar adecuadamente los impulsos frente a los colaboradores y huéspedes, cuando se suscita algunas dificultades	Por consecuencia de no saber controlar los impulsos de manera adecuada tanto frente a los colaboradores como a los huéspedes, no se va poder tener un buen clima laboral y el respaldo de los huéspedes.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben controlar sus impulsos mediante talleres para lograr un mejor ambiente laboral e implementar las siguientes estrategias: <ul style="list-style-type: none"> - Manejar las respuestas fisiológicas: el representante legal tiene que mantener sus emociones en cualquier situación como: la calma ansiedad, enojo esta habilidad favorece a que el colaborador se sienta comprometido con su labor. - Mantener una buena actitud: con esto ayudara a tener un buen clima laboral, mediante la tolerancia con las personas que te rodean. - Reconocer las debilidades y fortalezas: esto ayudara a reconocer las virtudes, capacidades, para saber, manejar los defectos, y así transmitir a los colaboradores todo lo positivo. 	Representante.

<p>Importancia de ejecutar el compromiso con la empresa por medio de la motivación</p>	<p>Poca considerado en aplicar el compromiso por medio de la motivación en la empresa</p>	<p>Muy pocas veces los dueños consideran aplicar el compromiso con la empresa por medio de la motivación</p>	<p>Por consecuencia no se va a tener el compromiso con la empresa ya que los colaboradores no estarán motivados.</p>	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen que darle mayor importancia en la aplicación de comprometer a los colaboradores por medio de la motivación con el fin de tener poca rotación del personal.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar las condiciones de trabajo: pueden implementar horarios flexibles, por ejemplo, aumentar el horario de comida, así el empleado podrá retomar al trabajo descansado y con ganas de concluir sus funciones. - Felicitar los logros: felicitar por un trabajo bien hecho y así fomentara el compromiso de los colaboradores. - Reconocer su dedicación: es darle el crédito al colaborador por medio de crear muro de la fama y realizar entrega de premios, por su dedicación. 	<p>Representante.</p>
<p>Se aplica estrategias de motivación a los trabajadores</p>	<p>Escases de motivación</p>	<p>Nunca ha considerado el dueño en la aplicación de estrategias de motivación a los trabajadores</p>	<p>La consecuencia que el dueño al no aplicar las estrategias de motivación perderá colaboradores idóneos.</p>	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben realizar las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recompensas monetarias <ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar por horas extras ✓ Vacaciones al mejor trabajador aparte de lo que ya tiene. - Planes de carrera <ul style="list-style-type: none"> ✓ Escalar posiciones 	<p>Representante.</p>

				<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer el tiempo de aplicación ✓ Diseñar un mapa de carrera. <p>- Realizar encuestas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar el análisis de manera periódica, de que opinión tienen acerca de la empresa ✓ Identificar las necesidades de los colaboradores. <p>- Realizar el muro del logro</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Poner en el muro la foto del más puntual. ✓ Cumpleaños de cada colaborador 	
Posibilidad de aplicar la técnica de control de los impulsos de los trabajadores	Poco control de los impulsos	Nunca a considerado el dueño en aplicar la técnica de control de los impulsos	La consecuencia al no aplicar la técnica de control de los impulsos de los rabajadores perderá el posicionamiento de la empresa	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben aplicar las siguientes estrategias:</p> <p>- Revisar emociones</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuando esta teniendo un impulso preguntarse ¿Cómo nos sentimos? ✓ Evitar a toda costa responder cuando esta fuera de control. <p>- Meditación</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ayudará a control mejor nuestros impulsos ✓ Realizar actividades físicas 	Representante.

Nota. Elaborado en base a los resultados del cuestionario aplicado a los representantes del rubro hospedaje (2021).

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1. Características de la conciencia de uno mismo como factor relevante de la inteligencia emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021

El 54.50 % de los representantes encuestados manifestaron que buscan siempre conocer las habilidades que posee (Tabla 1), resultados que coinciden con los siguientes autores, Medina (2017) quien manifiesta en su tesis *“La Inteligencia Emocional y su relación con los tipos de Liderazgo en empresa Idiomas Sudamérica.”* que el 67.00% de los representantes son altos en relación al factor de autoconciencia ya que conocen las habilidades que posee, asimismo Troncoso (2018) en su investigación *“La inteligencia emocional y desempeño laboral de colaboradores del Hotel Cabaña Quinta”* quien indica que el 53.30% de los gerentes siempre conocen las habilidades que poseen. De igual manera con Aguirre (2016) quien manifiesta, los gerentes más eficaces son emocionalmente inteligentes debido a su claridad de objetivos y metas, y la confianza en sí mismo. Esto señala que las micro y pequeñas empresas conocen las habilidades que poseen tal como lo mencionan Aguirre líneas arriba. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las MYPES identifican las habilidades que posee, ya que con ello resolverán conflictos que se presentan en la organización.

El 54.50% de los gerentes encuestados mencionan que siempre transmiten la confianza a sus clientes (Tabla 1), resultado que coincide con Mamani (2018) en su tesis *“La Inteligencia Emocional y su relación con los tipos de Liderazgo en los altos*

mandos de la empresa Idiomas Sudamérica.” quien manifiesta que el 60,00% de los representantes es bueno que transmiten confianza a los clientes adecuadamente. De igual manera Gómez (2018) quien menciona que las organizaciones las personas con más inteligencia emocional son más capaces de liderar cuando se presenta algún problema y además puedan destacar a la hora de establecer conexiones personales positivas y solidas a largo plazo con los clientes y colaboradores. Se hace necesario que las micro y pequeñas empresas sigan trasmitiendo la confianza tal como indica Gómez líneas arriba. Esto permitirá a las MYPES a posicionarse en la mente del consumidor trasmitiendo la confianza a los clientes.

El 59.10 % de los representantes encuestados indicaron que algunas veces reconocen los estados de ánimo de los colaboradores y clientes (Tabla 1), resultados que coincide con los siguientes autores, Noguera (2017) en su investigación *“La inteligencia emocional y el comportamiento creativo e innovador de los empleados del sector terciario en las pymes de España”* quien manifiesta que el 50,00 % de los gerentes a veces reconocen los estados de ánimo y saben controlarlos en el momento de tratar entre ellos y a los clientes, asimismo Arpi y Cartagena (2017) en su tesis *“Inteligencia emocional y desempeño laboral del área de recepción de los hoteles de 3 estrellas, Arequipa”* quien indica que el 52,30% de los representantes a veces reconocen los estados de ánimo de los clientes y de los que laboran en la organización,. De igual manera Goleman (2018) quien manifiesta en las organizaciones las personas con más inteligencia emocional son más capaces de liderar cuando se presenta algún problema y además puedan destacar a la hora de establecer conexiones personales

positivas y solidas a largo plazo con los clientes y colaboradores. Se hace necesario que los representantes en mención, fortalezcan en reconocer los estados de ánimo de los colaboradores tal como lo menciona Goleman líneas arriba. Esto indica que los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio, solo de vez en cuando saben reconocer los estados de ánimo de los colaboradores y clientes.

Tabla 2. Características de la autogestión como factor relevante de la inteligencia emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021

El 54. 50 % de los representantes encuestados manifiestan que siempre están dispuestos a la apertura al cambio (Tabla 2), resultado que coincide con los siguientes autores Medina (2017) en su tesis *“La Inteligencia Emocional y su relación con los tipos de Liderazgo en los altos mandos de la empresa Idiomas Sudamérica”*, quien menciona que el 50,0% de los gerentes siempre están dispuesta a la apertura al cambio en la organización, asimismo con Franco (2017) en su investigación *“Inteligencia emocional y bienestar laboral de los servidores públicos del consejo nacional para la igualdad intergeneracional”* quien manifiesta que un 84,0% de los representantes influyen en alto grado el pensamiento mágico y están dispuesto al cambio en el Trabajo. De igual manera Arrabal (2018) quien refiere que la gestión consiente de las emociones teniendo en cuenta la importancia que tienen en todas las decisiones y pasos que damos durante nuestra vida profesional y personal, ya que una persona con un alto grado de coeficiente emocional puede tomar mejores decisiones. Esto indica que los representantes perennemente estén dispuestos al cambio, ya que con un alto grado de

coeficiente emocional toman mejores decisiones tal como lo indica arriba líneas arriba en su libro. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas, están dispuesta a la apertura al cambio.

El 54.50 % de los gerentes encuestados manifestaron que algunas veces controlan los impulsos frente a los colaboradores y clientes (Tabla 2), este resultado coincide con Franco (2017) en su tesis "*Inteligencia emocional y bienestar laboral de los servidores públicos del consejo nacional para la igualdad intergeneracional*" quien menciona que el 50,0 % en medio grado controlan sus impulsos en la empresa. Contrastando con Goleman (2018) quien indica que el miedo, ira, tristeza, felicidad son impulsos que son controlados con la finalidad de tener un buen ámbito empresarial. Mas de la mitad de los gerentes del rubro hospedaje en ocasiones controlan los impulsos para tener un buen ambiente laboral tal como lo indica Goleman líneas arriba. Se hace necesario que todos los gerentes realizan con más constancia en controlar los impulsos frente a los colaboradores y clientes en la empresa, ya que mediante ello tendrán más clientes y posicionarse en la mente del huésped.

El 68.20 % de los representantes encuestados mencionan que algunas veces controlan los estados de ánimo en la empresa (Tabla 2), este resultado coincide con Franco (2017) en su tesis "*Inteligencia emocional y bienestar laboral de los servidores públicos del consejo nacional para la igualdad intergeneracional*" quien manifiesta que el 60,0 % en medio grado controlan los estados de ánimo en el Trabajo. Contrastando con Goleman (2018) quien indica que las emociones como el miedo, ira, tristeza, felicidad y confusión que no podemos eliminar, pero si controlar o redirigir

impulsos y estados de ánimo perturbadores, es decir mantener un dialogo interior, por ende, nos libra de ser prisioneros de nuestros sentimientos. Esto indica que las MYPES en estudio, coincidieran la importancia de fortalecer y controlar los estados de ánimo de los colaboradores de la empresa tal como lo indica Goleman. Esto va a permitir a los gerentes y colaboradores a saber controlar los estados de ánimo, ya que un cliente bien atendido vuelve y recomienda a sus amigos y esto ayudara a la empresa a adquirir más ingresos económicos y posicionarse en la mente del cliente.

Tabla 3 características de la motivación como factor relevante de la inteligencia emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021

El 54.50 % de los gerentes encuestados refieren que algunas veces en la empresa alcanzan los objetivos planificados (Tabla 3), el resultado coincide con Mamani (2018) en su tesis *“Inteligencia emocional y la satisfacción del cliente de la universidad privada Telesup S.A.C de la ciudad de Huaraz”*, quien señala que el 50,0 % que es regular que alcancen los objetivos en las organizaciones. Contrastando con Aguirre (2016) quien requiere que el ámbito empresarial los gerentes más eficaces son emocionalmente inteligentes debido a su claridad de objetivos y metas. Esto demuestra que los representantes del rubro hospedaje reflexionen la importancia en fortalecer los objetivos planificados, tal como lo refiere Aguirre líneas arriba. Es necesario que los gerentes de las micro y pequeñas empresas fortalezcan para alcanzar los objetivos planificas, ya que de alguna manera esto ayudara a generan más ingresos económicos.

El 54.50% de los representantes encuestados algunas veces están comprometidos con la organización por medio de la motivación (Tabla 3), resultado que contrasta con Coseatado (2017) en su tesis *“Nivel de inteligencia emocional de los colaboradores del Sonesta Hotel El Olivar del distrito de San Isidro”* quien indica que el 45,0 % es aceptable ya que están comprometidos con la organización por la motivación. De igual forma Goleman (2018) quien menciona que un profesional líder siempre es optimista en cualquier circunstancia que se le presente tienen la pasión de trabajar por motivos que van más allá del dinero o el estatus. Esto indica que los representantes de las micro y pequeñas empresas, fortalezcan el compromiso en la empresa mediante la motivación.

El 54.50 % de los representantes encuestados manifiestan que algunas veces por medio del optimismo la empresa está bien posicionada (Tabla 3), resultado que coincide con Coseatado (2017) en su tesis *“Nivel de inteligencia emocional de los colaboradores del Sonesta Hotel El Olivar del distrito de San Isidro”* quien indica que el 66,0 % de los encuestados es aceptable el optimismo ya que la empresa está bien posicionada. Contrastando con Nachtigall (2018) quien menciona las habilidades permite a los líderes maximizar su rendimiento tanto económico y emocional y la de sus colaboradores además volverse más sabio y equilibrado. Se hace necesario que los representantes en mención, reflexionen que por medio del optimismo la empresa estaría bien posicionada tal como lo menciona Nachtigall líneas arriba. Se hace necesario que los representantes del rubro hospedaje fortalezcan el optimismo tal como lo menciona Nachtigall líneas arriba. Esto permitirá a los representantes de las MYPES

fortalezcan la motivación, esto permitirá a las micro y pequeñas empresas a alcanzar con estimulación las metas trazadas.

Tabla 4. Características de la empatía como factor relevante de la inteligencia emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021

El 54.50 % de los gerentes encuestados mencionan que siempre tratan amablemente a los clientes para fidelizarlos (Tabla 4), resultado que coincide con Perafán (2018) en su tesis *“Influencia de la inteligencia emocional en el desempeño comercial de los empleados de las oficinas de servicio de la sucursal valle del cauca, del banco Davivienda”* quien refiere que el 60,0 % de los encuestados siempre tratan amablemente a los clientes para fidelizarlos. De igual manera Goleman (2018) quien indica, la empatía es la habilidad de tratar a la gente según sus reacciones emocionales, por ello los líderes siempre necesitan de empatía para congeniar y retener a sus colaboradores más eficientes. Esto demuestra que los representantes del rubro hospedaje fortalezcan en tratar amablemente a los clientes para fidelizarlos tal como lo indica Goleman líneas arriba. Los representantes de las micro y pequeñas empresas persistentemente tratan amablemente a los clientes en cualquier circunstancia ya que por medio de ello se fidelizará a los huéspedes.

El 63.60 % de los representantes encuestados mencionan que algunas veces tiene la habilidad de comprender a los demás (Tabla 4), resultado que contrasta con los siguientes autores, Troncoso (2018) en su tesis *“La inteligencia emocional y desempeño laboral de colaboradores del Hotel Cabaña Quinta”* quien refiere que el

56,6 % siempre comprenden la situación de los demás, de igual manera Arpi y Cartagena (2017) en su investigación *“Inteligencia emocional y desempeño laboral del área de recepción de los hoteles de 3 estrellas”* quien indica el 53, 8% de los recepcionistas se ponen en el lugar de los huéspedes o compañeros de trabajo. De igual modo Goleman (2018) quien menciona que la empatía es la capacidad de comprender y tener en cuenta las emocional de otras personas a la hora de tomar las decisiones en la empresa. Se hace necesario que los representantes del rubro hospedaje fortalezcan la habilidad de comprender a los demás tal como lo indica Goleman líneas arriba. Los representantes de las micro y pequeñas empresas, raras veces tienen la habilidad de comprender a los demás ya que esto dificulta a expresarse y tener en cuenta las emociones de los huéspedes y colaboradores al momento de tomar decisiones.

Tabla 5. Características de la habilidad social como factor relevante de la inteligencia emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021

El 54.50 % de los representantes encuestados mencionan que siempre la habilidad de liderazgo en equipo se ejecuta en la empresa (Tabla 5), resultados que coincide con los siguientes autores, Noguera (2017) en su tesis *“La inteligencia emocional y el comportamiento creativo e innovador de los empleados del sector terciario en las pymes de España”* quien indica que el 50,0 % de los representantes siempre se ejecuta el liderazgo en equipo en la empresa asimismo Troncoso (2018) en su investigación *“La inteligencia emocional y desempeño laboral de colaboradores del Hotel Cabaña Quinta”* quien refiere que el 60, 0% de los encuestados siempre se ejecuta el liderazgo en equipo en la empresa. De igual manera Goleman (2018) quien

menciona, que las relaciones interpersonales que adquieren con la popularidad y el liderazgo ya que son fácil de realcionasre e hacer amigos y tienen capacidad para encontrar afinidades y crear entendimientos. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas coincidieran de fortalecer el trabajo en equipo mediante el liderazgo en la organización para mejorar los resultados, tal como lo menciona Goleman, Esto permitirá a las MYPES a seguir trabajando con liderazgo y en equipo.

El 54.50 % de los gerentes encuestados mencionan que algunas veces mediante el manejo de conflictos resuelve los problemas de la empresa (Tabla 5), resultado que contrasta con Franco (2017) en su tesis "*Inteligencia emocional y bienestar laboral de los servidores públicos del consejo nacional para la igualdad intergeneracional*" quien refiere que el 60,0 % en alto grado mediante el manejo de conflictos resuelve los problemas de la empresa. De igual manera Goleman (2018) quien menciona que la habilidad para relacionarse adecuadamente con las emociones ajenas, las personas que sobre salen en este tipo de habilidades suelen ser auténticas y poseen dominio de la gestión de relaciones ya que tienen éxito en todas las actividades. Esto indica que los MYPES coinciden en fortalecer el manejo de conflictos resuelve los problemas de la empresa, tal como lo menciona Goleman. Esto permitirá a las micro y pequeñas empresas a realizar un correcto manejo de conflictos.

El 54.50 % de los representantes encuestados mencionan que algunas veces por medio del poder de persuasión, convence a los huéspedes a alojarse en la empresa (Tabla 5), resultado que coincide que el 60,0 % es regular por medio del poder de persuasión, convence a los huéspedes a alojarse en la empresa. Contrastando Goleman

(2018) quien refiere en su libro, la habilidad para relacionarse adecuadamente con las emociones ajenas, las personas que sobre salen en este tipo de habilidades suelen ser auténticas y poseen dominio de la gestión de relaciones. Esto indica que las micro y pequeñas empresas coincidieran en fortalecer el poder de la persecución tal como lo indica Goleman. Esto permitirá a las MYPES a tener el poder de persuasión, mediante ello convencerá a los huéspedes a alojarse en la empresa.

VI. CONCLUSIONES

En esta investigación se establecieron la propuesta de mejora del factor relevante de la inteligencia emocional para la sostenibilidad del emprendimiento de las MYPES del rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021.

Concluye que lo más relevante fue que los dueños conocen las habilidades que posee ya que puede trabajar en equipo y resolver problemas manteniendo una buena inteligencia emocional, lo que más ayudo fue que los dueños legales tuvieron la disposición de colaborar, lo más difícil en la caracterización de la conciencia de uno mismo fue que los colaboradores solo algunas veces reconocen los estados de ánimo de los colaboradores porque sin ello no se potenciarán las habilidades que posee.

Lo más importante de la autogestión en la inteligencia emocional fue que el representante está dispuesta a la apertura al cambio porque con ello podrá mejorar la calidad de su servicio para la sostenibilidad de su emprendimiento y lo que más ayudo a la autogestión como factor relevante de la inteligencia emocional fue que el dueño controla los impulsos frente a los colaboradores y huéspedes , y lo más difícil en la autogestión como factor relevante de la inteligencia emocional fue solo algunas veces controla los estados de ánimo sino ya que si no saben controlarlo se llevaran una mala imagen del emprendimiento.

Lo más significativo de la motivación como factor relevante fue que está comprometido con la organización por medio de la organización porque con ello la

empresa seguirá las metas trazadas lo que más ayudo en cuanto a la motivación fue que el dueño y los colaboradores realizan acciones para la rentabilidad de la empresa y lo más difícil de la motivación fue solo algunas veces alcanzan los objetivos planificados porque los colaboradores en un cien por ciento no controlan inteligencia emocional.

Lo más fundamental de la empatía como factor relevante de la inteligencia emocional fue que trata amablemente a los clientes porque con ello podrá fidelizarlos y lo que ayudo a generar esta empatía fue una actitud adecuada y con el máximo respeto y lo más difícil en la empatía fue que solo algunas veces tiene la habilidad de comprender a los demás, porque no se toma el tiempo de escucharlo.

Lo primordial de la habilidad social fue que el dueño tiene la habilidad de liderazgo en equipo porque con ello agrupa a todo los que laboran y se encontró que solo algunas veces por medio de manejo de conflictos resuelve los problemas de la empresa porque no mantiene la calma y no se investiga el conflicto.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Realizar charlas motivaciones y de liderazgo a todo el personal del rubro hospedaje con la finalidad de potenciar y sacar a flote las habilidades que posee el colaborador, para que realicen de manera idónea las actividades o tareas que se les designen, además con ello la empresa estará bien posicionada y tendrá rentabilidad económica.

Motivar para implementar un área de psicología para todo los que laboran en la empresa ya que con ello podrán controlar sus impulsos, y emociones de manera efectiva en cualquier circunstancia, con la finalidad que exista un buen clima laboral entre los colaboradores y el representante.

Hacer un seguimiento y control de los objetivos ya planificados en la empresa con el fin de cumplir los logros, y así alcanzar los resultados planteados y con ellos seguir las metas trazadas para mantener o elevar el posicionamiento tanto económico como posicionamiento en la mente del cliente.

Implementar charlas de atención al cliente y control de impulsos ya que, con ello, brindarán una atención de manera idónea y además con el control de los impulsos sabrán afrontar y tomar decisiones correctas para la empresa, con la finalidad de cada ves ser más rentable en este mundo competitivo.

Realizar reuniones semanales y que todo el personal que labora en la empresa participe de manera activa con la finalidad de resolver los conflictos que se suscitan en la empresa, ya que en la empresa se encontró que los colaboradores no están solucionando las quejas tanto internas como externas.

PLAN DE MEJORA PARA LAS EMPRESAS DEL RUBRO HOSPEDAJE DE LA CIUDAD DE HUARAZ.

1. Datos generales: Hospedajes de la ciudad de Huaraz.

Historia

Los hospedajes de la ciudad de Huaraz, en los últimos años han estado creciendo, ya que la ciudad es una zona turística, por ende, existe arribo tanto nacional como extranjero, por tanto, el hospedaje, brinda atención, y sueño placentero, además existe precios para todos los huéspedes, además estos hospedajes dejan el legado de generación en generación.

2. Misión

Somos una empresa encargada de brindar servicios de calidad; a través de un buen servicio, el mejor precio y un trato amable por parte de quienes conformamos esta empresa.

3. Visión

Ser una de las empresas líderes a nivel local, ofreciendo siempre servicios de excelente calidad, al mejor precio, con espacios amplias, cómodas y modernas, que brinden seguridad y confianza a nuestros clientes que son nuestra razón de ser.

4. Objetivos estratégicos

- Responsabilidad

responsabilidad en el trabajo se confirma cuando un empleado completa todas sus obligaciones laborales y se adhiere a la política y los procedimientos de la empresa

de manera profesional y lo mejor que puede.

- Puntualidad

El tiempo es dinero, y la gente cada vez valora más el suyo. No solo es importante tenerlo en cuenta para nuestro equipo y su hora de llegada a su trabajo, sino también en otras situaciones que afectan directamente al cliente potencial, como las reuniones de venta; al cliente actual, como los envíos y plazos de entrega; e incluso a nuestro equipo, como el pago de facturas y nóminas.

- Transparencia

En un entorno social donde cada vez es menos frecuente, dentro de nuestros valores empresariales podemos integrar la transparencia hacia nuestro equipo y hacia nuestros clientes. Transparencia implica confianza y las relaciones humanas, incluidas las comerciales, se forjan con confianza.

- Lealtad

Si nos mostramos leales y fieles con nuestro equipo y nuestros clientes, ellos nos devolverán esa fidelidad. El impulso de reciprocidad está insertado en la naturaleza humana desde sus orígenes.

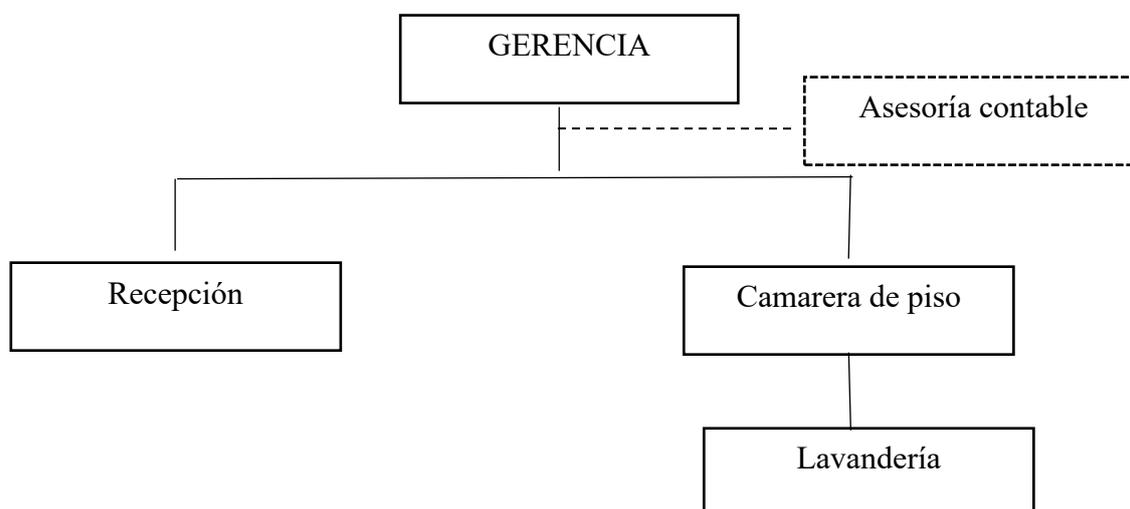
- Calidad

Los productos deben cumplir con los parámetros establecidos y prometidos, que sólo pueden ser cercanos a la perfección.

5. Productos y/ o servicios.

Los hospedajes se encargan de proporcionar instalaciones de manera temporal para que pernocten los huéspedes.

6. Organigrama



a. Descripción de funciones

Información General de Puesto	
Nombre del Puesto:	Gerente General
Perfil para ocupar el Cargo Propuestas	
Nivel Académico	Titulado o maestría en administración o Contabilidad
Experiencia Laboral	8 años
Conocimientos	Amplia experiencia en la aplicación de procedimiento relacionados con los subsistemas de producción, apoyo y gerencia. Amplia experiencia en contabilidad y medición de estrategias, además en manejo empresarial y las normas comerciales.
Funciones:	
<p>a) Desarrollar estrategias comerciales para aumentar nuestra cartera de clientes, aumentar el tráfico en la tienda y optimizar la rentabilidad.</p> <p>b) Cumplir los objetivos capacitando, motivando, asesorando y haciendo comentarios al personal de ventas.</p> <p>c) Garantizar altos niveles de satisfacción de los clientes mediante un excelente servicio.</p> <p>d) Gestionar el hospedaje y garantizar el cumplimiento de las políticas y procedimientos.</p> <p>e) Mantener el hospedaje en condiciones excepcionales y cumplir los estándares de comercialización visual.</p>	

Información General de Puesto	
Nombre del Puesto:	Asesor Contable
Perfil para ocupar el Cargo Propuestas	
Nivel Académico	Licenciado de contabilidad
Experiencia Laboral	1 año en asesorías a empresas.
Conocimientos	<p>Amplia experiencia en la aplicación de procedimientos relacionados en asesoría contable impuestos y tributarios.</p> <p>Manejo de herramientas de programas Exel, Word.</p> <p>Experiencia en elaboración de las declaraciones de los impuestos mensuales e interpretación de estados financieros.</p>
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Realizar y documentar los informes financieros. b) Llevar los libros contables. c) Analizar las ganancias y gastos mensuales y anuales. d) Manejo de registros y presupuestos financieros. e) Garantizar el correcto archivo de los documentos contables, tributarios Y fiscales. 	

Información General de Puesto	
Nombre del Puesto:	Recepcionista
Perfil para ocupar el Cargo Propuestas	
Nivel Académico	bachiller en hotelería y/o licenciado en turismo y hotelera
Experiencia Laboral	6 meses en puestos similares
Conocimientos	Manejo de herramientas de programas Exel, Word.
<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Recibir a los clientes. b) Hacer el check-in de los clientes. c) Dar información sobre el hospedaje. d) Brindar una excelente atención al cliente. e) Gestionar las reservas y cancelaciones 	

Información General de Puesto	
Nombre del Puesto:	Camarera de piso
Perfil para ocupar el Cargo Propuestas	
Nivel Académico	secundaria completa
Experiencia Laboral	6 meses en puestos similares
Conocimientos	Conocer los tipos de tendido de cama, además de limpieza de los cuartos.
<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Realizar una serie de actividades de limpieza como barrer, fregar, quitar el polvo y dar brillo. b) Garantizar que todas las habitaciones estén arregladas e inspeccionadas siguiendo los estándares. <p>Proteger el equipamiento y asegurarse de que todo esté correcto</p>	

Información General de Puesto	
Nombre del Puesto:	lavandera
Perfil para ocupar el Cargo Propuestas	
Nivel Académico	Secundaria completa
Experiencia Laboral	6 meses en puestos similares
Conocimientos	Conocer las etapas de lavar y planchado de las sábanas, cubrecamas, etc.
<p style="text-align: center;">Funciones</p> <p>a) Control e inventario de toda la ropa del hospedaje.</p> <p>b) Lavado las sábanas y todo lo que utiliza el huésped</p> <p>c) planchado las sábanas y todo lo que utiliza el huésped</p> <p>d) reparación de dicha ropa.</p>	

7. diagnostico general

<p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDAD</p> <p>1. Aumento de participación de mercado 2. Crecimiento demográfico 3. Alianza con proveedores</p>	<p style="text-align: center;">AMENAZA</p> <p>1. Situación económica del país. 2. Estrategia de marketing de los competidores 3. Tecnología actualizada que maneja la competencia</p>
<p style="text-align: center;">FORTALEZA</p> <p>1. Personal calificado y proactivo 2. Se encuentra ubicado en zona estratégica 3. Precios justos a los huéspedes</p>	<p>E1. Mejorar la infraestructura del local, ya que nos permitirá brindar un mejor servicio y acogedor al cliente (F2, F3, O2, O1)</p> <p>E2. Definir estándares de calidad en atención al cliente (F1, F3, O2, O3)</p>	<p>E1. Fortalecer la preferencia del cliente mediante ofertas (F1, F2, F3, A2).</p> <p>E2. Enfocarse en la publicidad boca o boca, mediante la atención que cubra la expectativa del huésped (F1, F2, F3, A2, A3)</p>
<p style="text-align: center;">DEBILIDAD</p> <p>1. Falta de promociones y ofertas 2. Poca actualización en la página web de la empresa 3. Poca inteligencia emocional cuando se suscitan situaciones en la empresa</p>	<p>E1. Actualización de manera constante de la página web para brindar ofertas y las reservaciones por ese medio (D1, D2, O2).</p> <p>E2. Mantener y saber controlar las emociones en cualquier de las circunstancias para la fidelización de los colaboradores y huéspedes (D3, O3).</p>	<p>E1. Se debería invertir en las actualizaciones del sistema para la buena atención de los huéspedes (D1, A3).</p> <p>E2. Se tendría que actualizar la página web de la empresa y mediante ello publicar descuentos, ofertas (D1, D2, A2).</p>

8. Indicadores de una buena gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de las MYPES
Importancia de aplicar el control de los impulsos frente a los colaboradores y huéspedes	Muy pocas veces los representantes controlan los impulsos frente a los colaboradores y huéspedes ya que no saben canalizar adecuadamente sus emociones.
Importancia de ejecutar el compromiso con la empresa por medio de la motivación	Muy pocas veces los dueños consideran aplicar el compromiso con la empresa por medio de la motivación
Se aplica estrategias de motivación a los trabajadores	Nunca ha considerado el dueño en la aplicación de estrategias de motivación a los trabajadores
Posibilidad de aplicar la técnica de control de los impulsos de los trabajadores	Nunca a considerado el dueño en aplicar la técnica de control de los impulsos

9. problemas

Indicadores	Problema	Causa del problema
Importancia de aplicar el control de los impulsos frente a los colaboradores y huéspedes	Poco control de los impulsos frente a los colaboradores y huéspedes	Muy pocas veces los representantes controlan los impulsos frente a los colaboradores y huéspedes ya que no saben canalizar adecuadamente sus emociones.
Importancia de ejecutar el compromiso con la empresa por medio de la motivación	Poca considerado en aplicar el compromiso por medio de la motivación en la empresa	Muy pocas veces los dueños consideran aplicar el compromiso con la empresa por medio de la motivación
Se aplica estrategias de motivación a los trabajadores	Escases de motivación	Nunca ha considerado el dueño en la aplicación de estrategias de motivación a los trabajadores
Posibilidad de aplicar la técnica de control de los impulsos de los trabajadores	Poco control de los impulsos	Nunca a considerado el dueño en aplicar la técnica de control de los impulsos

10. Establecer soluciones

a. establecer acciones de mejora

Indicadores	Problema	Acción de mejora
<p>Importancia de aplicar el control de los impulsos frente a los colaboradores y huéspedes</p>	<p>Poco control de los impulsos frente a los colaboradores y huéspedes</p>	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben control sus impulsos mediante talleres para lograr un mejor ambiente laboral e implementar las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manejar las respuestas fisiológicas: el representante legal tiene que mantener sus emociones en cualquier situación como: la calma ansiedad, enojo esta habilidad favorece a que el colaborador se sienta comprometido con su labor. - Mantener una buena actitud: con esto ayudara a tener un buen clima laboral, mediante la tolerancia con las personas que te rodean. - Reconocer las debilidades y fortalezas: esto ayudara a reconocer las virtudes, capacidades, para saber, manejar los defectos, y así transmitir a los colaboradores todo lo positivo.
<p>Importancia de ejecutar el compromiso con la empresa por medio de la motivación</p>	<p>Poca considerado en aplicar el compromiso por medio de la motivación en la empresa</p>	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen que darle mayor importancia en la aplicación de comprometer a los colaboradores por medio de la motivación con el fin de tener poca rotación del personal.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar las condiciones de trabajo: pueden implementar horarios flexibles, por ejemplo, aumentar el horario de comida, así el empleado

		<p>podrá retomar al trabajo descansado y con ganas de concluir sus funciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Felicitar los logros: felicitar por un trabajo bien hecho y así fomentara el compromiso de los colaboradores. - Reconocer su dedicación: es darle el crédito al colaborador por medio de crear muro de la fama y realizar entrega de premios, por su dedicación.
Se aplica estrategias de motivación a los trabajadores	Escases de motivación	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben realizar las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recompensas monetarias <ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar por horas extras ✓ Vacaciones al mejor trabajador aparte de lo que ya tiene. - Planes de carrera <ul style="list-style-type: none"> ✓ Escalar posiciones ✓ Establecer el tiempo de aplicación ✓ Diseñar un mapa de carrera. - Realizar encuestas <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar el análisis de manera periódica, de que opinión tienen acerca de la empresa ✓ Identificar las necesidades de los colaboradores. - Realizar el muro del logro <ul style="list-style-type: none"> ✓ Poner en el muro la foto del más puntual. ✓ Cumpleaños de cada colaborador
Posibilidad de aplicar la técnica de control de los	Poco control de los impulsos	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben aplicar las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Revisar emociones

impulsos de los trabajadores		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuando está teniendo un impulso preguntarse ¿Cómo nos sentimos? ✓ Evitar a toda costa responder cuando esta fuera de control. - Meditación <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ayudará a control mejor nuestros impulsos ✓ Realizar actividades físicas
------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

11. Recursos para la implementación de estrategias

N	Estrategias	Recursos humanos	Recursos económicos	Recursos tecnológicos	Tiempo
1	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben controlar sus impulsos mediante talleres para lograr un mejor ambiente laboral e implementar las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manejar las respuestas fisiológicas: el representante legal tiene que mantener sus emociones en cualquier situación como: la calma ansiedad, enojo esta habilidad favorece a que el colaborador se sienta comprometido con su labor. - Mantener una buena actitud: con esto ayudara a tener un buen clima laboral, mediante la tolerancia con las personas que te rodean. - Reconocer las debilidades y fortalezas: esto ayudara a 	Representantes	S/. 2000	-Internet, computadora, impresora	3 meses

	reconocer las virtudes, capacidades, para saber, manejar los defectos, y así transmitir a los colaboradores todo lo positivo.				
2	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen que darle mayor importancia en la aplicación de comprometer a los colaboradores por medio de la motivación con el fin de tener poca rotación del personal.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar las condiciones de trabajo: pueden implementar horarios flexibles, por ejemplo, aumentar el horario de comida, así el empleado podrá retomar al trabajo descansado y con ganas de concluir sus funciones. - Felicitar los logros: felicitar por un trabajo bien hecho y así fomentara el compromiso de los colaboradores. - Reconocer su dedicación: es darle el crédito al colaborador por medio de crear muro de la fama y realizar entrega de premios, por su dedicación. 	Representantes	S/1000.00	- internet, computadora	2 meses
3	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben realizar las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recompensas monetarias <ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar por horas extras ✓ Vacaciones al mejor trabajador aparte de lo que ya tiene. - Planes de carrera <ul style="list-style-type: none"> ✓ Escalar posiciones ✓ Establecer el tiempo de aplicación 	Representantes y trabajador	s/3000.00	- internet, computadora	3 meses

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar un mapa de carrera. - Realizar encuestas <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar el análisis de manera periódica, de que opinión tienen acerca de la empresa ✓ Identificar las necesidades de los colaboradores. - Realizar el muro del logro <ul style="list-style-type: none"> ✓ Poner en el muro la foto del más puntual. ✓ Cumpleaños de cada colaborador 				
4	<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben aplicar las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Revisar emociones <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuando está teniendo un impulso preguntarse ¿Cómo nos sentimos? ✓ Evitar a toda costa responder cuando esta fuera de control. - Meditación <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ayudará a controlar mejor nuestros impulsos ✓ Realizar actividades físicas 	Representantes antes y trabajador	S/1000.00	-internet, computadora	2 meses

b. Cronograma de actividades

Estrategia	Inicio Termino	Septiembre				Octubre				Noviembre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben controlar sus impulsos mediante talleres para lograr un mejor ambiente laboral e implementar las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manejar las respuestas fisiológicas: el representante legal tiene que mantener sus emociones en cualquier situación como: la calma, ansiedad, enojo, esta habilidad favorece a que el colaborador se sienta comprometido con su labor. - Mantener una buena actitud: con esto ayudara a tener un buen clima laboral, mediante la tolerancia con las personas que te rodean. - Reconocer las debilidades y fortalezas: esto ayudara a reconocer las virtudes, capacidades, para saber, manejar los defectos, y así transmitir a los colaboradores todo lo positivo. 	01/09/2022 31/11/2022	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen que darle mayor importancia	01/09/2022 al 31/10/2022	X	X	X	X	X	X	X	X				

<p>en la aplicación de comprometer a los colaboradores por medio de la motivación con el fin de tener poca rotación del personal.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar las condiciones de trabajo: pueden implementar horarios flexibles, por ejemplo, aumentar el horario de comida, así el empleado podrá retomar al trabajo descansado y con ganas de concluir sus funciones. - Felicitar los logros: felicitar por un trabajo bien hecho y así fomentara el compromiso de los colaboradores. - Reconocer su dedicación: es darle el crédito al colaborador por medio de crear muro de la fama y realizar entrega de premios, por su dedicación 													
<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben realizar las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recompensas monetarias <ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar por horas extras ✓ Vacaciones al mejor trabajador aparte de lo que ya tiene. - Planes de carrera <ul style="list-style-type: none"> ✓ Escalar posiciones 	<p>01/09/2022 31/11/2022</p>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer el tiempo de aplicación ✓ Diseñar un mapa de carrera. - Realizar encuestas <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar el análisis de manera periódica, de que opinión tienen acerca de la empresa ✓ Identificar las necesidades de los colaboradores. - Realizar el muro del logro <ul style="list-style-type: none"> ✓ Poner en el muro la foto del más puntual. ✓ Cumpleaños de cada colaborador 													
<p>Los representantes de las micro y pequeñas empresas deben aplicar las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Revisar emociones <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuando está teniendo un impulso preguntarse ¿Cómo nos sentimos? ✓ Evitar a toda costa responder cuando esta fuera de control. - Meditación <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ayudará a control mejor 	01/09/2022 al 31/10/2022	X	X	X	X	X	X	X	X				

nuestros impulsos ✓ Realizar actividades físicas																		
--------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, B., Castañeda, L., Gallo, C., Guzmán, W., & Colmenares, R. (2015). *PYMES: Gestión y clima organizacional*. Barranquilla: Coruniamericana. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=SWBgDwAAQBAJ&pg=PA15&lpg=PA15&dq=%C3%81lvarez,+Casta%C3%B1eda,+Gallo,+Guzm%C3%A1n+y+Colmenares+\(2015\)&source=bl&ots=WaXFFQyd8F&sig=ACfU3U1djStaEpMuJ9BTKyrbovfKVX5UIA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiJjJbg34rsAhWII7kGHde7DFQQ6AEw](https://books.google.com.pe/books?id=SWBgDwAAQBAJ&pg=PA15&lpg=PA15&dq=%C3%81lvarez,+Casta%C3%B1eda,+Gallo,+Guzm%C3%A1n+y+Colmenares+(2015)&source=bl&ots=WaXFFQyd8F&sig=ACfU3U1djStaEpMuJ9BTKyrbovfKVX5UIA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiJjJbg34rsAhWII7kGHde7DFQQ6AEw)
- Aquino, G. (2018). *Ineligencia emocional habilidada emprendedora sostenible*. Lima: Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12571/Aquino_SCG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arpi, M., & Cartagena, B. (2017). *Inteligencia emocional y desempeño laboral del área de recepción de los hoteles de 3 estrellas (tesis de grado)*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/4355/Thardim1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arrabal, E. (2018). *Inteligencia emocional*. España: Eleraninig S.L.
- Avolio, B., Mensones, A., & Roca, E. (2014). Micro y pequeñas empresas en el Perú (MYPES). *Academia*, 1-10.

Baz, J. (04 de Septiembre de 2020). *Qué piensan 100 profesionales de la situación del sector hotelería y turismo en Perú. Resultados encuesta*. Obtenido de Hotel Perú News: <https://hotelperunews.com/crisis-hoteles-por-coronavirus/>

Bonifinacio , M. (2021). *factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos*. Chimbote: ULADECH. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/27622/INTELEGENCIA_EMOCIONAL_BONIFACIO_%20ESTRADA_%20MAURICIO_%20INOCENCIO.pdf?sequence=1

Broncano, C. (2019). *GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE DE LAS MYPE RUBRO HOSPEDAJES EN LA PROVINCIA DE AYABACA*. Piura: ULADECH. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15564/ATENCION_AL_CLIENTE_GESTION_DE_CALIDAD_BRONCANO_MERINO_CELIA_IRALDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Coseatado, S. (2017). *Nivel de inteligencia emocional de los colaboradores del Sonesta Hotel el Olivar del distrito de San Isidro, año 2017 (tesis de grado)*. Lima: Universidad César Vallejo. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/35301/COSEATADO_MSN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Enciso, L. (02 de Julio de 2020). *Inteligencia emocional en la actividad turística*. Obtenido de Administración de Empresas Turismo y Hotelería:

<https://www.uexternado.edu.co/administracion-de-empresas-turisticas-y-hoteleras/inteligencia-emocional-en-la-actividad-turistica/>

Franco, J. (2017). *Inteligencia emocional y bienestar laboral de los servidores públicos del consejo nacional para la igualdad intergeneracionalidad (tesis de grado)*. Ecuador: Universidad Central de Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/11846/1/T-UCE-0007-PI018-2017.pdf>

Garrido Juan. (29 de junio de 2018). consejos para aumentar tu inteligencia emocional. *consejos para aumentar tu inteligencia emocional*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/tecnologia/ciencias/cuatro-consejos-aumentar-inteligencia-emocional-noticia-531506-noticia/?ref=ecr>

Goleman, D. (2018). *Inteligencia emocional en la empresa*. Barcelona: Grupo Editorial, S. A. U. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=IVJLDwAAQBAJ&pg=PT41&dq=inteligencia+emocional+en+las+empresas&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjKi4u5ofrrAhVcG7kGHczMAcgQ6AEwAXoECAUQAg#v=onepage&q=inteligencia%20emocional%20en%20las%20empresas&f=false>

Gómez, M. (2018). *Inteligencia emocional*. Barcelona: Reverté. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/105550>

Mamani, L. (2018). *Inteligencia Emocional y la Satisfacción del cliente de la Universidad privada Telesup S.A.C de la ciudad de Huaraz, 2015 (tesis de*

grado). Huaraz: Universidad Santiago Antúnez de Mayolo. Obtenido de http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/2455/T033_46352672_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Martínez , C., & Galán , A. (2014). *Técnicas e instrumentos de recogida y análisis de datos* . Madrid: Uned.es.

Medina, T. (2017). *La Inteligencia Emocional y su relación con los tipos de Liderazgo en los altos mandos de la empresa Idiomas Sudamérica IDISUD Compañía Limitada (tesis de grado)*. Ecuador: Universidad Central de Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/7822/1/T-UCE-0007-399i.pdf>

Monroy, M., & Nava , N. (2018). *Metodología de la investigación*. México: Grupo Editorial Éxodo. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/172512>

Noguera, F. (2017). *La Inteligencia Emocional y el Comportamiento Creativo e Innovador de los empleados del Sector Terciario en las PYMEs de España (tesis de grado)*. España: Universidad Católica de Murcia.

Perafán, J. (2018). *Influencia de la inteligencia emocional en el desempeño comercial de los empleados de las oficinas de servicio de la sucursal valle del cauca, del banco davivienda durante el año 2018 (tesis de grado)*. Colombia: Universidad Santiago de Cali. Obtenido de <https://repository.usc.edu.co/bitstream/20.500.12421/218/1/INFLUENCIA%20DE%20LA%20INTELIGENCIA.pdf>

Pereda, F., Guzmán, T., & González, F. (Junio de 2018). La inteligencia emocional como habilidades directiva. *Ciencias Sociales y Humanidades*, 27(53), 100-106. doi:<http://dx.doi.org/10.20983/noesis.2018.1.5>

Romero, L. (2018). *Empowerment y trabajo en equipo en el personal de servicio de los establecimientos de Hospedaje de tres estrellas de la Ciudad de Huaraz, Región Ancash, 2018 (tesis)*. Huaraz: Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo.

Troncoso, R. (2018). *La inteligencia emocional y desempeño laboral de colaboradores del Hotel Cabaña Quito (tesis de grado)*. Puerto Maldonado: Universidad del Cusco. Obtenido de http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/2629/1/Rodrigo_Tesis_bachiller_2018.pdf

Anexos

Anexo 1: Cronograma de actividades

Cronograma de actividades														
N	Actividades	Año 2021				Año 2021				Año 2022				
		Semestre II				Semestre I				Semestre I				
1	Elaboración del Proyecto	x												
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación.		X											
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación.		X											
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor.			X										
5	Mejora del marco teórico.				X									
6	Redacción de la revisión de la literatura					x								
7	Elaboración del consentimiento informado.						x							
8	Ejecución de la metodología.							x						
9	Resultados de la investigación.								x					
10	Conclusiones y recomendaciones.									x				
11	Redacción del pre informe de investigación.										x			
12	Redacción del informe final.											X		
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación.												X	
14	Presentación de ponencia en eventos científicos.												X	
15	Redacción de artículo científico.													x x

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2: Presupuestos

Presupuesto Desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	%o Numero	Total (S/.)
Suministros (*)			
-Impresiones	0.10	30	3.00
-Fotocopias	0.05	100	5.00
-Empastado	20.00	3	60.00
-Papel Bond A-4 (500 Hojas)			
-Lapiceros	2.50	3	7.50
Servicios			
-Uso de turnitin	50.00	2	100.00
Internet	15.00	12	180.00
Sub total			
Gastos de viaje			
-Pasajes para recolectar información.	1.00	12	12.00
Sub total			
Total, de presupuesto desembolsable.			367.50
Presupuesto No Desembolsable Universidad			
Categoría	Base	% o Numero	Total (S/.)
Servicios			
-Uso de internet (laboratorio de aprendizaje digital - LAD).	30.00	4	120.00
-Búsqueda de información en base de datos.	35.00	2	70.00
-Soporte informático (módulo de investigación del ERP University - MOIC).	40.00	4	160.00
-publicación de artículo en repositorio institucional.	50.00	1	50.00
Sub tota			400.00
Recurso humano			
-Asesoría personalizada (5 horas semanales).	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total, de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			1019.50

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 3: Directorio de hospedajes de la ciudad de Huaraz.

N°	NOMBRES APELLIDOS/RAZÓN SOCIAL	ACTIVIDAD	DIRECCIÓN
01	SOTO TRUJILLO ULDARICO	HOSPEDAJE	JR. HUALCAN N° 346
02	PAJUELO SAAVEDRA FELIX FERNANDO	HOSPEDAJE	JR. 13 DE DICIEMBRE N° 556
03	GUERRA GUTIERREZ REBECA	HOSPEDAJE	JR. CARAZ N° 269 - 2DO PISO
04	HUAYLLACAYAN ALCANTARA PAMELA MERCEDES	HOSPEDAJE	JR. SORIANO INFANTE N° 1165
05	GUZMAN DE LA CRUZ FLORMIDA HORTENCIA	HOSPEDAJE	JR. CARAZ N° 481 - 2DO PISO
06	CORDOVA BARRETO EZEQUIEL ELIAS	HOSPEDAJE	JR. MARISCAL ANDRES AVELINO CACERES N° 418 - ZONA COMERCIAL
07	ALPA-K E.I.R.L.	HOSPEDAJE	PARQUE GINEBRA MZ. UNICA LT.30-B - ZONA COMERCIAL
08	BETETA VELA MARIA ANTONIETA	HOSPEDAJE	JR. HUASCAR N° 615 - MZ. G- CHALLHUA
09	ROSAS TORRES HILDA DARIA	HOSPEDAJE	JR. CAJAMARCA N° 361 - 3ER Y 4TO PISO - CONO ALUVIONICO
10	EVARISTO BARTOLO MARIO FELISION	HOSPEDAJE	PJE. JOSE DE LAMAR N° 444 - 2DO PISO Y 3ER

			PISO - HUARUPAMPA
11	TRANSPORTE HENOSTROZA E.I.R.L.	HOSPEDAJE	JR. JOSE CARLOS MARIATEGUI N° 123 MZ.179 LT.16 - VILLON ALTO
12	GUZMAN DE LA CRUZ FLORMIDA HORTENCIA	HOSPEDAJE	JR. HUALCAN N° 242 - 3ER Y 4TO PISO - CONO ALUVIONICO
13	MULTISERVICIOS KYM & JR S.A.C.	HOSPEDAJE	JR. LAS TRINITARIAS N° 272 - 1ER Y 2DO PISO - VILLON ALTO
14	RIMAC MELGAREJO OLINDA MARTRHA	HOSPEDAJE	PROL. ALBERTO GRIDILLA N° 408 - ROSAS PAMPA
15	ROSARIO DE LA CRUZ VENCESLAO VITALIANO	HOSPEDAJE	AV. ANTONIO RAYMONDI N° 510 - 2DO Y 3ER PISO - ZONA COMERCIAL
16	CABELLO DURAND LEONCIO	HOSPEDAJE	JR. JOSE DE SAN MARTIN N° 1020 - HUARUPAMPA
17	ROMERO RAMIREZ GUADALUPE TEOFILA	HOSPEDAJE	AV LAS AMERICAS N° 378 2DO Y 3ER PISO SAN FRANCISCO
18	DIVERINVER EIRL	HOSPEDAJE	PSJ ANTONIO ALBA

			BARRENECHEA N° 462-B
19	PAUCAR BERNUY ELIAS ISAIAS	HOSPEDAJE	JR SIMON BOLIVAR N° 534 2DO PISO
20	ROSS GALY E.I.R.L.	HOSPEDAJE	JR. ALEJANDRO M. VILLANUEVA N° 1467
21	GONZALES RAMIREZ AMELIA ESMERALDA	HOSPEDAJE	JR GABINO URIBE N 633 BELEN
22	CORDOVA BARRETO EZEQUIEL ELIAS	HOSPEDAJE	JR MANUEL VILLARAN LOLI N° 476

Fuente: Municipalidad provincial de Huaraz (2020).

Anexo 4: Consentimiento Informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad de los emprendimientos de las micro y pequeñas empresas, rubro hospedajes en la ciudad de Huaraz, 2021 y es dirigido por: Carhuapoma Trujillo Guadalupe Doris, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: recopilar información de los representantes para Establecer propuesta de mejora de los factores relevantes de la inteligencia emocional para la sostenibilidad del emprendimiento de las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta online que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios oficiales de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Si desea, también podrá escribir al correo: Carhuatrujillo20@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Angel Mercedes Ayob

Fecha: 19/04/2021

Correo electrónico: armerandaa7@gmail.com

Firma del participante: [Firma]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]

Anexo 5: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO HOSPEDAJES EN LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021. Para obtener el título profesional de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

INSTRUCCIONES:

Se presenta un conjunto de 19 ítems, los cuales miden las dimensiones de la inteligencia emocional para mejorar la sostenibilidad de los emprendimientos en los Hospedajes en la ciudad de Huaraz. Se presenta una escala de valoración. Favor de marcar una de las alternativas, la que usted estime conveniente. Se agradece su participación en esta encuesta.

INFORMACIÓN GENERAL	
01. Rango de edad a). 18-30 años b). 31-50 años c). 51 años a más	04. Cargo que desempeña a). Dueño b). Administrador c). Representante legal
02. Género a). Femenino b). Masculino	05. Tiempo en el cargo a). 0 a 5 años b). 6 a 10 años c). 11 años a más
03. Grado de instrucción a). Primaria b). Secundaria c). Técnica y/o superior universitario	

N°	Ítems	Escala		
Dimensión 1: Conciencia de uno mismo		Siempre	Algunas veces	Nunca
06	¿Conoce sus habilidades que posee?			
07	¿En su empresa transmite la confianza que tiene, a sus clientes?			
08	¿En su organización reconoce los estados de ánimo de sus colaboradores y clientes?			
Dimensión 2: Autogestión		Siempre	Algunas veces	Nunca
09	¿La empresa está dispuesto a la apertura al cambio?			
10	¿En su empresa controla sus impulsos frente a los colaboradores y huéspedes?			
11	¿Controla los estados de ánimo en su organización?			
Dimensión 3: Motivación		Siempre	Algunas veces	Nunca
12	¿La empresa busca alcanzar los objetivos planificados?			
13	¿Mediante la motivación, está comprometido con la organización?			
14	¿Mediante el optimismo ante cualquier circunstancia su empresa está bien posicionada?			

Dimensión 4: Empatía		Siempre	Algunas veces	Nunca
15	¿En su empresa, trata amablemente a los clientes para fidelizarlos?			
16	¿La empresa tiene la habilidad de comprender a los demás?			
Dimensión 5: Habilidad social		Siempre	Algunas veces	Nunca
17	¿Utiliza la habilidad de liderazgo de equipo en su organización?			
18	¿Mediante el manejo de conflictos resuelve problemas que se identifica en la empresa?			
19	¿Mediante el poder de persuasión, convence a los huéspedes a alojarse en la empresa?			

Anexo 6: informe de opinión de expertos

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Yoplack Zumaeta, Delman
- 1.2. **Grado Académico:** Magíster.
- 1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración.
- 1.4. **Institución donde labora:** Universidad Nacional "José Faustino Sánchez Carrión"
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Profesor.
- 1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario
- 1.7. **Autor del instrumento:** CARHUAPOMA TRUJILLO GUADALUPE DORIS
- 1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento Cuestionario

N° de Ítem	Validez de contenido El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		Validez de constructo El ítem contribuye a medir el indicador planteado		Validez de criterio El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		Observaciones
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Dimensión 1: Conciencia de uno mismo						
1	X		X		X		
2							
3							
Dimensión 2: Autogestión							
4	X		X		X		
5							
6							
Dimensión 3: Motivación							
7	X		X		X		
8							
9							
Dimensión 4: Empatía							
10	X		X		X		
11							
12							
Dimensión 5: Habilidad social							
13	X		X		X		
14							

Otras observaciones generales:



Yoplack Zumaeta, Delman

DNI N° 18182694

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *Salinas Gamboa Toré Germán*
- 1.2. Grado Académico: *Doctor en Administración*
- 1.3. Profesión: *Administrador*
- 1.4. Institución donde labora: *Uladech*
- 1.5. Cargo que desempeña: *Docente*
- 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario
- 1.7. Autor del instrumento: CARHUAPOMA TRUJILLO GUADALUPE DORIS
- 1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento Cuestionario

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Conciencia de uno mismo							
6	✓		✓		✓		
7	✓		✓		✓		
8	✓		✓		✓		
Dimensión 2: Autogestión							
9	✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		
11	✓		✓		✓		
Dimensión 3: Motivación							
12	✓		✓		✓		
13	✓		✓		✓		
14	✓		✓		✓		
Dimensión 4: Empatía							
15	✓		✓		✓		
16	✓		✓		✓		
Dimensión 5: Habilidad social							
17	✓		✓		✓		

28/03/16

18	✓		✓		✓		
19	✓		✓		✓		

Otras observaciones generales:

.....

.....

.....

.....

.....

.....


.....
Dr. José Germán Salinas Gamboa
CLAD N° 4602, C.B.P. N° 44110

Firma

DNI N° 18141423

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** RAMOS LA ROSA PATRICIA

1.2. **Grado Académico:** MAGISTER

1.3. **Profesión:** LIC. ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

1.4. **Institución donde labora:** UNIVERSIDAD JOSÉ FAUSTINO S. CARRIÓN-
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

1.5. **Cargo que desempeña:** PROFESOR ASOCIADO

1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario

1.7. **Autor del instrumento:** CARHUAPOMA TRUJILLO GUADALUPE DORIS

1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento Cuestionario

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Conciencia de uno mismo							
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
Dimensión 2: Autogestión							
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
Dimensión 3: Motivación							
12	X		X		X		
13	X		X		X		
14	X		X		X		
Dimensión 4: Empatía							
15	X		X		X		
16	X		X		X		
Dimensión 5: Habilidad social							

17	X		X		X		
18	X		X		X		
19	X		X		X		

Otras observaciones generales:

-----NINGUNA-----



Patricia Ramos La Rosa
DNI 42929056

Firma

RAMOS LA ROSA PATRICIA

DNI N°42929056

Anexo 7: Hoja de tabulación

Características de la conciencia de uno mismo como factor relevante de la inteligencia emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce las habilidades que posee	Siempre	12	IIIIIIIIII	54.50
	Algunas veces	10	IIIIIIII	45.50
	Nunca	-	0	0.00
	Total	22	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	100.00
Trasmite confianza a sus clientes	Siempre	12	IIIIIIIIII	54.50
	Algunas veces	10	IIIIIIII	45.50
	Nunca	-	0	100.00
	Total	22	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	
Reconoce los estados de ánimo de los colaboradores y clientes	Siempre	9	IIIIIIII	40.90
	Algunas veces	13	IIIIIIIIII	59.10
	Nunca	-	0	0.00
	Total	22	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	100.00

Características de la autogestión como factor relevante de la inteligencia emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
La empresa está dispuesta a la apertura al cambio	Siempre	12	IIIIIIIIII	54.50
	Algunas veces	10	IIIIIIII	45.50
	Nunca	-	0	0.00
	Total	22	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	100.00
Controla los impulsos frente a los colaboradores y huéspedes	Siempre	10	IIIIIIII	45.50
	Algunas veces	12	IIIIIIIIII	54.50
	Nunca	-	0	0.00
	Total	22	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	100.00
controla los estados de ánimo	Siempre	7	IIIIII	31.80
	Algunas veces	15	IIIIIIIIIIII	68.20
	Nunca	-	0	0.00
	Total	22	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	100.00

Características de la motivación como factor relevante de la inteligencia emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
La empresa alcanza los objetivos planificados	Siempre	10	IIIIIIII	45.50
	Algunas veces	12	IIIIIIIIII	54.50
	Nunca	-	0	0.00
	Total	22	IIIIIIIIIIIIIIIIII	100.00
Está comprometido con la organización por medio de la motivación	Siempre	10	IIIIIIII	45.50
	Algunas veces	12	IIIIIIIIII	54.50
	Nunca	-	0	0.00
	Total	22	IIIIIIIIIIIIIIIIII	100.00
Por medio del optimismo la empresa está bien posicionada	Siempre	10	IIIIIIII	45.50
	Algunas veces	12	IIIIIIIIII	54.50
	Nunca	-	0	0.00
	Total	22	IIIIIIIIIIIIIIIIII	100.00

*Características de la habilidad social como factor relevante de la
inteligencia emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la
ciudad de Huaraz, 2021*

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
La habilidad de liderazgo en equipo ejecuta en la empresa	Siempre	12	IIIIIIIIII	54.50
	Algunas veces	10	IIIIIIIII	45.50
	Nunca	-	0	0.00
	Total	22	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	100.00
Mediante el manejo de conflictos resuelve los problemas en la empresa	Siempre	10	IIIIIIIII	45.50
	Algunas veces	12	IIIIIIIIII	54.50
	Nunca	-	0	0.00
	Total	22	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	100.00
Por medio del poder de persuasión, convence a los huéspedes a alojarse en la empresa	Siempre	10	IIIIIIIII	45.50
	Algunas veces	12	IIIIIIIIII	54.50
	Nunca	-	0	0.00
	Total	22	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	100.00

Anexo 9: Figuras.

Características de la conciencia de uno mismo como factor relevante de la inteligencia emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021

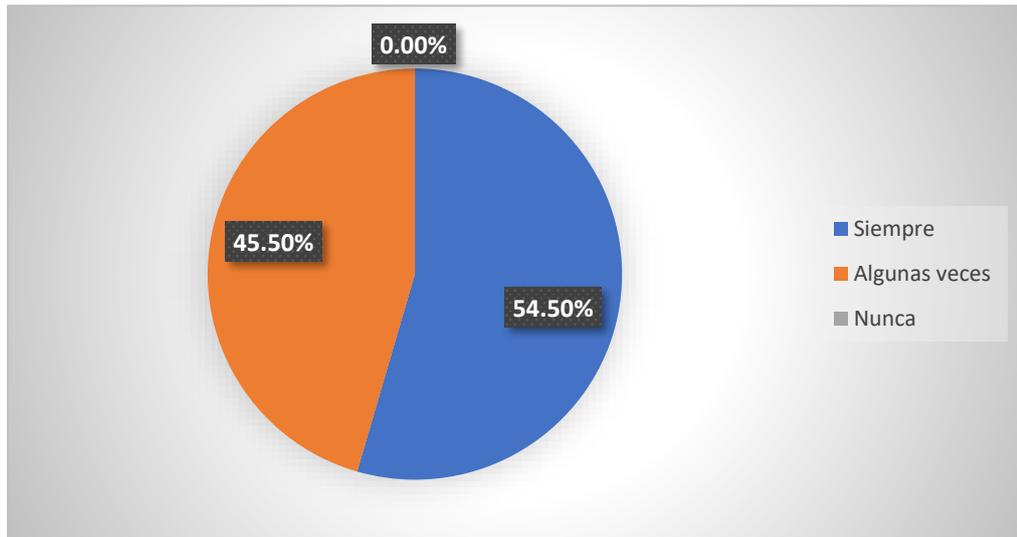


Figura 1. Habilidades que posee

Fuente. Tabla 1

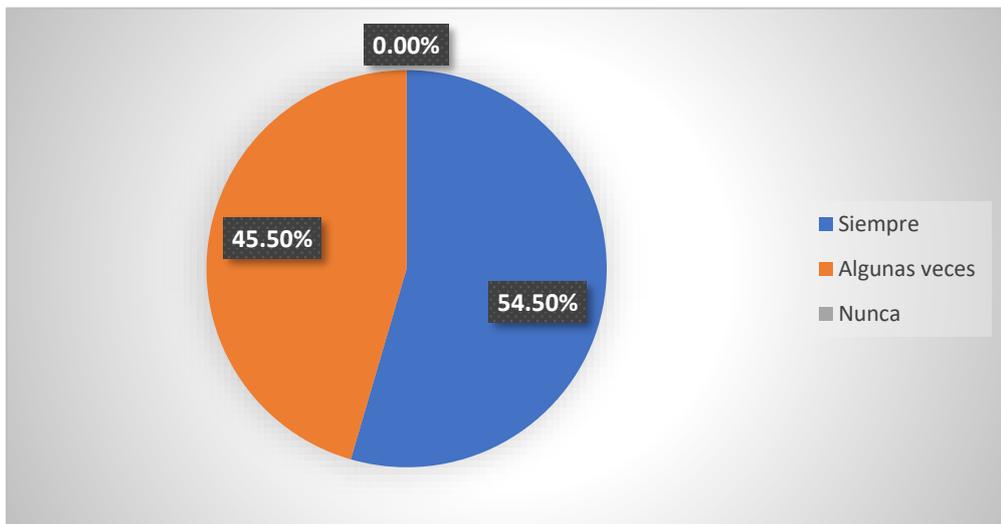


Figura 2. Trasmite confianza a sus clientes

Fuente. Tabla 1

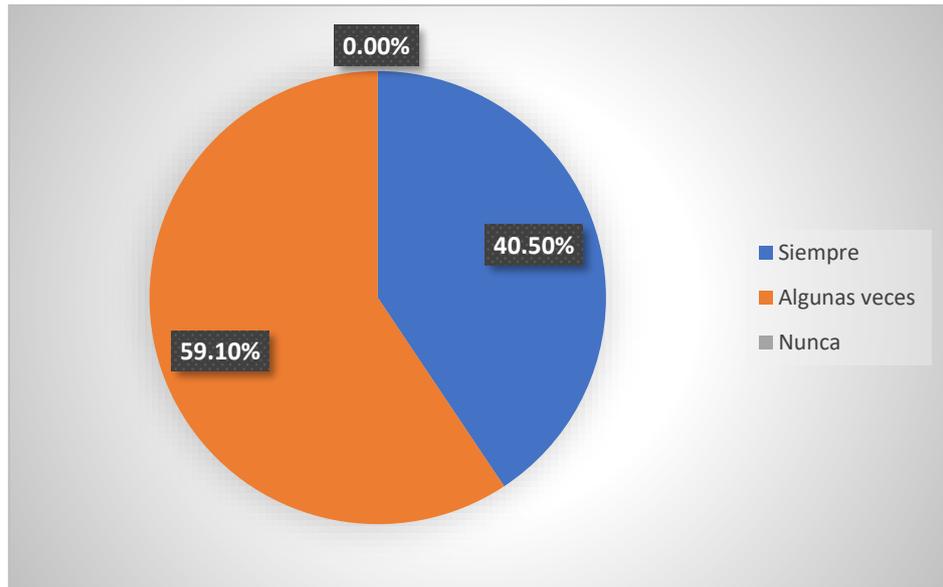


Figura 3. Estados de ánimo de los colaboradores y clientes
Fuente. Tabla 1

Características de la autogestión como factor relevante de la inteligencia emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021

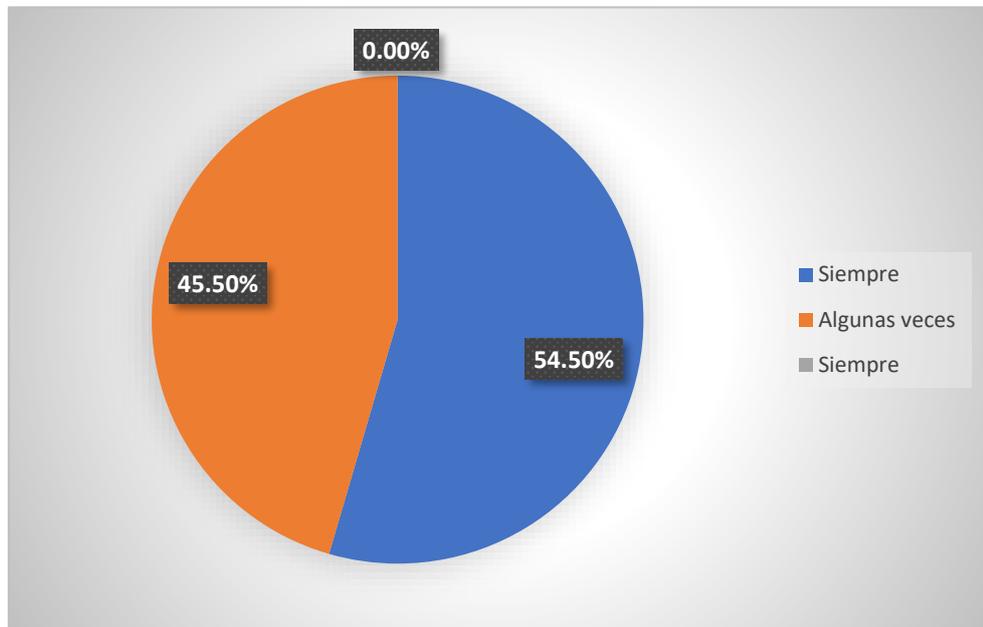


Figura 4. Apertura al cambio.

Fuente. Tabla 2

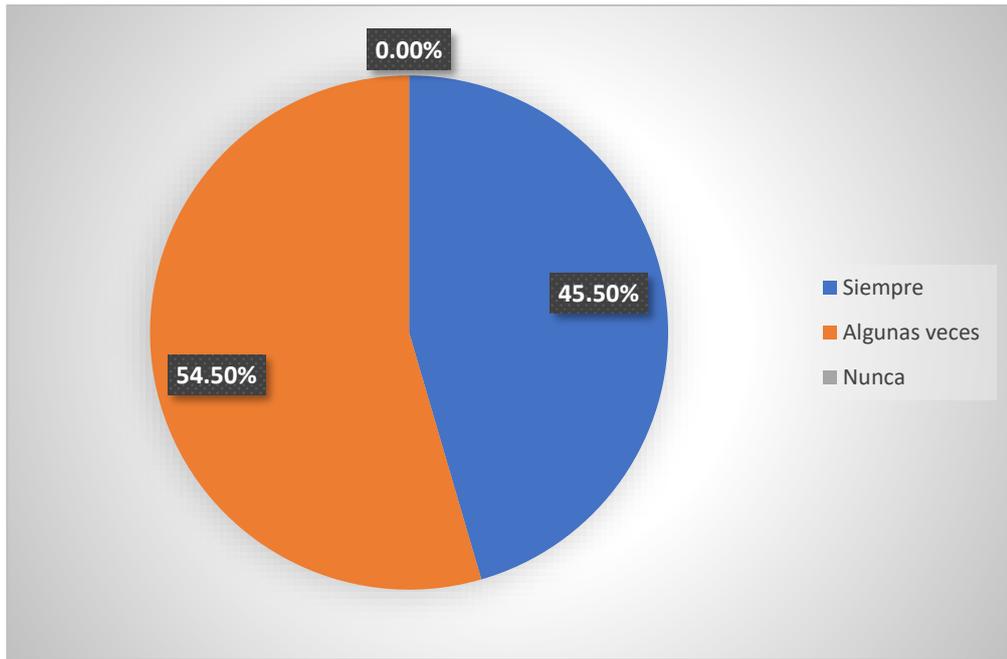


Figura 5. Control de los impulsos

Fuente. Tabla 2

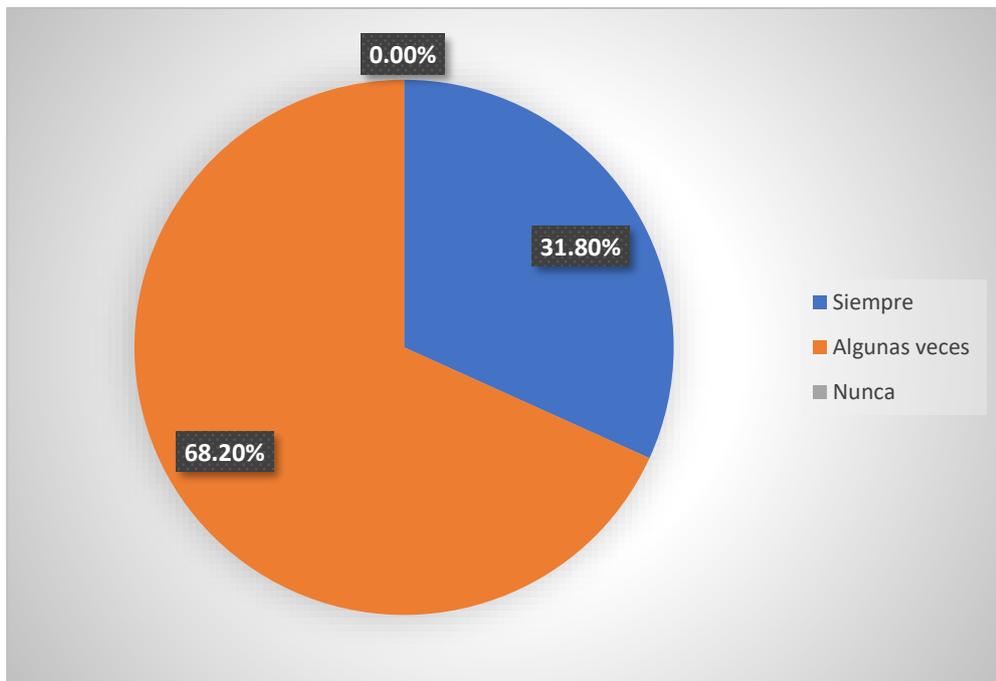


Figura 6. Controla los estados de ánimo

Fuente. Tabla 2

Características de la motivación como factor relevante de la inteligencia emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021

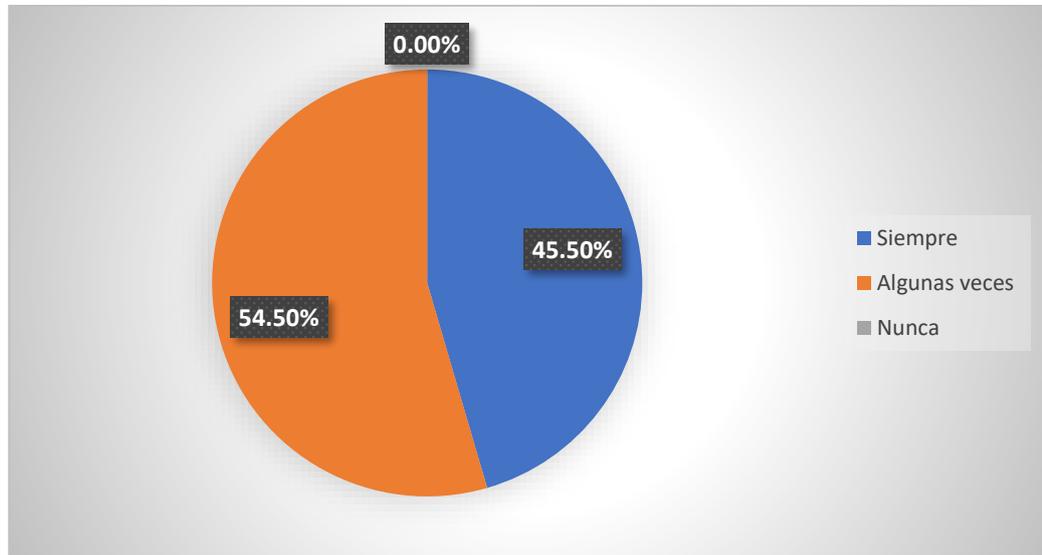


Figura 7. Alcance de los objetivos planificados

Fuente. Tabla 3

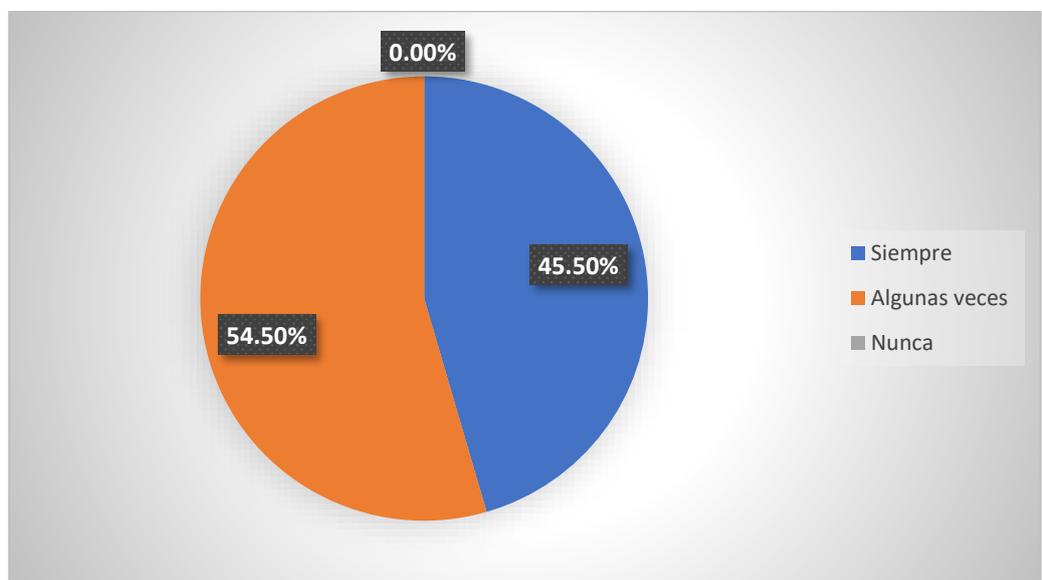


Figura 8. Comprometido con la organización por medio de la motivación

Fuente. Tabla 3

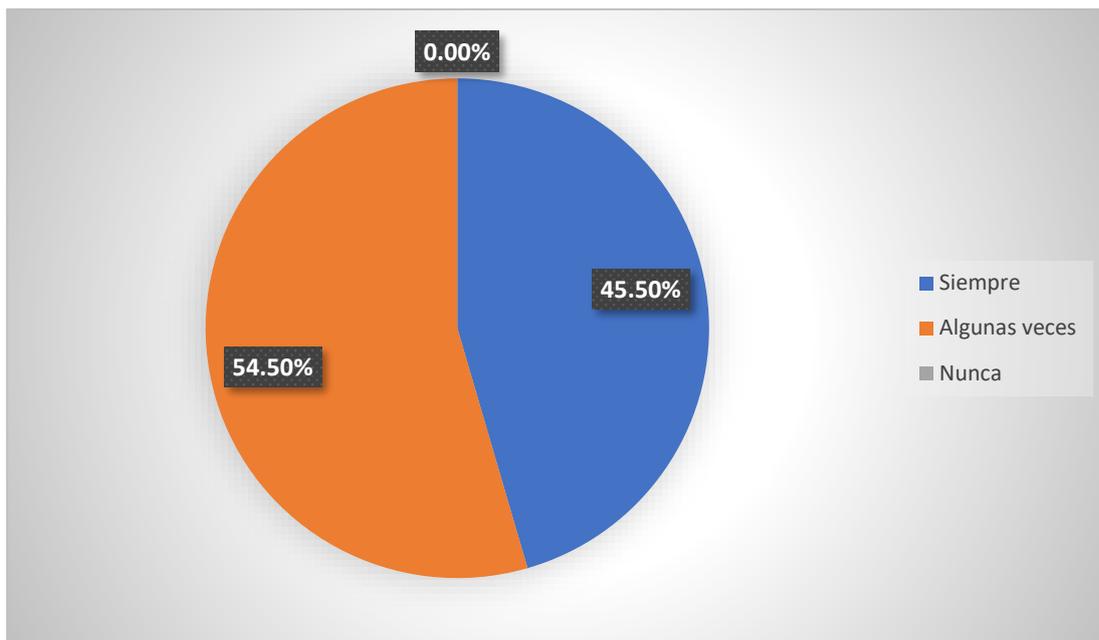


Figura 9. La empresa está bien posicionada por el optimismo.

Fuente. Tabla 3

Características de la empatía como factor relevante de la inteligencia emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021

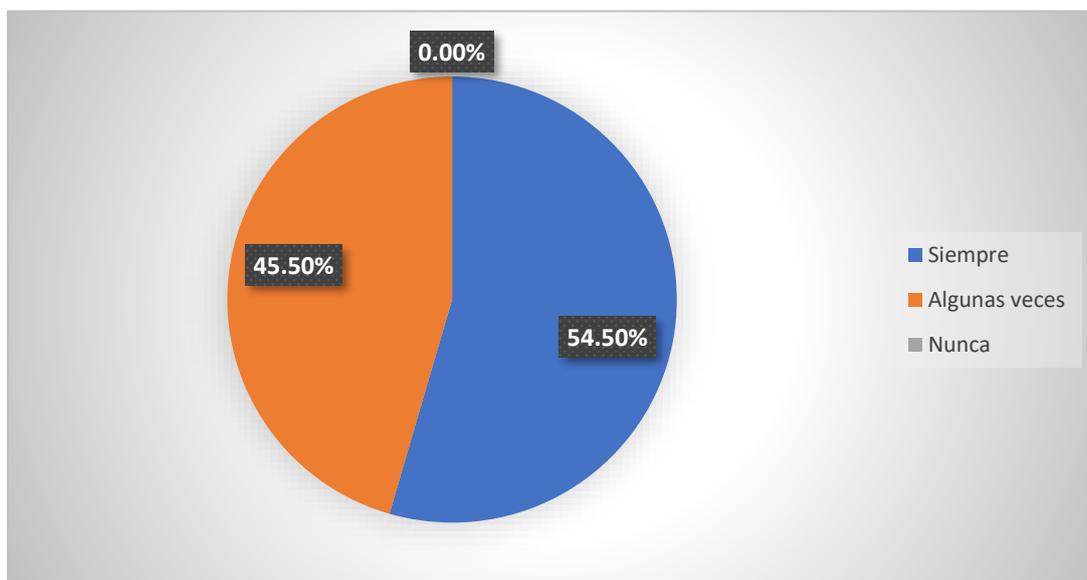


Figura 10. Trata amablemente a los clientes para fidelizarlos

Fuente. Tabla 4

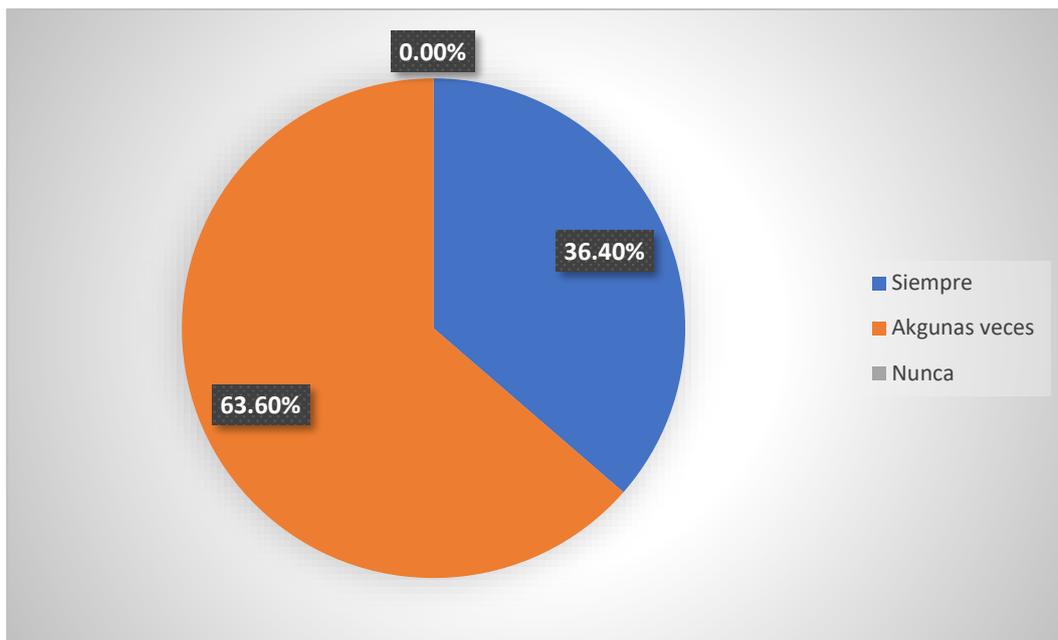


Figura 11. Habilidad de comprender a los demás
Fuente. Tabla 4

Características de la habilidad social como factor relevante de la inteligencia emocional en las micro y pequeñas empresas rubro Hospedaje en la ciudad de Huaraz, 2021

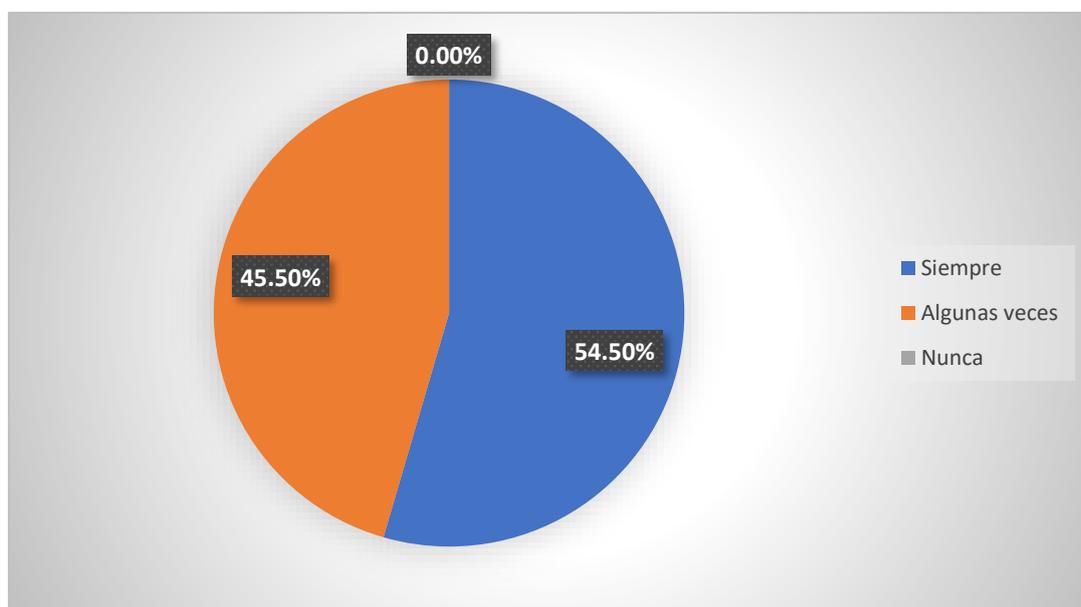


Figura 12. Habilidad de liderazgo
Fuente. Tabla 5

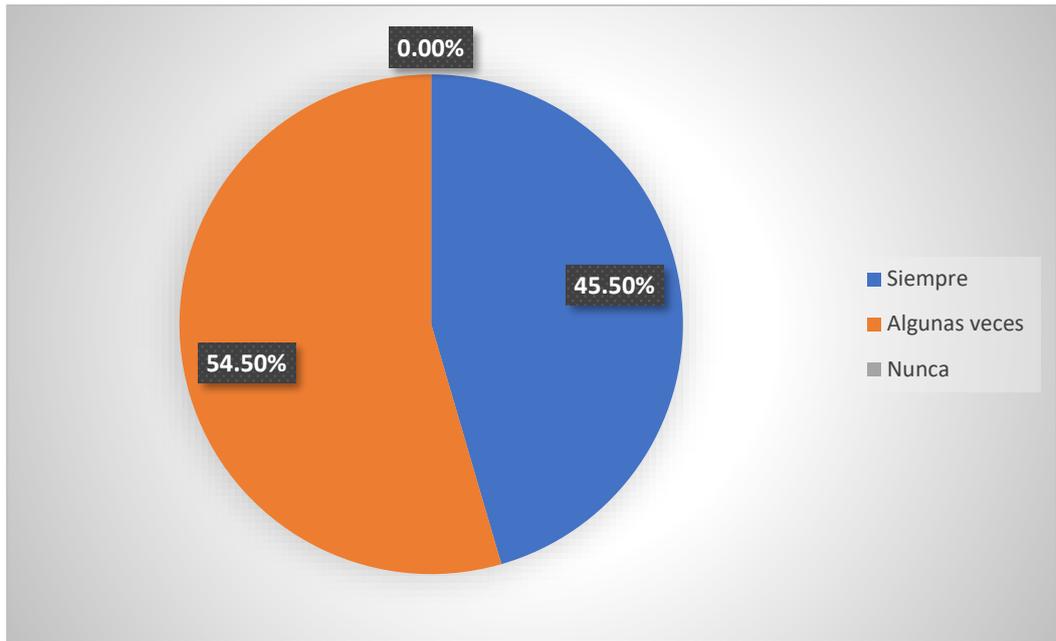


Figura 13. Manejo de conflictos
Fuente. Tabla 5

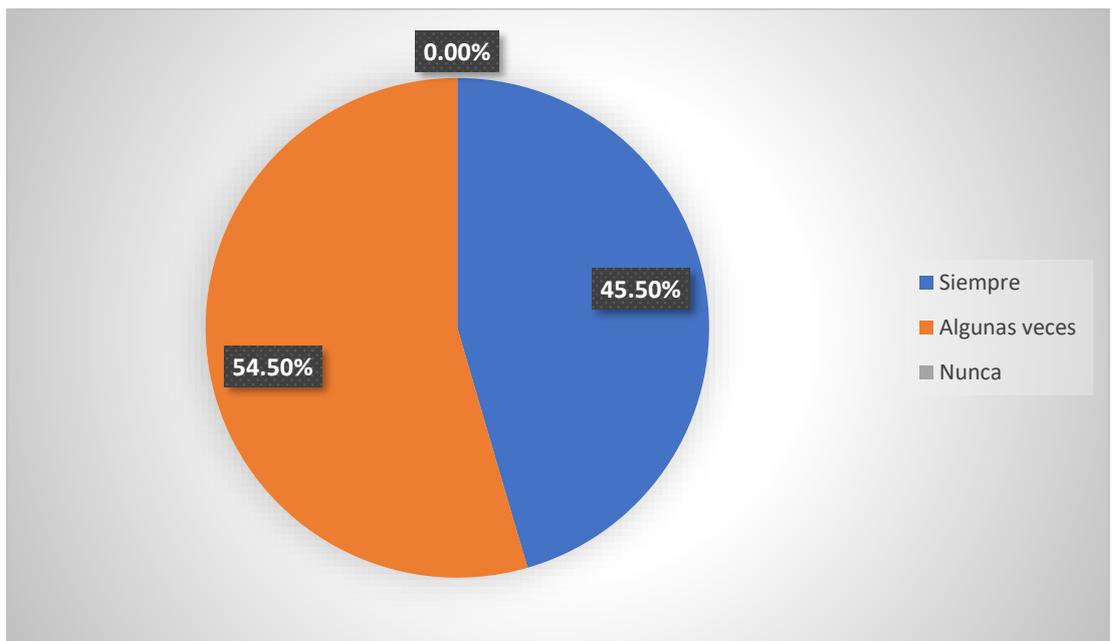


Figura 14. Poder de persuasión
Fuente. Tabla 5