

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

Trabajo de fin de carrera titulado:

**“EMPATIA Y EL IMPACTO EN LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE
EN EL MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES”**

Realizado por:

MARIA ELISA RECALDE

Director del proyecto:

CARLOS FERNANDO GUIJARRO CADENA Msc.

Como requisito para la obtención del título de:

PSICÓLOGA ORGANIZACIONAL

Quito, 25 de Septiembre de 2014

Tabla de Contenido

CAPITULO I INTRODUCCION	1
1.1 El Problema de Investigación	1
1.1.1. Planteamiento del Problema	1
1.1.1.1 Diagnóstico del Problema	1
1.1.1.2 Pronóstico	2
1.1.1.3 Control de Pronóstico	2
1.1.2 Formulación del Problema	2
1.1.3 Sistematización del problema	2
1.1.4 Objetivo General.....	3
1.1.5 Objetivos Específicos	3
1.1.6 Justificaciones.....	3
1.2 Marco Teórico.....	4
1.2.1 Estado Actual del Conocimiento sobre el Tema	8
1.2.2 Adopción de una perspectiva teórica	17
1.2.3 Marco Conceptual.....	19
1.2.4 Hipótesis	25
1.2.5 Identificación y Caracterización de las Variables	25
CAPITULO II: METODO	26
2.1 Tipo de estudio	26
2.2 Modalidad de Investigación.....	26
2.3 Método	26
2.4 Población y Muestra.....	27
2.5 Selección de Instrumentos de Investigación.....	27
2.6 Validez y Confiabilidad de los Instrumentos	27
2.7 Operacionalización de Variables	28
2.8 Procesamiento de Datos.....	28
CAPITULO III: RESULTADOS	30
3.1 Correlaciones entre los Instrumentos	32
Capítulo IV. DISCUSION.....	34
4.1 Conclusiones	34
4.2 Recomendaciones	35

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico principalmente a Dios que ha sido mi guía, que me da esa fuerza para levantarme, forjando mi vida por el camino correcto.

A mis padres, hermanos que han sido mi ejemplo para ser la persona que soy, llena de valores y mucha fortaleza para enfrentar los obstáculos en la vida.

A mi Tía Loyde que ha sido un pilar importante y mi apoyo incondicional en todo momento de mi vida

A mi mejor amiga Anita que siempre ha estado junto a mí apoyándome en todo momento para seguir adelante

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo no pudo ser realizado sin el apoyo de tantas personas que han estado conmigo durante todo el trayecto del mismo, Comenzando por Dios que ha sido mi fortaleza a cada paso, Luego mi querida familia que es un pilar importante en mi vida. Mi director de tesis Carlos Guijarro por su apoyo y paciencia para que este trabajo salga adelante con éxito.

A Mónica Yépez, una profe muy querida para mí, que me ha apoyado en todo momento de mi vida y a todos mis profes que día a día me brindaron su conocimiento y sabiduría. Al Ministerio de Relaciones Laborales por abrirme las puertas de su institución para realizar mi trabajo de investigación. A Felipe por esta junto a mí siempre ayudándome. Y por último a la Universidad SEK, por ser la promotora de tantos logros alcanzados y metas cumplidas de cada uno de sus estudiantes que la hacen la mejor.

Resumen

La presente investigación buscó encontrar la relación entre empatía (Toma de perspectiva, Preocupación empática, Inconformidad personal y Fantasía) y calidad de servicio al cliente (Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad, Empatía y Aspectos tangibles). La muestra utilizada dentro del Ministerio de Relaciones Laborales de las áreas de Talento Humano, Gestión y Evaluación de Calidad, Dirección Administrativa y Administración Financiera (N = 100; 50 hombres y 50 mujeres) osciló entre las edades de 25 a los 65 años. La metodología fue correlacional y de campo realizando una aplicación de los cuestionarios: Índice de Reactividad Interpersonal y Servqual. La hipótesis inicial fue que mientras el nivel de empatía es alto la calidad de servicio va a ser alta y mientras el nivel de empatía es bajo la calidad de servicio va a ser baja. Los resultados indicaron que la hipótesis inicial planteada si fue comprobada ya que se relaciona a la empatía y sus diferentes tipos con la calidad de servicio y sus dimensiones. Futuros estudios podrían incrementar mayor información sobre dicha relación y así poder llevarlo a la práctica para ver mejoras dentro de la sociedad.

Palabras Clave: Empatía, Calidad de Servicio al Cliente, Servqual, Índice de Reactividad Interpersonal

Abstract

The present study sought to find the relationship between empathy (Perspective Taking, Empathic Concern, Personal Dissatisfaction and Fantasy) and quality of customer service (Reliability, Responsiveness, Security, empathy and tangible aspects). The sample used in the Ministry of Labour Relations in the areas of Human Resource Management and Quality Assessment, Management and Financial Management (N= 100, 50 men and 50 women) between the ages ranged from 25 to 65. The methodology was performing correlational and field application of questionnaires: Interpersonal Reactivity Index and Servqual. The initial hypothesis was that while the level of empathy is high service quality will be high; while the level of empathy is low service quality will be low. The results indicated that the initial hypothesis was tested and fit relates to empathy and its different types of service quality and its dimensions. Future studies could increase further information on this relationship and be able to implement it to see improvements within society.

Key Words: Empathy, Quality Customer Service, Servqual, Interpersonal Reactivity Index

CAPITULO I INTRODUCCION

1.1 El Problema de Investigación

1.1.1. Planteamiento del Problema

Según el Plan de Desarrollo/Plan del Buen Vivir (2006), en el Ecuador existió una falta de seguimiento y evaluación de calidad de servicio previo al año 2006. A pesar de esa falencia, en una encuesta realizada dentro del Instituto Nacional de Estadística y Censo (2008), se pudo observar que el promedio dentro de la calidad de servicio en instituciones públicas fue de 5.07 en una escala de 1 a 10. Adicionalmente, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo/ Plan Nacional Para el Buen Vivir (2008), dentro del mismo año, un 90 % de las personas afirmaron que los principales problemas percibidos dentro de la calidad de servicio al cliente fueron: la corrupción, la lentitud y el maltrato de los funcionarios hacia la ciudadanía en general.

1.1.1.1 Diagnóstico del Problema

En Ecuador, de acuerdo al Ministerio de Relaciones Laborales (2012), los parámetros de evaluación de calidad de servicio determinaron que el nivel de satisfacción al cliente externo fue del 51% llevado a cabo dentro del año 2012. El mismo autor planteó que el 89% de los clientes llegó a perder el interés en seguir utilizando los servicios de una determinada empresa debido a la mala atención al cliente. Finalmente, Santo reportó que las consecuencias que trae una mala atención al cliente costarían a las empresas alrededor del mundo aproximadamente 338 mil millones de dólares.

1.1.1.2 Pronóstico

Tomando en cuenta los datos previamente mencionados, se determinó que la situación deficiente en el ámbito de calidad de servicio al cliente podría mantenerse si no se buscan soluciones para entender y posiblemente resolver esta problemática. La inadecuada calidad de servicio público podría permanecer en el Ecuador causando que la mala atención ocasione grandes pérdidas monetarias.

1.1.1.3 Control de Pronóstico

Según Kleyman (2009), un buen servicio al cliente está basado en la empatía (contrario al maltrato reportado por la ciudadanía en Ecuador) que él/ ella tenga. Esto significa “ponerse en los zapatos del cliente” (parr.1). La empatía significa comprender a los clientes y sus necesidades. De esta manera se tomaría en cuenta que un alto nivel de empatía en los servidores públicos podría estar relacionado con un alto nivel de calidad de servicio. Una evaluación de esta posibilidad podría dar soluciones en cómo mejorar la calidad de servicio en el sector público.

1.1.2 Formulación del Problema

Es importante evaluar la relación entre la calidad de servicio al cliente del servidor público del Ministerio de Relaciones Laborales y la empatía.

1.1.3 Sistematización del problema

¿Mientras el nivel de empatía del servidor público del Ministerio de Relaciones Laborales es alto la calidad de servicio es alta?

¿Si el nivel de empatía es bajo del servidor público del Ministerio de Relaciones Laborales, la calidad de servicio es baja?

¿No existe ninguna relación entre las dos variables?

1.1.4 Objetivo General

Analizar la posible relación entre el nivel de empatía en el servidor público del Ministerio de Relaciones Laborales y la calidad de servicio al cliente.

1.1.5 Objetivos Específicos

Fundamentar teóricamente las variables para obtener mayor información y comprensión de los datos.

Determinar el nivel de calidad de servicio al cliente en una muestra del Ministerio de Relaciones Laborales Ed. Administrativo.

Determinar el nivel de empatía en una muestra del Ministerio de Relaciones Laborales Ed. Administrativo.

1.1.6 Justificaciones

Según Kleyman (2009), las empresas necesitan realizar una mejor inversión en conocer las necesidades de los clientes y poder satisfacerlas de una manera efectiva. Adicionalmente el mismo autor corrobora que, un buen servicio al cliente se basa en la empatía que se tenga con él/ ella. Consecuentemente a este punto de vista, Santo (2013), aclaró que se debería mejorar la predisposición del personal en una institución para poder mejorar la calidad de servicio. Tomando en cuenta estos factores, es importante conocer más aspectos sobre la posible relación entre la calidad de servicio al cliente y la empatía del proveedor de servicios. Este conocimiento podría mejorar el pronóstico planteado sobre la calidad de servicio que ha sido reportada por otros autores en el Ecuador. La información recabada en esta investigación podría ayudar a disminuir a largo plazo los costos en gasto público asociada con una mala atención al cliente.

1.2 Marco Teórico

Calidad de servicio

El autor Larrea (1991), explicó que la calidad es contemplada como aquellas características de la empresa capaces de presentar una relación con las expectativas del cliente (p. 23). Como mencionó Ishikawa (1993), (como fue reportado por Vargas, y Aldana, 2006), afirmó que la calidad es un sistema para integrar distintos esfuerzos de mejora de la calidad como de desarrollo llevada a cabo dentro de las organizaciones y que busquen cumplir con el objetivo principal la satisfacción de los clientes (p.73). Mientras que Horovitz (1994), indicó que es más complicado gestionar la calidad de un servicio que de un producto en general, ya que presentan mayoría de características y resultan ser mucho más visibles. Según Horovitz (1994), la calidad de servicio es el nivel de excelencia que una empresa podría alcanzar para satisfacer a su fiel clientela, es la medida en la que se alcanza dicha calidad. Como mencionó Albrecht (1994), la calidad se definió como “una medida que refleja un juicio ultimo respecto del valor recibido e implica valores tanto objetivos como subjetivos” (p.117).

Adicionalmente la Organización Mundial de la Salud (2003), (como fue reportado por Olvera, 2009), afirmó que la calidad se refiere a ciertos aspectos como el tiempo de espera del cliente y las actitudes del mismo. Torres (2006), reafirmo que la cultura de servicio se muestra a través de la actitud y comportamiento de las personas con las cuales el cliente entra en contacto. Estas son: la cortesía general con la que el personal busca responder de una manera óptima las inquietudes, resolver problemas, ampliar aquella información requerida y trata a los clientes. Esto llega a producir un impacto dentro del nivel de satisfacción de las expectativas del cliente que es el que decide volver a la organización. Según Quijano (2003), (como fue reportado por Requena, y

Serrano, 2007), la calidad depende de gran forma de la actitud y conducta que adopten el personal de las organizaciones (p.11).

Por otra parte Vargas, y Aldana, (2006), creen que la mejora en la calidad de servicio se basa en cuatro puntos importantes que son: Trabajo en equipo, Liderazgo Participativo y Optimización de procesos. Según las aportaciones de Olvera (2009) afirmó que la calidad de servicio es el nivel de satisfacción que un cliente obtiene con respecto a la expectativa inicial que tiene y se relaciona con la eficacia y eficiencia (p.18). La eficacia es alcanzar objetivos haciendo cosas correctas para así obtener resultados y la eficiencia es la habilidad para reducir el uso de herramientas para la consecución de los objetivos planteados. (p. 17). Según Lovelock, (2009), (como fue reportado por Villarroel, 2012), la calidad de servicios se enfoca en los beneficios creados para los clientes y las empresas (p.37). Como mencionó, Olvera (2009), la calidad de servicio debe enfocarse en aspectos subjetivos, como las cualidades de las personas (p. 22). Para lograr una calidad de servicio optima se debe tomar como pautas estos principios: La calidad la hacen los seres humanos, La calidad es dirigida para el cliente, La calidad la hacen todos, La calidad se hace entre todos, La calidad se hace creando nuevas ideas (p. 23).

Empatía

El término empatía fue usado formalmente en el siglo XVIII, por Robert Vischer con el término alemán “Einführung”, que significa sentirse dentro de. Uno de los investigadores pioneros desde un enfoque cognitivo es Kohler para quien la empatía consiste en la comprensión de los sentimientos de los otros. Un hito importante era el desarrollo del concepto de la empatía se produjo con la introducción del término adopción de perspectiva. Desde finales de los años 60 se empezó a consolidar una visión que concedía más importancia a su componente afectivo que al cognitivo,

definiéndola como un sentimiento vicario. Stotland (1969), se sitúa entre los primeros autores en definir como “la reacción emocional de un observador que percibe que otra persona va a experimentar una emoción” (p.285). La propuesta de Salovey y Mayer (1990), afirma que la empatía requiere una adecuada identificación en las respuestas emocionales e implica no solo actitudes sino también habilidades o competencias bien definidas.

Dentro de lo que menciona Titchener (1909), habla sobre “mimetismo motor”, palabra inventada en el idioma inglés que refiere al mecanismo por el cual se produce imitación de la persona u objeto observado. Como la definió Davis, (1996), al término más psicológico para el estudio de ilusiones ópticas (entendidas como percepciones equivocadas de acuerdo a circunstancias provocadas por ciertos estímulos o problemas en órganos sensoriales). Por otro lado Kohler (1929), (como fue reportado por Davis, 1996), reportó a la empatía desde una perspectiva más cognitiva y menciona que la empatía es más entender los sentimientos de los demás. Entender a otras personas puede ser logrado con la observación y la interpretación de acciones, movimientos y señales físicas (p.6). Davis et al. (1999), investigaron acerca de la empatía disposicional y concluyeron que mientras más alto el grado de empatía más esta puede influir sobre la voluntad de la persona al ayudar a otras.

De acuerdo a Davis (1980), (como fue reportado por Carrasco, 2011), la empatía consiste en entender necesidades, sentimientos y problemas de otros, poniéndose en su lugar y respondiendo a sus reacciones emocionales. Finalmente Hoffman (1987), definió a la empatía como una respuesta afectiva más adecuada a la situación del otro, que a la de uno mismo. Para Batson (1991), la empatía se aplicaría específicamente en los sentimientos de compasión hacia la persona que atraviesa por momentos difíciles.

Según Davis (1996), el término de empatía se comenzó usando dentro de la estética alemana, haciendo referencia a la tendencia de los individuos de proyectarse a ellos en aquello que se observa. Como mencionó Davis (1996), existe una sutil diferencia entre el antiguo concepto de simpatía y el nuevo concepto de empatía, el énfasis entre estos dos conceptos: está en las maneras en las que una persona llega a sentir lo que otro siente e intentar estar dentro del otro.

La definición más aceptada de empatía es expresada por el propio Davis (1996), (como fue reportado por Fernández-Pinto et al. (1998), quien mencionó que “la empatía es un conjunto de constructos entendidos (como categoría descriptiva que cada individuo tiene para poder organizar experiencias de su mundo), que incluyen aquellos procesos de ponerse en el lugar del otro (p.287). Como indicó Oceja et al. (2009), empatía es sentir una emoción que no necesariamente es igual a la del otro.

De acuerdo a Davis (1983), (como fue reportado por Balliet et al. 2008) dentro de la empatía existen varias dimensiones que son:

Toma de perspectiva

Según plantea García et al. (2006), definió la toma de perspectiva como la capacidad que posee un individuo para interpretar sus propias respuestas mentales y emocionales incluyendo a la de los demás. Adicionalmente Fernández- Pinto et al. (2008), la toma de perspectiva es entendida como la capacidad de representación de pensamientos de la otra persona.

Preocupación empática

Según Davis (1980), (como fue reportado por Lozano 2003), esta dimensión de empatía evalúa los intentos de una persona en adoptar el punto de vista de otra (p. 3). Continuando con Fernández-Pinto et al. (2008) pensaba que, la preocupación empática

es una predisposición del ser humano a tener sentimientos de compasión y a preocuparse por los demás (p. 286).

Inconformidad personal

Davis (1980), creía que la inconformidad personal es un estado en el que una persona manifiesta malestar al ver las situaciones negativas de otras. Una persona trata de manejar su propio malestar antes que ayudar a otros. Según Batson et al. (1992), (como fue reportado por Escrivá 2004), ve a la inconformidad personal como una respuesta emocional en la que el malestar general se centra en el propio sujeto o víctima. Adicionalmente Fernández-Pinto et al. (1998), mencionó que la inconformidad personal se refiere a los sentimientos de ansiedad que una persona puede llegar a sentir al presenciar un momento desagradable para otro (p. 286). Lozano y Etxebarria (2007), pensaban que la inconformidad personal es una respuesta emocional en la que el centro de atención es el propio individuo.

Fantasía

Davis (1980), (como fue reportado por Fernández 2008), definió a la fantasía como a la tendencia a identificarse con personajes ficticios. Según Escrivá et al. (2004), la fantasía es la tendencia a identificarse con seres del cine y de la literatura.

1.2.1 Estado Actual del Conocimiento sobre el Tema

Varios estudios (Karniol, y Shomroni, 1999; Davis, Mitchell, Hall, Lothert, Snapp, y Meyer, 1999; Balliet, Joireman, Daniels, y Falvy, 2008; Limpo, Alves, y Catro, 2010; Chambers y Davis, 2012) han investigado sobre el tema de empatía. Por ejemplo, Karniol y Shomroni (1999), informaron que los que poseían mayor nivel de empatía estaban más aptos para utilizar reglas de transformación (entendidos como mecanismos heurísticos utilizados para canalizar la memoria necesaria para hacer predicciones de los pensamientos y sentimientos de otros en cualquier contexto) que ayudan a realizar

predicciones sobre pensamientos y sentimientos de otras personas. Balliet et al. (2008), mediante un estudio aplicado a 284 personas que los rasgos de empatía se relacionaban de manera positiva con valores de benevolencia mientras que tiene una fuerte relación negativa con valores de logro. Por otra parte, Limpo et al. (2010), midieron la empatía por medio de un instrumento psicométrico que sea fácilmente utilizado en distintos contextos. Concluyendo que las mujeres mostraban más empatía que los hombres. Finalmente, Chambers y Davis (2012), presentaron estudios en los que se evidenció que los observadores en ocasiones sienten un nivel bajo de empatía por otros, cuando estos se encuentren en situaciones graves y que se tiene más empatía cuando la persona se involucra en una situación que no reviste de gravedad.

Adicionalmente, varios estudios (Riñón, 2000; Landrum, Prybutok, Zhang, y Peak, 2009; Pineda, Estrada, y Parra, 2011; Anjali, 2013; Prabhakar, y Ram, 2013) han investigado calidad de servicio al cliente. Por ejemplo, Riñón (2000), realizó una observación relevante acerca una buena calidad de servicio y concluyó que dentro de las dimensiones analizadas no se le da importancia a la empatía a diferencia de otras que tuvieron niveles más altos de interés. Adicionalmente, Landrum et al. (2009), realizaron una medición de calidad de servicio y evidenciaron que la dimensión de confiabilidad es la más importante del instrumento utilizado, mientras que la empatía es importante dentro de las dimensiones de las relaciones. Sin embargo, Pineda et al. (2011), investigaron acerca de la calidad de atención al cliente y destacaron que el punto más importante para los usuarios fue empatía y que hubo una diferencia significativa entre percepciones y expectativas. El autor Anjali (2013) realizó un estudio que se refiere a la medición de calidad de servicio al cliente tomando en cuenta las distintas dimensiones del instrumento SERVQUAL, considerando a la seguridad como una nueva dimensión a tomar en cuenta dentro de la calidad de servicio para los usuarios. Prabhakar, y Ram,

(2013), investigaron acerca de la influencia que tiene la comunicación sobre brindar excelencia en calidad de servicio al cliente.

ESTUDIOS DE CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE (SERVQUAL)

Riñón (2000), llevó a cabo un estudio acerca de evaluación de calidad de servicio al usuario dentro de una organización universitaria, dirigido a la prestación de libros de la biblioteca a todos los miembros de la institución. La investigación contó con 200 personas entre docentes y alumnos. El instrumento utilizado para este estudio fue el cuestionario SERVQUAL, el cual consta de dos secciones: 22 ítems que miden expectativas de los usuarios y, 22 ítems que valoran la percepción acerca del servicio recibido. Con todos los datos obtenidos se pudo concluir que la variable más importante fue la fiabilidad (explicado como la confianza que se tiene en el buen comportamiento de una persona), y capacidad de respuesta y considerada como menos importante fue la dimensión de empatía.

Continuando con lo anteriormente mencionado, López, y Serrano (2001), quisieron evaluar la calidad en un establecimiento del sector hotelero e identificar las dimensiones más significativas para dicho estudio. La muestra utilizada fue de 474 personas que participaron activamente, de las cuales un 37,7% son mujeres y 62,3% son hombres. El instrumento utilizado para dicha investigación fue Servqual, tomando las distintas dimensiones que corresponden. Según los resultados indican que la dimensión que más llamó la atención fue la de fiabilidad. Por otro lado, Gracia, y Grau (2007), comprobaron en qué medida los clientes de centros turísticos, tienen predisposición a ser leales a una compañía mediante los atributos de la calidad de servicio. La muestra utilizada fue de 1167 clientes de un total de 116 establecimientos turísticos de los cuales 52% eran hombres y 43% eran mujeres y 60% estaban casados, el 29% solteros. El instrumento utilizado fue el Servqual. Con los resultados de esta investigación se pudo

concluir que las dimensiones que mayor incidencia tuvieron para determinar que un cliente se sienta satisfecho han sido los tangibles y en segundo lugar la fiabilidad.

Adicionalmente, Requena, y Serrano (2007), quisieron estudiar cómo es la calidad de servicio dentro de la perspectiva de los clientes que buscan la captación de talentos, las personas reclutadas y los gerentes de las empresas de captación de talento humano de la ciudad de Caracas. La investigación utilizó una muestra total de 75 tomando en cuenta a las organizaciones y a los candidatos reclutados. El instrumento utilizado fue el Servqual, para evaluar tanto expectativas como percepciones. Al final se concluyó que la calidad es buena pero no excelente como piensan los altos mandos de las organizaciones utilizadas para dicho trabajo.

Landrum et al. (2009), su investigación se basó en la relación entre la percepción de la calidad de servicio y la importancia que da cada persona a las puntuaciones de cada dimensión. Este trabajo lo desarrollaron en una librería de Estados Unidos. La muestra utilizada fue con 1993 personas que son usuarios de la biblioteca, entre Ingenieros de la Armada de los Estados Unidos y trabajadores de dicha organización. Se utilizó el instrumento SERVQUAL, modificado con las dimensiones que más llamaron la atención. Con estos resultados se pudo concluir que la dimensión que más les llamaba la atención fue la de confiabilidad y capacidad de respuesta, mientras que la dimensión de relaciones personales que más impactó la atención fue la de empatía relacionada con la calidad de servicio.

Calixto et al. (2011), quisieron medir la calidad de servicio al cliente en el Hospital General de Celaya, adaptando un instrumento para la cultura mexicana tomando en cuenta equivalencia conceptual y cultural. La muestra a considerarse para dicha investigación fue de 222 pacientes, con edad comprendidas entre los 20 a 50 años. El instrumento a utilizarse, considerando las distintas variables fue el Servqual. En esta

investigación después de realizado el análisis correspondiente se pudo concluir que la escala SERVQUAL tiene una construcción adecuada.

Desde otra perspectiva, Pineda et al. (2011), estuvieron dirigidos al nivel de calidad que tiene una red de bibliotecas. Tomaron como punto de referencia las expectativas y percepciones de los usuarios como medio para realizar mejoras. La muestra fue de un total de 390 estudiantes que fueron escogidos aleatoriamente de un total de 34.382 estudiantes. El instrumento utilizado para medir tanto las expectativas como las percepciones fue el cuestionario SERVQUAL, que consta de 26 dimensiones que se refieren a calidad de servicio. Después de analizados los datos se concluyó que dentro de calidad de servicio la dimensión más relevante fue la empatía y que debía existir un equilibrio entre expectativas y percepciones de los clientes.

Por otra parte, Anjali (2013), llevó a cabo una investigación acerca de medición de calidad de servicio al cliente, en una estación del metro. El principal objetivo de este estudio fue obtener un resultado enfocado en la calidad del servicio al cliente. La muestra tomada para la presente investigación fue de 1200 personas que son usuarios del metro. La metodología escogida fue el instrumento SERVQUAL (mide la calidad de servicio al cliente mediante cinco diferentes dimensiones que son confiabilidad, garantía, tangibles, empatía y capacidad de respuesta). Los resultados obtenidos de este trabajo concluyeron que no existía una relación considerable entre calidad de servicio y empatía, ya que tomaron en cuenta otras dimensiones.

Finalmente, Prabhakar, y Ram (2013), examinaron los efectos de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente y la influencia de la comunicación. La muestra seleccionada fue de 572 personas de las cuales 369 participaron activamente, un 72% fueron hombres y un 28 % fueron mujeres en edad comprendidas entre 20 a 30 años y 31 a 40. El instrumento escogido fue SERVQUAL, considerando las cinco dimensiones

importantes de calidad. Con los resultados obtenidos se concluyó que para ofrecer un servicio de calidad es importante mediar las distintas dimensiones con la influencia de la comunicación.

Después de analizados varios estudios realizados en los que se aplicó el instrumento SERVQUAL se concluyó que es válido en algunas circunstancias así como en otras no es considerado como una herramienta útil para medir calidad de servicio al cliente.

ESTUDIOS SOBRE EMPATIA (INDICE DE REACTIVIDAD INTERPERSONAL)

Karniol, y Shomroni, (1999), llevaron a cabo una investigación cuyo objetivo fue el de observar la influencia de las diferencias individuales dentro de la empatía y los posibles pensamientos y sentimientos de personas mayores y jóvenes, hombres y mujeres. Los hallazgos de esta investigación proporcionan un apoyo para ver a la empatía como un método de recopilación de información. La muestra utilizada para esta investigación fue de 132 personas entre hombres y mujeres entre los 16 y 18 años. Los cuestionarios seleccionados para la presente investigación fueron Índice de Reactividad Interpersonal de Davis y Tarea de completar oraciones de Karniol, las evaluaciones fueron de completo anonimato de los participantes. Al finalizar este trabajo se pudo comprobar que las reglas de transformación (entendidas como mecanismos heurísticos que sirven para canalizar la memoria necesaria para hacer predicciones de los pensamientos y sentimientos de otros en cualquier contexto) para gente joven son exclusivas de un tipo de reglas, mientras que para la gente mayor se deben emplear otro tipo de reglas de transformación. Adicionalmente se evidenció que el grupo que tiene altos grados de empatía tienden a utilizar mayor variedad de reglas de transformación que los que poseen bajos grados de empatía.

Continuando, Davis et al. (1999), evaluaron dos proposiciones que están relacionadas y mencionaron que la empatía disposicional influye en preferencias

situacionales y este resultado es medido por las expectativas que tengan relación con las emociones que puedan ocurrir en determinadas situaciones. La muestra fue de 588 personas que se dividieron en grupos para realizar tres diferentes estudios y llegar a una conclusión general. El instrumento utilizado para medir empatía disposicional es Índice de Reactividad Interpersonal de Davis, y para controlar efectos de deseabilidad social se utilizó Escala de Deseabilidad Social de Crowne y Marlowe (mide los efectos de deseabilidad social y contiene 33 ítems de verdadero y falso). Con esta investigación se pudo determinar que las personas que poseían altos niveles de empatía podían involucrarse en acciones de voluntariado para ayudar a otras personas necesitadas.

Siguiendo con, Pérez et al. (2003), examinaron las características psicométricas del instrumento Índice de Reactividad Emocional, para luego de ser analizado, adaptarlo a una población española. Las muestras tomadas estuvieron compuestas por 232 padres, 369 madres, 1997 estudiantes de los cuales 512 eran de género masculino, 1485 de género femenino y 515 estudiantes divididos en 207 hombres y 295 mujeres. El instrumento que fue utilizado es el Índice de Reactividad Interpersonal (IRI). La conclusión a la que se llegó con esta investigación fue que existe una correlación de las dimensiones entre sí y con otro test de empatía.

Escrivá et al. (2004), tomaron en cuenta las distintas características psicométricas analizadas para validar y adaptar un instrumento, que es el más utilizado y el cuál mide a la empatía dentro de la población española. La muestra a utilizarse fue de 1285 estudiantes, con edades que oscilaban entre 13 y 18 años, de los cuales 688 eran hombres y 597 mujeres. El instrumento aplicado fue el Índice de Reactividad Emocional (IRI). Con esta investigación se concluyó que existió una mayor disposición empática en las mujeres que en los hombres.

Desde otra perspectiva, Lozano, y Etxebarria, (2007), con su investigación trataron de encontrar la relación que existe entre empatía con la autoestima, el concepto de ser humano y tolerancia a la diversidad de forma generalizada y con ámbitos puntuales. La muestra utilizada en la presente investigación fue de 264 adolescentes con edades entre 14 a 16 años, divididos en 107 mujeres y 157 hombres. El instrumento que se uso fue el Índice de Reactividad Emocional (IRI). Se pudo observar que existieron diferencias estadísticamente significativas a favor de las mujeres en las dimensiones de Preocupación Empática y Toma de Perspectiva y que existe relación entre todos los aspectos mencionados anteriormente con empatía.

Oceja et al. (2009), llevaron a cabo una investigación cuyo objetivo era medir los diferentes niveles de empatía y estrés utilizando dos tipos de test. La muestra tuvo 464 participantes que fueron divididos para distintos estudios. Los instrumentos utilizados para la misma, fueron el Índice de Reactividad Emocional (IRI) y Escala de Experiencias Vicarias (mide la disposición a sentir las emociones de empatía y angustia personal respectivamente). Con los resultados que se obtuvieron se llegó a la conclusión que los dos test que se tomaron, tienen una correlacionan parcial entre sí.

Según los estudios realizados por Balliet et al. (2008), acerca de las diferencias individuales en la empatía y relacionándolos con valores universales. La muestra utilizada para esta investigación fue de 463 personas y todos son estudiantes de institución religiosa y no religiosa, de los cuales 275 era mujeres y 177 eran hombres. Se aplicó para la investigación una encuesta de valores de Schwartz's (mide diez valores humanos universales como hedonismo, estimulación, autodirección, universalismo, benevolencia, tradición, conformidad, seguridad, potencia y rendimiento) y adicionalmente el Índice de Reactividad Interpersonal de Davis (mide empatía tomando en cuenta cuatro dimensiones importantes: preocupación empática,

angustia personal, toma de perspectiva y fantasía). Los resultados obtenidos en esta investigación fueron que la empatía se relacionaba de manera positiva con benevolencia y tiene una relación negativa a la misma con los valores de logro.

Limpo et al. (2010), llevaron a cabo una investigación cuyo objetivo era medir la empatía basándose en un modelo que puede ser utilizado en distintos contextos. Se analizó la validez (el grado en el que un instrumento mide la variable objetivo) y confiabilidad (entendido como grado en el que un instrumento produce mismos resultados tomado varias ocasiones). La muestra utilizada en esta investigación fue de 478 estudiantes de la Universidad de Puerto, con edades comprendidas entre 17 a 50 años. Se usó para la investigación el instrumento de Índice de Reactividad Interpersonal de Davis, el cual fue traducido al portugués y se aplicó a grupos de 20 estudiantes. Los resultados obtenidos en esta investigación fueron que la validez y fiabilidad total se encontraban similares a otros instrumentos.

Chambers y Davis (2012), llevaron a cabo esta investigación con el fin de mencionar que al juzgar reacciones empáticas en otra persona, la gente puede depender de la facilidad del menor esfuerzo, poniéndose en la situación de otra persona. La muestra utilizada fue de 181 personas entre hombres y mujeres todos estudiantes de curso introductorio de psicología. Se utilizó para esta investigación un instrumento Índice de Reactividad Interpersonal de Davis. Al finalizada la investigación se analizó los datos y se concluyó que los participantes expresaban un nivel bajo de empatía si la situación se consideraba no muy importante y mostraban niveles más alto de empatía cuando las situaciones tenían importancia significativa.

A pesar de que los autores exploraron los temas previamente mencionados, no tomaron en cuenta la existencia de una posible relación entre empatía y calidad de

servicio convirtiéndose este aspecto en el principal propósito de estudio de esta investigación.

1.2.2 Adopción de una perspectiva teórica

Para el presente trabajo de investigación se tomaran en cuenta diversas teorías de calidad de servicio al cliente entre las que se puede mencionar:

Juran (1986), quien planteó que la opinión del usuario es la que indica que la calidad está en el uso real del producto o servicio.

Deming (1989), quién creó el ciclo de Deming de mejora continua que consta de las fases de Planificar, Hacer, Verificar y Actuar, y concluyó que la organización orientada hacia la calidad querrá sin duda asegurar su futuro y respetará el hecho de que el desarrollo de la calidad es un proceso a largo plazo.

Garvin (1988), quién desarrollo ocho dimensiones de calidad: actuación, características, conformidad, fiabilidad, durabilidad, utilidad, estética y calidad percibida y se entiende que indican la amplitud que ha llegado a abarcar la calidad y sugieren, en este contexto, que se requieren múltiples dimensiones para obtener de la calidad hasta los significados más fundamentales.

Crosby desarrolló un plan con catorce puntos, que plantea, una gestión de calidad de arriba hacia abajo, con educación en calidad para todo el personal, independientemente de su posición en la compañía.

Feigenbaum (1991), definió la calidad como "un sistema de integrar el desarrollo de la calidad, su mantenimiento y los esfuerzos de los diferentes grupos en una organización para mejorarla, así permitir que la producción y los servicios se realicen en los niveles más económicos que permitan la satisfacción de un cliente".

Torres (2006), enfatiza en el hecho de que en el tema de la calidad de atención al cliente "todos son productos, todos son clientes, todos son proveedores" lo que implica

la necesidad de involucrar a toda la empresa u organización en el proceso de mejoramiento continuo. Plantea además un criterio de medición de la satisfacción del cliente basado en las siguientes propiedades: trabajadores, trato, amabilidad, celeridad, responsabilidad, etc. Siendo desde esta perspectiva, la atención al cliente la satisfacción de sus necesidades no solo materiales, sino emocionales, se tomará este planteamiento como eje central del presente trabajo.

En lo que se refiere a la empatía en las organizaciones, que es el otro tema central del presente trabajo de investigación se tomaran en cuenta autores como:

Bell y Hall, 1954, quienes señalaron que había una relación significativa entre la empatía y el liderazgo. Esta atribución ha sido retomada en estudios más contemporáneos. Así, Kellet, Humphrey y Sleeth (2006) han encontrado que las personas que obtienen altas puntuaciones en empatía son percibidas como líderes en mayor medida por sus compañeros. Estos autores señalan que no basta con ser “emocional” sino que hay que comprender y ser capaz de sentir con el otro.

Kellet, Humphrey y Sleeth (2002), señalaron que para generar la percepción del liderazgo se podía intervenir a través de dos rutas: una se orienta a la ejecución en tareas complejas y la otra se orienta a mostrar buenas habilidades interpersonales. Dentro del proceso de selección de personal sería interesante tener en cuenta esta característica en los candidatos, tanto en los puestos directivos como de los subordinados (p.10).

Fernández- Pinto (2008), plantea que al ser la empatía un constructo muy amplio, ya que abarca diferentes componentes, se debe precisar el concepto de empatía de otros similares, tomando en cuenta sus componentes cognitivos como afectivos. En esta línea, Davis (1980), promueve la idea de que “la empatía es un constructo multidimensional que incluye cuatro componentes diferentes aunque relacionados entre sí, a saber

Dimensión cognitiva:

- Fantasía: tendencia a identificarse con personajes de ficción.
- Adopción de Perspectiva Cognitiva y Afectiva

Dimensión afectiva:

- Angustia empática: tendencia a experimentar sentimientos de compasión y preocupación por el otro.
- Aflicción personal: ansiedad que se experimenta al ser testigo de un suceso desagradable para otro.

De esta manera se abordara la empatía como parámetro fundamental de la calidad en el servicio al cliente.

1.2.3 Marco Conceptual

Calidad de Servicio

Adicional a este punto de vista, Kotler et al. (1991), (como fue reportado por Carrión, 2013), mencionó que el servicio es cualquier actividad o beneficio que el cliente adquiere, podría estar vinculada o no a un producto físico (p.9). Según Horovitz (1994), para un cliente el momento de valorar la calidad de un servicio lo ve como un todo, no juzga por sus partes, y se detiene en la parte más débil que encuentran de la calidad de servicio. Se considera de manera importante encontrar homogeneidad en todos sus elementos ya que se considera que es total o no existe. Para Müller (2003), (como fue reportado por Villarroel, 2012), un servicio es una acción que ayuda a satisfacer la necesidad de un cliente. “El servicio genera una experiencia psicológica en el cliente dependiendo de cómo el proveedor genere una buena calidad de atención” (p.18).

Según Vargas, y Aldana (2006), la clave del servicio es el cliente, considerado como todo aquel ser humano que espera que sus necesidades y expectativas sean satisfechas.

Según Lira (2009), el servicio es un conjunto de actividades que están unidos entre sí para lograr que el cliente obtenga lo que desea, en el momento y sitio adecuado (p.11). Por otra parte Olvera (2009), informó que el servicio es una actividad humana y sus principales características es ofrecer tiempo, habilidades y conocimientos en beneficio de otros. Finalmente Vecino (s/f), (como fue reportado por, Carrión, 2013), recalcó que en tiempos pasados el servicio no era considerado como tema de mucho interés, pasó el tiempo y se le podía considerar al servicio al cliente como un factor determinante al momento de entregar un servicio o producto al cliente (p.24).

Dimensiones de calidad de servicio al cliente

Como mencionó Parasuraman y cols. (1991), (como fue reportado por, Gracia, y Grau, 2007), diferenciaron cinco dimensiones que son:

Fiabilidad

Según definió Parasuraman, (1988), (como fue reportado por Raif, 2009), la fiabilidad mide la experiencia del cliente de acuerdo a la expectativa que se tiene de acuerdo múltiples factores como cumplimiento a tiempo de la mejor manera. Como lo definió, Gracia, y Grau, (2007), la fiabilidad es la habilidad y la capacidad de ofrecer un servicio de confianza. Por otro lado, Requena, y Serrano (2007), la definió como capacidad de brindar un servicio con total seguridad y de una forma correcta.

Capacidad de respuesta

Consecuentemente, Parasuraman, (1988), (como fue reportado por Raif, 2009), recalcó que la capacidad de respuesta es la habilidad de convertir el conocimiento del personal y la cortesía en confianza y seguridad que aseguran los verdaderos interés de los clientes. Adicionalmente, Gracia, y Grau, (2007), opinó que la capacidad de respuesta es la voluntad de ayudar al cliente y brindarle un servicio rápido y eficaz para lograr satisfacer necesidades presentadas.

Seguridad

Por otro lado, Parasuraman, (1988), (como fue reportado por Raif, 2009), la seguridad es referida como la disposición que muestra el personal para ayudar en el momento y el lugar indicado a sus clientes y entregar un buen servicio. Adicionalmente, Gracia, y Grau, (2007), definió a la seguridad como el conocimiento y la cortesía de los empleados que inspiran confianza.

Según como mencionó, Parasuraman, (1988), (como fue reportado por Raif, 2009), la empatía es definida como la habilidad del personal para brindar una atención personalizada entendiendo las necesidades del cliente.

Aspectos Tangibles

Como mencionó Parasuraman, (1988), (como fue reportado por Raif, 2009), la tangibilidad o aspectos tangibles mide la experiencia alrededor de las facilidades físicas que ofrece un establecimiento, el personal y los materiales utilizados para una buena atención al cliente (p.108). Por último, Gracia, y Grau, (2007), informaron que los aspectos tangibles se componen del equipamiento, facilitadores físicos y la apariencia física del personal.

Servqual

Según Parasuraman et al. (1988), (como fue reportado por Calixto et al. 2011), es una escala multidimensional constituida por dos sub-escalas, una de expectativas y otra de percepciones. Contempla cinco dimensiones de la calidad del servicio: elementos tangibles (apariencia del personal, facilidades físicas, equipo e información); confiabilidad (habilidad para proporcionar el servicio prometido con precisión y eficacia); responsabilidad (habilidad para ayudar y proporcionar el servicio rápidamente); seguridad (habilidad para inspirar confianza y credibilidad); y empatía (atención individual y personalizada). Según el mismo autor, (1988), (como fue

reportado por Raif, 2009), afirmó que de los resultados de las puntuaciones positivas se obtuvo una calidad de servicio óptimo, donde el rendimiento supera las expectativas, mientras que los puntajes negativos demuestran que la mencionada calidad es deficiente, donde el rendimiento no logra satisfacer las expectativas de los clientes (p.76).

Procedimiento de calificación

Para realizar la calificación del test Servqual se debe realizar lo siguiente: como primer punto calcular la 'brecha' para cada enunciado o declaración por cada consumidor. Luego se calcula los puntajes de las dimensiones promediando la brecha sobre el número relevante de declaraciones o enunciados que van de 4 o 5 enunciados. Para realizar como último paso derivación del total de los puntajes para la totalidad de puntajes y dividirlos para el número de personas a las que se les aplico el test.

Empatía

Según Davis (1983), (como fue reportado por Balliet et al. 2008), consideró que la empatía es un conjunto de respuestas afectivas y cognitivas al observar la situación de otra persona. Según menciona Davis (1996), la empatía es considerada como la tendencia de los observadores de proyectarse a ellos mismos en aquello que observan más aplicado a objetos relacionados a la belleza. Adicionalmente, Karniol et al. (1997), la empatía debería crear conciencia en los individuos con respecto al tipo de información que tengan disponible para un contexto específico (p.4). Según como mencionó, Parasuraman, (1988), (como fue reportado por Raif, 2009), la empatía es definida como la habilidad del personal para brindar una atención personalizada entendiendo las necesidades del cliente.

Barlow (2003), (como fue reportado por Villarroel ,2012), definió a la empatía como “una herramienta eficaz para conocer si los clientes necesitan algún tipo de ayuda

y de esta manera poder maximizar y tener una buena experiencia de los clientes” (p.19). Como lo mencionó Waal (2011), por más egoísta que se le pueda ver al hombre, existen algunos principios que le hacen interesarse por la suerte de los otros. Por dar importancia el mismo autor, opina que compartir emociones lleva a un individuo a ver cuánto se pertenece el uno del otro. Según Hogan (1969), (como fue reportado por Fernández, et al., 2008), definió la empatía como “un intento de comprender lo que pasa por la mente de los demás o, en otras palabras, como la construcción que uno mismo tiene que llevar a cabo sobre los estados mentales ajenos” (p.2).

Dimensiones de Empatía

De acuerdo a Davis (1983), (como fue reportado por Balliet et al. 2008) dentro de la empatía existen varias dimensiones que son:

Toma de perspectiva

Según plantea García et al. (2006), definió la toma de perspectiva como” la capacidad que posee un individuo para interpretar sus estados mentales y emocionales incluyendo a la de los demás” (p.1). Adicionalmente Fernández- Pinto et al. (2008), la toma de perspectiva es entendida como “la capacidad de representación de pensamientos y motivos de la otra persona” (p.286).

Preocupación empática

Según Davis (1980), (como fue reportado por Lozano 2003), “esta dimensión de empatía evalúa los diferentes intentos de una persona en entender el punto de vista de otra” (p. 3). Continuando con Fernández-Pinto et al. (2008) reportaron que, “la preocupación empática es una tendencia del ser humano a tener sentimientos de compasión y a preocuparse por los demás” (p. 286).

Inconformidad personal

Continuando con Davis (1980), creía que la inconformidad personal es un estado en el que una persona manifiesta malestar al ver las situaciones negativas de otras. Según Batson et al. (1992), (como fue reportado por Escrivá 2004), ve a la inconformidad personal como una respuesta emocional en la que el malestar general se centra en el propio sujeto o víctima. Por otro lado, Fernández-Pinto et al. (1998), menciono que” la inconformidad personal es referida a los sentimientos de ansiedad que una persona siente al presenciar un momento desagradable para otro, esto refiere más a un alta emocionabilidad”.(p. 286). Finalmente, Lozano y Etxebarria (2007), recalcaron que la inconformidad personal es una respuesta emocional en la que el centro de atención es el propio individuo.

Fantasía

Davis (1980), (como fue reportado por Fernández 2008), definió a la fantasía como a la tendencia a identificarse con personajes ficticios. Según Escrivá et al. (2004), la fantasía es la tendencia a identificarse con personajes del cine y de la literatura.

Índice de Reactividad Emocional

Como lo menciona Escrivá et al. (2004), es una escala de fácil aplicación, formada por 28 ítems distribuidos en cuatro subescalas que miden cuatro dimensiones del concepto global de empatía: *Toma de perspectiva* (PT), *Fantasía* (FS), *Preocupación empática* (EC) y *Malestar personal* (PD), con siete ítems cada una de ellas. La característica más destacada de este instrumento es que permite medir tanto el aspecto cognitivo como la reacción emocional del individuo al adoptar una actitud empática.

1.2.4 Hipótesis

Mientras el nivel de empatía del servidor público es alto la calidad de servicio es alta.

Si el nivel de empatía del servidor público es bajo, la calidad de servicio es baja

No existe ninguna relación entre las dos variables

1.2.5 Identificación y Caracterización de las Variables

Empatía se va a medir por medio del instrumento Índice de Reactividad Interpersonal de Davis (1980).

Calidad de servicio se va a medir por medio del instrumento Servqual de Parasuraman et. al (1985).

VARIABLE DEPENDIENTE:	CALIDAD DE SERVICIO
VARIABLE INDEPENDIENTE:	EMPATIA

CAPITULO II: METODO

2.1 Tipo de estudio

El tipo de estudio a considerarse para la presente investigación es correlacional.

Como lo plantea Hernández Sampieri (1998).

2.2 Modalidad de Investigación

La modalidad que tomara lugar para la presente investigación es de campo ya que los datos serán recogidos directamente del sitio donde se encuentra el objeto de estudio, también se le conoce como investigación in situ.

2.3 Método

Se utilizara el método correlacional el cual parte de la deducción que busca encontrar la posible relación entre calidad de servicio al cliente y empatía.

No	Pregunta de Investigación	Objetivo	Metodología	Técnica	Instrumento	Alcance	Resultado Esperado
1	¿Mientras el nivel de empatía es alto la calidad de servicio es alta?	Fundamentar teóricamente las variables para obtener mayor información y comprensión de los datos	Correlacional Deductivo	Recopilación de datos	Libros Artículos Científicos	Obtener suficiente información fundamentada en la investigación a desarrollarse	Se concluyó que la información obtenida ayudaría sustentar teóricamente la posible relación.
2	¿Si el nivel de empatía es bajo, la calidad de servicio es baja?	Determinar el nivel de calidad de servicio al cliente del sector público	Campo	Cuestionario a funcionarios del sector público	Test Servqual	Medir en qué nivel se encuentra la calidad de servicio dentro del sector público.	Con la aplicación del instrumento se comprobó que la calidad de servicio no es óptima.

3	¿No existe ninguna relación entre las dos variables ?	Determinar el nivel de empatía en una muestra del sector público	Campo	Aplicación de Cuestionarios	Test Índice de Reactividad Interpersonal	Obtener un margen del estado en el que se encuentra la empatía en el sector publico	En la aplicación de los instrumentos se pudo observar que la hipótesis fue comprobada.
----------	---	--	-------	-----------------------------	--	---	--

Realizado por: La autora

2.4 Población y Muestra

Población: Se llevará a cabo dentro del Ministerio de Relaciones Laborales del Ecuador en las áreas de Talento Humano, Gestión y Evaluación de Calidad, Dirección Administrativa y Administración Financiera de la ciudad de Quito.

Muestra: Este estudio incluirá una muestra no probabilística, por conveniencia, la cual incluirá 50 mujeres y 50 hombres de edades entre 25 y 65 años del edificio administrativo del Ministerio de Relaciones Laborales de la República del Salvador Nro. 3-183 y Suiza de la ciudad de Quito.

2.5 Selección de Instrumentos de Investigación

Los instrumentos a utilizarse en la presente investigación son: Índice de Reactividad Interpersonal de Davis (1980) para medir empatía con sus distintas dimensiones y SERVQUAL de Parasuraman et al. (1985) para medir calidad de servicio al cliente y sus distintos parámetros.

2.6 Validez y Confiabilidad de los Instrumentos

Según una investigación realizada por Calixto (2011), pudo observar que la validez y confiabilidad de esta investigación utilizando método de Alfa de Cronbach fue alta con un total en conjunto de 0,74 para el test Servqual de calidad de servicio (p.5). Por otra parte, López, y Serrano (2001), la escala generada presenta un nivel de fiabilidad bastante elevado, puesto que el valor que alcanza el coeficiente alpha de Cronbach para

el total de la muestra es de 0,89. Adicionalmente Mestre (2004), indicó que la validez y confiabilidad se obtuvo mediante el método del alfa de cronbach y se concluye que son niveles altos que van entre 0,56 y 0,70 del test de Índice de Reactividad Interpersonal de empatía (p.4).

Como evidenció Gracia, y Grau (2007), existe una relación entre todas las variables para el test Servqual con valores en cada una de: Fiabilidad .84, Seguridad .89 Respuesta 81, Tangibles .89 y Empatía .86 (p.5). Como mencionan Escrivá et al. (2004), mediante el análisis discriminante del Índice de Reactividad Emocional «paso a paso», tal y como señalaba el MANOVA, existe una correlación canónica de 0.436 entre las cuatro sub-escalas (p.2).

2.7 Operacionalización de Variables

La variable de empatía será conceptualizada por medio del cuestionario de Índice de Reactividad Interpersonal de Davis (1980).

La variable de calidad de servicio será conceptualizada por medio del cuestionario Servqual de Parasuraman et al. (1985).

2.8 Procesamiento de Datos

Para el procesamiento de los datos de la presente investigación se realizará lo siguiente:

Se procede aplicar la fórmula para ver el tamaño de la muestra necesaria, con esto lo que se quiere es obtener equidad de género para así tener un número similar tanto de mujeres como de hombres a pesar de haber tenido una muestra no probabilística. Para la realización de las encuestas se realiza un cuestionario piloto con un grupo pequeño de referencia y se realiza las encuestas mediante muestreo aleatorio simple dentro de los lugares señalados. Se aplicará muestreo por conglomerados señalando una característica

en común de los participantes. La fórmula para conocer el número total de la muestra es:

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Para efectuar los resultados se usara el programa SPSS, con los datos obtenidos y así poder de esta manera realizar gráficos demostrativos con Microsoft Excel y tener un informe completo de la investigación.

CAPITULO III: RESULTADOS

Los resultados obtenidos dentro de los datos descriptivos de la dimensión de confiabilidad, arrojan un promedio de expectativas de 25.04 que comparando con el promedio que da de la percepción que es de 26.94, son relativamente bajos. Y con una desviación estándar que no tiene una diferencia significativa, esto refiere a que si no se ofrece confianza suficiente al cliente no se puede dar una óptima calidad de servicio (ver Tabla 1).

Tabla 1: Estadística Descriptiva de Confiabilidad

PROMEDIO PERCEPCION CONFIABILIDAD	DESVIACION ESTANDAR	PROMEDIO EXPECTATIVAS CONFIABILIDAD	DESVIACION ESTANDAR	RESULTADO P-E
26.94	5.889	25.04	6.083	1.9

Realizado por: La autora

Dentro de la tabla de la dimensión de responsabilidad es importante destacar que las expectativas con relación a la percepción son bajas, dando como conclusión que se debe tomar con seriedad las responsabilidades asignadas al personal de una organización, para así brindar una buena calidad de servicio al cliente (ver Tabla 2).

Tabla 2: Estadística Descriptiva de Responsabilidad

PROMEDIO PERCEPCION RESPONSABILIDAD	DESVIACION ESTANDAR	PROMEDIO EXPECTATIVAS RESPONSABILIDAD	DESVIACION ESTANDAR	RESULTADO P-E
16.97	3.404	15.43	4.120	1.54

Realizado por: La autora

Como se indica dentro de la dimensión de seguridad los puntajes son bajos con un promedio de 20.42 dentro de las expectativas, esto nos da a entender que es importante brindar seguridad para así poder satisfacer las necesidades del cliente de la mejor manera posible (ver Tabla 3).

Tabla 3: Estadística Descriptiva de Seguridad

PROMEDIO PERCEPCION SEGURIDAD	DESVIACION ESTANDAR	PROMEDIO EXPECTATIVAS SEGURIDAD	DESVIACION ESTANDAR	RESULTADO P-E
23.12	4.425	20.42	5.213	2.7

Realizado por: La autora

Según los datos obtenidos se concluye que el personal de la empresa a los que se les aplicó los instrumentos, no tuvieron la suficiente apertura para poder satisfacer a los clientes en sus requerimientos, defraudando así sus expectativas. Como consecuencia la calidad de servicio no superó al nivel de percepción que tenían las personas con respecto a la organización (ver Tabla 4).

Tabla 4: Estadística Descriptiva de Empatía

PROMEDIO PERCEPCION EMPATIA	DESVIACION ESTANDAR	PROMEDIO EXPECTATIVAS EMPATIA	DESVIACION ESTANDAR	RESULTADO P-E
22.48	4.329	20.45	5.319	2.03

Realizado por: La autora

Se obtuvo en los resultados una diferencia no muy significativa entre la percepción y la expectativa que tenía el cliente con relación a los bienes tangibles. Analizando estos resultados se podría mejorar la infraestructura y todos los equipos que se encuentran en una organización para satisfacer al cliente de una mejor manera (ver Tabla 5).

Tabla 5: Estadística Descriptiva de Bienes Tangibles

PROMEDIO PERCEPCION BIENES TANGIBLES	DESVIACION ESTANDAR	PROMEDIO EXPECTATIVAS BIENES TANGIBLES	DESVIACION ESTANDAR	RESULTADO P-E
28.17	5.498	26.18	6.420	1.99

Realizado por: La autora

Como se pudo evidenciar dentro del (Anexo F), los promedios que resultaron de las percepciones de las personas que trabajan dentro de la empresa, y los resultados de las expectativas de los clientes, para obtener una buena calidad de servicio no son

notablemente significativos. Con los valores obtenidos se puede concluir que la calidad de servicio al cliente que se brinda dentro del sector público está en un nivel medio.

3.1 Correlaciones entre los Instrumentos

Índice de Reactividad Interpersonal

Toma de Perspectiva:

Según lo observado dentro del Anexo G, se puede comprobar que en la dimensión de Toma de Perspectiva comparando con las otras variables se puede concluir que hay correlación debido a sus valores positivos, pero se toma en cuenta que la concordancia que se considera más notoria es la de Toma de Perspectiva con Confiabilidad esto nos permite deducir que se necesita tener un óptimo nivel de confianza para poder entender las emociones y reacciones de los demás.

Fantasía:

Como se puede tomar en cuenta según el análisis realizado entre la dimensión de Fantasía y los distintos componentes de los instrumentos utilizados dentro de la presente investigación se observó que no existe correlación alguna ya que los resultados presentados tienen valores negativos.

Preocupación Empática:

Según los resultados observados dentro de las correlaciones de Preocupación Empática y las distintas variables usadas en la investigación, se observa que poseen una relación fuerte ya que todos los valores son positivos.

Malestar Personal:

Como se puede observar dentro del análisis realizado entre Malestar Personal y las distintas dimensiones se llegó a la conclusión que la correlación no existe debido a que sus valores son negativos.

Servqual

Empatía:

Según el análisis realizado entre Empatía y las variables del instrumento aplicado se puede concluir que hay una correlación fuerte con algunas variables por sus valores positivos mientras que con otras no existe correlación alguna debido a que sus valores son negativos.

Confiabilidad:

Como se puede observar dentro del análisis entre Confiabilidad y las distintas variables del instrumento utilizado se llegó a la conclusión que existe una fuerte correlación con la variable de Toma de Perspectiva relacionándolo a la anteriormente mencionada relación. De igual manera no existe correlación entre los otros debido a los valores negativos.

Responsabilidad:

A las conclusiones que se puede llegar después de realizado el análisis de correlación entre Responsabilidad con las distintas variables que comprenden el otro instrumento utilizado se puede decir que así como hay relaciones positivas también no hay correspondencia alguna entre variables debido a la negatividad de sus valores.

Seguridad:

Las conclusiones que se pueden obtener de correlacionar a la Seguridad con las otras variables sería que sus valores son positivos esto da a conocer una fuerte relación mientras que con las otras por lo contrario no hay ninguna correlación.

Bienes Tangibles:

Dentro del análisis realizado de Bienes Tangibles con las otras distintas variables se puede concluir que con algunas si tiene correlación y con otras por su valor negativo no lo tiene.

Capítulo IV. DISCUSION

En base de los resultados obtenidos de este trabajo de investigación, se concluye que Davis utilizó una muestra probabilística dentro de sus estudios con los cuales planteó que las dimensiones correlacionadas tienen una jerarquía independientemente la una de la otra para cada individuo, así mismo Parasuraman utilizó una muestra aleatoria dentro de sus investigaciones y concluyó que cada variable tiene diferente peso o valoración para cada persona. Como está comprobado dentro del actual trabajo de investigación, a pesar de que se utilizó una muestra no probabilística, los mismos puntos de vista de los autores anteriormente mencionados fueron corroborados.

4.1 Conclusiones

El objetivo de este trabajo de investigación fue analizar la posible relación entre calidad de servicio y empatía de los servidores públicos en el Ministerio de Relaciones Laborales. Lo que se quería lograr en primera instancia, era comprobar la hipótesis planteada: si el nivel de empatía del servidor público es baja, la calidad de servicio es también baja, hipótesis que fue corroborada con los resultados obtenidos de los tests utilizados.

Del análisis realizado a las variables de empatía y calidad de servicio al cliente, únicamente tuvieron mayor correlación la Toma de Perspectiva (empatía) y la Confiabilidad (calidad de servicio), las mismas que sirvieron de base para relacionar los resultados de empatía y calidad de servicio al cliente.

Por otro lado, las variables que mostraron niveles bajos de correlación fueron las de Confiabilidad y Bienes Tangibles (calidad de servicio), y Fantasía y Malestar Personal (empatía). Lo cual permitió determinar recomendaciones encaminadas a diseñar un plan que permita aumentar la correlación entre estas variables.

Un aspecto relevante que debe considerarse, después de analizar los resultados obtenidos a los encuestados, es que el servicio que brinda el servidor público del Ministerio de Relaciones Laborales al usuario, demuestra un bajo nivel de empatía que redundaría en no lograr satisfacer las expectativas que tiene el cliente cuando se acerca a solicitar un servicio determinado.

4.2 Recomendaciones

Analizando las conclusiones se recomienda crear mayor conciencia dentro del talento humano de la organización de cómo lograr ser más empático y de esta manera comprender al usuario para así ofrecer una buena calidad de servicio.

Para este fin es indispensable implementar un programa que lo desarrolle y/o coordine el área de Talento Humano que este encaminando a generar la correlación positiva en aquellos factores que muestran una correlación negativa, así:

Fantasía y Malestar Personal

La **Fantasía** dentro de la empatía consiste en que el personal de una organización se sienta motivado para asistir a su lugar de trabajo y genere relaciones empáticas.

Entonces, para elevar este factor se recomienda lo siguiente:

- Fomentar la confianza en la comunicación entre subalternos y jefaturas.
- Generar un ambiente de trabajo estimulante.
 - Infraestructura acogedora
 - Materiales de trabajo pertinentes y suficientes
 - Manteniendo solo lo necesario, ordenado y limpio en los sitios de trabajo
- Relaciones Interpersonales
 - Conocimiento entre las personas que laboran en la institución
 - Eventos de socialización o actividades de integración

El **Malestar Personal** se entiende como la ansiedad que se experimenta al ser testigo de un suceso desagradable para otro. Para contrarrestar este factor nos servirán “Dinámica de presentación: nos ponemos en lugar del otro”, de esta forma ayudamos a que se conozcan entre compañeros y saber lo que piensan y sienten.

Para evitar que las dimensiones de **Toma de Perspectiva** y **Preocupación Empática** sufran una considerable baja se recomienda para entender a alguien intenta imaginarte qué le motiva a hacer lo que hace.

Como recomendaciones generales, para aumentar la predisposición del personal a cultivar la empatía se sugiere:

- Capacitar al personal para que logre una óptima atención al cliente topando factores como:
 - o Presentación personal
 - o Manejo de situaciones y clientes difíciles
 - o Comunicación verbal y no verbal
 - o Profundización en el conocimiento de las responsabilidades
 - o Predisposición al servicio y compromiso de cambio
 - o Uso adecuado y suficiente de herramientas de información, entre otras.
- El seguimiento continuo para determinar el cumplimiento o desviación del avance hacia los objetivos
 - o Planteamiento de objetivos medibles y metas
 - o Definición de indicadores
 - o La evaluación de indicadores
 - o Uso de cliente fantasma
 - o Toma de acciones de acuerdo a los resultados

- El reconocimiento del personal para motivarlo a largo plazo e incentivar a aquellos que todavía no están convencidos
 - o Reconocimiento publico
 - o Permisos limitados en fechas especiales
 - o Reconocimiento económico
- Enfatizar en una adecuada selección de personal por competencias, que tome en cuenta las variables de empatía contenidas de inteligencia emocional e inteligencias múltiples.

Tomando en cuenta que área de Talento Humano debe conocer las metodologías de capacitación adecuada para su personal, se recomienda sin embargo usar dinámicas, juegos grupales, role playing, exposición de casos con su respectivo análisis y coaching para compartir experiencias durante el programa.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Albeniz, A., Paul, J., Etxeberria, J., Montes, M., & Torres, E. (2003). Adaptación de Interpersonal Reactivity Index (IRI) al español. *Universidad del País Vasco, Psicothema vol. 15 (2). 1-6.*
- Albrecht, K. (1994). Todo el poder al cliente: El Nuevo imperativo de la calidad de servicio, Barcelona, España. Primera Edición. *Editorial Paidós.*
- Anjali, S. (2013). Measuring commuters perception on service quality using SERVQUAL in Delhi metro, *St. Anne Mary publication 1-30*
- Balliet, D., Joireman, J., Daniels, D. & George-Falvy, J. (2008). Empathy and the Schwartz value system: a test of an integrated hypothesis. *Individual differences research, 6(4), 269-279.*
- Barlow J, (2003). “La empatía en el servicio y la fidelización de cliente de la empresa Actife” Tesis de tercer nivel. *Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.* Realizado por Villarroel P. (19).
- Calixto M. G., Sawada, N., Hayashida, M., Costa, I., Trevizan, M. A., & Godoy, S. (2011), Escala Servqual: Validación en Población Mexicana. *Florianópolis. 1-8.*
- Carrasco, M., Delgado, B., Barbero, M.I., Holgado, F., & Barrio, M.V. (2011), Propiedades Psicométricas del Interpersonal Reactivity Index (IRI) en población infantil y adolescente en España. *Psicothema. vol. 23 (4) 1-8.*
- Chambers, J. R., & Davis, M. H. (2012). The role of the self in perspective-taking and empathy: ease of self-simulation as a heuristic for inferring emphatic feelings. *Social cognition, 30(2), 153-180. doi: 10.1521/soco.2012.30.2.153.*
- Davis M. (1996). “Empathy a Social Psychological Approach”, Estados Unidos: *Editorial Westview Press.*

Davis, M. H., Mitchell, K. V., Hall, J. A., Lothert, J., Snapp, T., & Meyer, M. (1999).

Empathy, expectations, and situational preferences: personality influences on the decision to participate in volunteer helping behaviors. *Journal of Personality*, 67(3), 469-503.

De Corte, K., Buysse, A., Verhofstadt, L., Roeyers, H., Ponnet, K., & Davis, M. (2007).

Measuring Empathic tendencies: Reliability and Validity of the dutch version of the Interpersonal Reactivity. *Psychologica Belgica*, 47 (4), 235-260.

Ecuador. Ministerio de Relaciones Laborales (2012), *Acuerdo Ministerial No. 0055:*

Emitir la norma técnica para la certificación de calidad de servicio. 5-6.

Ecuador. Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2009), *Aproximación y*

análisis: Calidad de los Servicios Públicos. 7

Escriva, V., Frias, M.D. & Samper, P. (2004). La medida de la empatía: análisis del

Interpersonal Reactivity Index. *Universidad de Valencia, Psicothema*, vol. 16, 1-6.

Fernández, I., Lopez, B. & Márquez, M, (2008). Empatía: Medidas, teorías y

aplicaciones en revisión. *Universidad de Murcia*, vol. 24, 284-298.

Gracia, E., & Grau, R. (2007). Estudio de la calidad de servicio como base fundamental

para establecer la lealtad del Cliente en Establecimientos Turísticos. *Jornades de Foment de la Investigació*, 1-10.

Horovitz J, (1994). *La Calidad de Servicio*. Colombia: Editorial McGraw-Hill

Kleyman S, (2009, 16, 07).La importancia del servicio al cliente. *CNN Expansión*. 1

Karniol, D., & Shomroni, D. (1999).What being empathic means: applying the

transformation rule approach to individual differences in predicting the thoughts and feelings of prototypic and nonprototypic others. *European Journal of Social Psychology*, 29(2/3), 147-160.

- Landrum, H., Zhang, X., Prybutok, V., & Peak, D. (2009). Measuring IS system service quality with servqual: users perceptions of relative importance of the five servperf dimensions. *Informing Science*, 17-25.
- Larrea, P. (1991). *Calidad de Servicio: del Marketing a la estrategia*. Madrid (España). Ediciones Díaz de Santos S.A., 23.
- Limpo, T., Alves, R. A., & Catro, S. (2010). Medir a empatía: adaptação portuguesa do Índice de reatividade interpessoal. (portuguese). *Laboratório de Psicologia*, 8(2), 171-184.
- Lira, M. (2009). ¿Cómo puedo mejorar el servicio al cliente? México (vol. 1, 13).
- Lopez, M. C., & Serrano, A.M. (2001). Dimensiones y medición de la calidad de servicio en empresas hoteleras. *Rev. Colombiana de Marketing*, vol. 2, 1-14.
- Lozano, A., & Etxebarria, I. (2007). La tolerancia a la diversidad en los adolescentes y su relación con la autoestima, la empatía y el concepto del ser humano. *Universidad del País Vasco*. 1-21.
- Oceja, L., Lopez, B., Ambrona, T., & Fernández, I. (2009). Measuring general dispositions to feeling empathy and distress. *Universidad Autónoma de Madrid. Psicothema*, vol. 21 (2). 1-6.
- Olvera, I. (2009). *El cliente y la calidad de servicio*. Mexico D.F., Primera Edición, Editorial Trillas S.A.
- Pérez, V. (2006). *Calidad Total en la atención al cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. España., Primera Edición, Ideaspropias Editorial.
- Pineda, U., Estrada, M. & Parra, C. (2011). Aplicación del modelo servqual y herramientas de ingeniería de la calidad para la planificación del servicio en la biblioteca central de la Universidad de Antioquia. *Rev. Interam. Bibliot. Medellín (Colombia)* 243-255.

- Prabhakar, G. V., & Ram, P. (2013). Servqual and costumer satisfaction: The Mediating influence of communication in the privatized telecom sector. *International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences*, 3(3), 135-151.
- Raif, G, (2009). “Exploring the perceptions of healthcare quality among lebanese stakeholders”. Tesis de tercer nivel. *University of Phoenix, U.S.A., 1-241*.
- Requena, M. V., & Serrano, G. (2007). “Calidad de Servicio desde la Perspectiva de Clientes, Usuarios y Auto- Percepción de Empresas de Captación de Talento”. Tesis de tercer nivel. *Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, 56-112*.
- Riñon, C. (2000).Evaluación de la calidad del servicio de préstamo de una biblioteca universitaria.*Revista General de Informática y Documentación*, 211-223.
- Santo, C, (2013). La atención al cliente continúa sin ser una prioridad para las empresas y marcas. *Puro Marketing, Marketing, Publicidad y Social media en español*.
- Vargas, M., & Aldana, L, (2006). Calidad y Servicio: conceptos y herramientas. Bogotá, Colombia. Primera edición, *Ecoe Ediciones*.

ANEXOS

ANEXO A

Carta Autorización



Oficio No. MRL-SCACC-2014-EDT

2949

Quito DM, 06 JUN 2014

Señorita
María Elisa Recalde Guerra
Cuidad.

De mi consideración:

En atención al oficio S/N, de fecha 21 de Mayo de 2014, mediante el cual solicita autorización para llevar a cabo una investigación respecto a empatía y calidad de servicio en un grupo de servidores públicos del Ministerio de Relaciones Laborales, manifiesto lo siguiente:

La Dirección de Seguimiento y Control de Atención y Contacto Ciudadano en coordinación con la Dirección de Cambio y Cultura, procederá a realizar el estudio antes mencionado, en atención a su requerimiento. Así también solicito entregar una copia de los resultados obtenidos de dicho estudio.

Atentamente,



Adolfo Brinkmann Boloña M.B.A.
**SUBSECRETARIO DE EVALUACIÓN Y CONTROL TÉCNICO
DEL SERVICIO PÚBLICO**

ANEXO B

Instrucciones realizadas en el Ministerio

INSTRUCCIONES MINISTERIO DE RELACIONES LAORALES

Buenos días, mi nombre es María Elisa Recalde, soy egresada de la Universidad Internacional SEK, en la rama de Psicología Organizacional.

Estoy realizando mi trabajo de fin de carrera-una investigación titulada "Empatía y el impacto en la calidad de servicio" cuyo objetivo es analizar las posibles relaciones entre estas dos variables.

El día de hoy ustedes están aquí para ayudarme con esta investigación. Recibirán un sobre con un consentimiento informado que uds. deberán leer y firmar. Adicionalmente el sobre incluirá dos cuestionarios que deberán llenar. Abrirán los sobres una vez que todos los hayan recibido. El tiempo aproximado para completar esta actividad será de 20 minutos.

Una vez que hayan terminado por favor meter los cuestionarios y el consentimiento informado junto con los lápices y entregarme.

Tienen alguna pregunta?

ANEXO C

Formulario de Consentimiento Informado

FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
FACULTAD DE PSICOLOGIA (2014)

Tema de la Investigación: "Empatía y el Impacto en la Calidad de Servicio al Cliente"

Nombre del investigador: María Elisa Recalde

Supervisor de la Investigación: Erick Arguello M.A, M. Ed., Psy.D.

Lea este documento cuidadosamente. Su firma es requerida al final del presente documento para su participación en la investigación. Como requisito debe tener al menos 18 años para participar. Si desearía se le entregará una copia del documento del consentimiento informado.

La presente investigación va a ser llevada a cabo por María Elisa Recalde, estudiante de la facultad de Psicología de la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, como trabajo final para obtener el título de Psicóloga Organizacional.

La información que será recolectada dentro de esta investigación se mantendrá de manera confidencial. Por ningún motivo los nombres utilizados serán publicados, únicamente serán utilizados como datos estadísticos.

La decisión de participar o no en esta investigación es enteramente voluntaria. Si es que no se siente conforme puede decidir hacerlo o no. Si tiene inquietudes sobre la investigación, puede acercarse directamente con la investigadora.

El objetivo de la presente investigación es analizar la posible relación que existe entre empatía y la calidad de servicio al cliente. De esta forma, se obtendría información relevante y un mayor conocimiento del tema. Su intervención consiste en responder los test que serán aplicados por única vez. Los resultados serán expuestos luego de su publicación.

Los posibles riesgos que podría experimentar durante el desarrollo de los test sería cansancio físico. Los posibles beneficios al formar parte de esta investigación sería proporcionar información necesaria para ampliar los conocimientos sobre la calidad de servicio al cliente. No hay beneficios económicos al participar en estos test.

He leído y comprendido la información que me ha sido proporcionada. Tuve la oportunidad de formular preguntas sobre los temas a desarrollarse y se me ha respondido satisfactoriamente. Consiento voluntariamente a participar en esta investigación.

Nombre del Participante _____

Firma del Participante _____ Fecha _____

ANEXO D

Test Índice de Reactividad Interpersonal (IRI)

INDICE DE REACTIVIDAD INTERPERSONAL		Poco Mucho				
1	Sueño despierto y fantaseo, con cierta regularidad, sobre cosas que podrían pasarme.	<input type="radio"/>				
2	Frecuentemente tengo sentimientos de compasión y preocupación respecto a gente menos afortunada que yo.	<input type="radio"/>				
3	En algunas ocasiones encuentro difícil ver las cosas desde el punto de vista de las otras personas.	<input type="radio"/>				
4	No suelo sentir mucha lástima por las otras personas cuando tienen problemas.	<input type="radio"/>				
5	Me siento realmente involucrado con los sentimientos de los personajes de una novela.	<input type="radio"/>				
6	En las situaciones de emergencia me siento aprensivo y a punto de enfermar.	<input type="radio"/>				
7	Generalmente soy objetivo cuando veo una película o representación teatral y no suelo sentirme completamente inmerso en ellas.	<input type="radio"/>				
8	Intento contemplar la posición de todo el mundo antes de tomar una decisión.	<input type="radio"/>				
9	Cuando veo a una persona de quien se aprovechan, me siento un tanto protector hacia ella.	<input type="radio"/>				
10	A veces me siento indefenso cuando estoy en medio de una situación con mucha carga emocional.	<input type="radio"/>				
◀ ▲ ▼ ▶		Poco Mucho				
11	A veces intento comprender mejor a mis amigos imaginando cómo se deben ver las cosas desde su punto de vista.	<input type="radio"/>				
12	Llegar a sentirme extremadamente involucrado en un buen libro o película es bastante raro para mí.	<input type="radio"/>				
13	Cuando veo que alguien se ha hecho daño suelo mantener la calma.	<input type="radio"/>				
14	Las desgracias de las otras personas no me suelen perturbar demasiado.	<input type="radio"/>				
15	Si estoy convencido de tener la certeza sobre algo no suelo perder demasiado tiempo escuchando las argumentaciones de otras personas.	<input type="radio"/>				
16	Después de ver una representación teatral o una película me he sentido como si yo hubiese sido uno de los personajes.	<input type="radio"/>				
17	Me asusta encontrarme en una situación emocional tensa.	<input type="radio"/>				
18	A veces no siento demasiada lástima cuando veo que tratan a una persona de forma injusta.	<input type="radio"/>				
19	Suelo ser bastante efectivo al enfrentarme a situaciones de emergencia.	<input type="radio"/>				
20	Frecuentemente me siento afectado por cosas que veo que pasan.	<input type="radio"/>				

◀ ▲ ▼ ▶	Poco Mucho
21 Creo que cada situación presenta dos caras e intento contemplarlas a las dos.	◦ ◦ ◦ ◦ ◦
22 Me describiría a mí mismo como una persona con bastante buen corazón.	◦ ◦ ◦ ◦ ◦
23 Cuando veo una buena película me pongo fácilmente en el lugar del personaje principal.	◦ ◦ ◦ ◦ ◦
24 Suelo perder el control durante las situaciones de emergencia.	◦ ◦ ◦ ◦ ◦
25 Cuando alguien me hace enfadar, suelo intentar ponerme por un momento en su lugar.	◦ ◦ ◦ ◦ ◦
26 Cuando leo una historia interesante en un relato o novela, me imagino cómo me sentiría yo si los acontecimientos en la historia me sucedieran a mí.	◦ ◦ ◦ ◦ ◦
27 Cuando en una situación de emergencia veo que alguien necesita urgentemente ayuda me siento al borde del colapso nervioso.	◦ ◦ ◦ ◦ ◦
28 Antes de criticar a alguien intento imaginar como me sentiría yo si estuviera en su lugar.	◦ ◦ ◦ ◦ ◦

ANEXO E

Test SERVQUAL

SERVQUAL

Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de confiabilidad						
	Total desacuerdo				Total acuerdo	
	1	2	3	4	5	6 7
1	Cuando una organización excelente promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple					
2	Cuando un cliente tiene un problema, una organización excelente muestra sincero interés por resolverlo.					
3	Una organización excelente desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez					
4	Una organización excelente proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo					
5	Una organización excelente mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios					
Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de responsabilidad						
	Total desacuerdo				Total acuerdo	
	1	2	3	4	5	6 7
1	Los empleados de una organización excelente brindan el servicio con prontitud a los clientes					
2	Los empleados de una organización excelente siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes					
3	Los empleados de una organización excelente nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente					
Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de seguridad						
	Total desacuerdo				Total acuerdo	
	1	2	3	4	5	6 7
1	El comportamiento de los empleados de una organización excelente le inspira confianza					
2	Al realizar transacciones con una organización excelente el cliente se debe sentir seguro					
3	Los empleados de una organización excelente tratan a los clientes siempre con cortesía					
4	Los empleados de una organización excelente cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los clientes					
Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de empatía						
	Total desacuerdo				Total acuerdo	
	1	2	3	4	5	6 7
1	Una organización excelente le brinda atención individual					
2	Una organización excelente cuenta con empleados que le brindan atención personal					
3	Una organización excelente se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes					
4	Los empleados de una organización excelente entienden sus necesidades específicas					
Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de bienes tangibles						
	Total desacuerdo				Total acuerdo	
	1	2	3	4	5	6 7
1	La apariencia de los equipos de una organización excelente es moderna					
2	Las instalaciones físicas de una organización excelente son visualmente atractivas					
3	La presentación de los empleados de una organización excelente es buena					
4	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de una organización excelente son visualmente atractivos					
5	Los horarios de actividades de una organización excelente son convenientes					

Declaraciones sobre las percepciones de la dimensión de confiabilidad						
	Total desacuerdo				Total acuerdo	
	1	2	3	4	5	6 7
1	Cuando la organización XX promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple					
2	Cuando Ud. tiene un problema, la organización XX muestra sincero interés por resolverlo.					
3	La organización XX desempeña el servicio de manera correcta la primera vez					
4	La organización XX proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo					
5	La organización XX mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios					
Declaraciones sobre las percepciones de la dimensión de responsabilidad						
	Total desacuerdo				Total acuerdo	
	1	2	3	4	5	6 7
1	Los empleados de la organización XX le brindan el servicio con prontitud					
2	Los empleados de la organización XX siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes					
3	Los empleados de la organización XX nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente					
Declaraciones sobre las percepciones de la dimensión de seguridad						
	Total desacuerdo				Total acuerdo	
	1	2	3	4	5	6 7
1	El comportamiento de los empleados de la organización XX le inspira confianza					
2	Se siente seguro al realizar transacciones con la organización XX					
3	Los empleados de la organización XX lo tratan siempre con cortesía					
4	Los empleados de la organización XX cuentan con el conocimiento para responder sus consultas					
Declaraciones sobre las percepciones de la dimensión de empatía						
	Total desacuerdo				Total acuerdo	
	1	2	3	4	5	6 7
1	La organización XX le brinda atención individual					
2	La organización XX cuenta con empleados que le brindan atención personal					
3	La organización XX se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes					
4	Los empleados de la organización XX entienden sus necesidades específicas					
Declaraciones sobre las percepciones de la dimensión de bienes tangibles						
	Total desacuerdo				Total acuerdo	
	1	2	3	4	5	6 7
1	La apariencia de los equipos de la organización XX es moderna					
2	Las instalaciones físicas de la organización XX son visualmente atractivas					
3	La presentación de los empleados de la organización XX es buena					
4	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de la organización XX son visualmente atractivos					
5	Los horarios de actividades de la organización XX son convenientes					

ANEXO F

Estadística Descriptiva Dimensiones Servqual

DIMENSIONES	PROMEDIO PERCEPCION	DESVIACION ESTANDAR	PROMEDIO EXPECTATIVAS	DESVIACION ESTANDAR	P-E
Confiabilidad	26.94	5.889	25.04	6.083	1.9
Responsabilidad	16.97	3.404	15.43	4.120	1.54
Seguridad	23.12	4.425	20.42	5.213	2.7
Empatía	22.48	4.329	20.45	5.319	2.03
Bienes Tangibles	28.17	5.498	26.18	6.420	1.99

Realizado por: La autora

Fuente: Raif (2009) "Exploring the perceptions of the healthcare quality among Lebanese stakeholders"

ANEXO G
Correlaciones

		PT	FS	EC	PD	EMPATIA_ B	CONFIA_ B	RESPONSA_ B	SECURI_ B	BIENES_ B
PT	Pearson Correlation	1	-0.177	0.260**	-0.198*	0.134	0.205*	0.188	0.129	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
FS	Pearson Correlation	-0.177	1	-0.027	0.371**	-0.139	-0.049	-0.189	-0.083	-0.066
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EC	Pearson Correlation	0.260**	-0.027	1	-0.215*	0.133	0.080	0.169	0.184	0.105
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PD	Pearson Correlation	-0.198*	0.371**	-0.215*	1	-0.189	-0.130	-0.193	-0.167	-0.108
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EMPATIA_B	Pearson Correlation	0.134	-0.139	0.133	-0.189	1	0.753**	0.835**	0.865**	0.792**
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CONFIA_B	Pearson Correlation	0.205*	-0.049	0.080	-0.130	0.753**	1	0.871**	0.793**	0.705**
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
RESPONSA_ B	Pearson Correlation	0.188	-0.189	0.169	-0.193	0.835**	0.871**	1	0.870**	0.772**
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SECURI_B	Pearson Correlation	0.129	-0.083	0.184	-0.167	0.865**	0.793**	0.870**	1	0.871**
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BIENES_B	Pearson Correlation	0.000	-0.066	0.105	-0.108	0.792**	0.705**	0.772**	0.871**	1
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Realizado por: La autora

Fuente: Bausela (2005), SPSS: “Un instrumento de análisis de datos cuantitativos”

Nota: Los significados de las siglas en el presente cuadro son PT: Toma de Perspectiva; FS: Fantasía; EC: Preocupación Empática; PD: Malestar Personal. Dentro del Anexo G la (N) es igual al número de la muestra utilizada para la investigación. La simbología utilizada significa (*)= Correlación estándar y (**)= Mayor correlación

ANEXO H

MATRIZ ARTICULOS SERVQUAL

NOMBRE ARTICULO	OBJETO ESTUDIO/HIPOTESIS	RESULTADOS	DIMENSIONES	INTERPRETACION	FORMULA
Exploración de las percepciones de la calidad de la asistencia sanitaria entre los actores libaneses	El propósito del estudio fue evaluar el desempeño de los hospitales en cuanto a lo que se percibe de la satisfacción del cliente hacia iniciativas de mejora continua.	Este estudio encontró que los pacientes tienen altas expectativas del sistema de salud, y estaban en general satisfechos con las dimensiones de seguridad y empatía.	Empatía: 6.92 Seguridad: 6.96 La puntuación esperada se restará de la puntuación de las percepciones	Los resultados del estudio mostraron que existe una brecha entre las dimensiones del Servqual.	(SQ) = Percepción (P) –Expectativa (E)
Estudio de la calidad de servicio como base fundamental para establecer la lealtad del cliente en establecimientos turísticos	El objetivo de este trabajo es conocer en qué medida los atributos de la calidad de servicio que perciben los clientes de establecimientos turísticos, fomentan la predisposición a ser un cliente leal a una compañía.	Los resultados indican que los atributos de calidad influyen de forma diferente en la lealtad del cliente.	Tangibles: 0,50 y 0,28 Fiabilidad: 0,26 y 0,22 Se han calculado algunos descriptivos con el objetivo de conocer las características de las variables.	Para la prueba de las hipótesis se ha llevado a cabo cuatro ecuaciones de regresión. Por lo tanto nuestras hipótesis se corroboran.	
Medición de la Calidad de servicio con SERVQUAL: Percepciones de	Este trabajo investiga las percepciones de calidad de servicio de los usuarios profesionales de	Se concluye que el uso de SERVPERF es matizada y que las influencias	Confiabilidad: 5,91 Tangibles: 5,73 Responsabilidad: 6,16	Para responder a la pregunta de investigación, se utilizó una	

<p>Importancia Relativa de los Cinco SERVPERF Dimensiones de los usuarios</p>	<p>sistemas de información.</p>	<p>moderadoras puede afectar los resultados de medición.</p>	<p>Seguridad: 5,96 Empatía: 5,95</p> <p>La calidad del servicio se calcula como la diferencia en las dos puntuaciones en los resultados de calidad.</p>	<p>encuesta por correo para recoger datos de una población de usuarios de la biblioteca.</p>	
<p>Evaluación de la calidad del servicio de préstamo de una biblioteca universitaria</p>	<p>El planteamiento del presente trabajo es evaluar un servicio de una biblioteca universitaria.</p>	<p>De los resultados podemos concluir que la preocupación principal de los usuarios es la fiabilidad. La clave para facilitar un servicio de calidad radica en equilibrar las expectativas y las percepciones.</p>	<p>Tangibles: 15% Fiabilidad: 36% Empatía: 3%</p> <p>La diferencia o discrepancia que existe entre las expectativas y las percepciones nos dará la medida de calidad del servicio.</p>	<p>Nuestro objetivo es evaluar uno de los servicios de una biblioteca universitaria para ello hemos utilizado el cuestionario SERVQUAL, con el que se comprueba lo planteado.</p>	

Realizado por: La autora

ANEXO I

MATRIZ ARTICULOS INDICE DE REACTIVIDAD INTERPERSONAL

NOMBRE ARTICULO	OBJETO ESTUDIO/HIPOTESIS	RESULTADOS	VARIABLES	INTERPRETACION
<p>La medida de la empatía: análisis del Interpersonal Reactivity Index</p>	<p>El objetivo principal de este estudio fue analizar las propiedades psicométricas del Interpersonal Reactivity Index (IRI) en su adaptación española. (ver Anexo J).</p>	<p>La versión en español del IRI es adecuada para ser utilizada en España sobre empatía.</p>	<p>Toma de Perspectiva .42 .37 Fantasía: .15 .15 Preocupación Empática: .11 .25 Malestar Personal -.25 -.40</p> <p>Se realizaron análisis factoriales, análisis confirmatorios, análisis de fiabilidad, exploración de las intercorrelaciones entre los factores del IRI adaptado al español</p>	<p>Los resultados de las investigaciones llevadas a cabo con el IRI apoyan la hipótesis de la naturaleza multidimensional de la empatía y la utilidad de este instrumento para la evaluación de la empatía.</p>
<p>Medición de disposiciones de carácter general para sentir empatía y la angustia</p>	<p>El objetivo principal del estudio fue probar la validez convergente de estos dos escalas mediante el análisis del patrón de correlaciones con los cuatro subescalas del IRI.</p>	<p>Los resultados apoyaron la validez convergente del VES y su capacidad para predecir el grado de empatía y estrés provocados por una situación concreta.</p>	<p>Toma de perspectiva ($\alpha = 0,72$), Fantasía ($\alpha = 0,81$), Preocupación empática ($\alpha = 0,71$) Angustia personal ($\alpha = 0,69$).</p> <p>Utilizando los índices formados por un promedio de las puntuaciones directas</p>	<p>Los resultados indican correlación significativa con las subescalas del IRI de angustia personal ($r = 0,230$, $p = 0,000$) y no significativa con la toma de perspectiva ($r = 0,099$, $p = 0,061$). En cuanto a la condolencia, esta correlacionado con las subescalas del IRI de toma de perspectiva ($r = 0,143$, $p = 0,007$) y la preocupación empática ($r = 0,302$, $p = 0,000$);</p>

				y no significativa con angustia personal ($r = -.05, p = 0,30$). En suma, el patrón general de correlaciones apoyado nuestras tres hipótesis.
Propiedades psicométricas del Interpersonal Reactivity Index (IRI) en población infantil y adolescente española	Necesidad de revisar la traducción del IRI, explorarlo en otro tipo de poblaciones y comparar, utilizando distintas metodologías, la dimensionalidad y las propiedades psicométricas en otro rango de edades.	Las diferentes dimensiones presentan niveles de fiabilidad y evidencias de validez adecuadas. El modelo resultante supone una alternativa robusta que incorpora nuevos componentes en la evaluación de la empatía.	Toma de perspectiva: ($\alpha = 0,71$) Fantasía: ($\alpha = 0,78$) Preocupación empática: ($\alpha = 0,68$) Malestar personal: ($\alpha = 0,77$) Se llevó a cabo un Análisis Factorial Confirmatorio utilizando mínimos cuadrados no ponderados.	Con estos resultados no es posible aceptar la hipótesis nula por ello, se analiza la dimensionalidad del instrumento en nuestra muestra mediante un Análisis Factorial Exploratorio y Análisis Factorial Confirmatorio.
Medición empática fiabilidad tendencias y validez de la versión neerlandesa del índice de reactividad interpersonal	El objetivo de este estudio fue examinar las propiedades psicométricas de una versión holandesa del IRI.	Los resultados revelaron que hay espacio para mejora y modificación del modelo teórico inicial.	Toma de Perspectiva: .73 Fantasía: .83 Preocupación Empática: .73 Malestar Personal: .77 La validez del IRI fue probada usando criterios internos (es decir, intercorrelaciones escala).	En resumen, los resultados presentados en este estudio dan evidencia de la fiabilidad y validez de la versión holandesa del IRI e indican que esta escala es útil para medir la percepción de las tendencias empáticas en una muestra holandesa.

Realizado por: La autora

ANEXO J

Percentiles para varones

Percentiles P.T. F.S. E.C. P.D.

5	7	6	11	3
10	9	8	11	5
15	10	9	12	6
20	11	9	13	7
25	12	10	14	7
30	12	11	14	8
35	13	11	15	9
40	13	12	16	9
45	14	12	16	10
50	14	13	17	10
55	15	14	17	11
60	15	14	18	11
65	16	15	18	12
70	16	16	19	12
75	17	16	20	13
80	18	17	20	14
85	19	18	21	15
90	20	20	22	16
95	22	22	24	18
100	27	28	28	25

Media	14.3818	13.4532	16.7313	10.4100
Desv. típ.	4.25765	4.77296	4.08689	4.33515
Mediana	14	13	17	10
Moda	16	12	18	10
Mínimo	3	0	5	0
Máximo	27	28	28	25

Nota: Como se describe dentro del Anexo J, existen algunas siglas y su significado son los siguientes PT: Toma de Perspectiva; FS: Fantasía; EC: Preocupación Empática; PD: Malestar Personal

Percentiles para mujeres

Percentiles P.T. F.S. E.C. P.D.

5	10	8	13	4
10	11	10	15	7
15	12	11	16	8
20	13	12	17	9
25	13	12	18	9
30	14	13	18	10
35	15	14	19	11
40	15	15	19	11
45	16	16	20	12
50	16	16	20	12
55	17	17	21	13
60	17	18	21	14
65	18	18	22	14
70	18	20	22	15
75	19	20	23	15
80	20	21	24	16
85	20	23	24	17
90	22	24	25	18
95	23	2	26	20
100	28	28	28	25

Media	16.3966	16.5889	19.9983	12.4681
Desv. típ.	4.02735	5.44094	4.03916	4.64548
Mediana	16	16	20	12
Moda	15	18	19	13
Mínimo	3	0	5	0
Máximo	28	28	28	25

Nota: Como se describe dentro del Anexo J (2), existen algunas siglas y su significado son los siguientes PT: Toma de Perspectiva; FS: Fantasía; EC: Preocupación Empática; PD: Malestar Personal

ANEXO K

Correlaciones entre los instrumentos**Tablas de Toma de Perspectiva**

Toma de Perspectiva	Empatía
1	0.134

Como se puede observar entre la dimensión de toma de perspectiva y la de empatía si existe correlación ya que los valores presentados son observados.

Toma de Perspectiva	Confiabilidad
1	0.205*

Según el análisis realizado para la dimensión de toma de perspectiva y confiabilidad existe una correlación mucho más afianzada entre estas dos como se indica en el Anexo G y los valores son positivos.

Toma de Perspectiva	Responsabilidad
1	0.188

Como se observa en el análisis realizado entre la toma de perspectiva y la responsabilidad se puede observar que si existe correlación entre ambas ya que son positivos.

Toma de Perspectiva	Seguridad
1	0.129

Según el análisis se puede confirmar una correlación entre la dimensión de toma de perspectiva y la de seguridad ya que como se observa los valores son positivos.

Toma de Perspectiva	Bienes Tangibles
1	0.000

Como se puede observar dentro del siguiente análisis entre las dimensiones de Toma de perspectiva y bienes tangibles existe mínimo de correlación debido a los valores obtenidos.

Tablas de Fantasía

Fantasía	Empatía
1	-0.139

Según el análisis realizado entre la variable Fantasía y Empatía se evidencia que no existe una correlación entre las dos debido a que muestra puntajes negativos.

Fantasía	Confiabilidad
1	-0.049

Como se puede observar dentro del análisis de las variables de Fantasía y la de Confiabilidad no existe ninguna correlación debido a que sus puntajes son negativos.

Fantasía	Responsabilidad
1	-0.189

Según el análisis realizado entre las dimensiones de Fantasía y Responsabilidad se observa que no existe correlación debido a los puntajes negativos que se muestran.

Fantasía	Seguridad
1	-0.083

Como se evidencia dentro del análisis de Fantasía y Seguridad no existe correlación alguna debido a sus puntajes negativos.

Fantasía	Bienes Tangibles
1	-0.066

Como se comprueba dentro del análisis realizado entre las variables de Fantasía y Bienes Tangibles se observa que no existe ninguna correlación debido a sus puntajes negativos.

Tablas de Preocupación Empática

Preocupación Empática	Empatía
1	0.133

Según el análisis realizado para las dimensiones de Preocupación Empática y Empatía se observa que existe correlación debido a que los resultados son positivos.

Preocupación Empática	Confiabilidad
1	0.080

Como se puede observar dentro del análisis de Preocupación Empática y Confiabilidad se puede concluir que existe correlación ya que los resultados son positivos.

Preocupación Empática	Responsabilidad
1	0.169

Según el análisis llevado a cabo entre Preocupación Empática y Responsabilidad se llega a la conclusión que existe correlación ya que los resultados que se muestran son positivos.

Preocupación Empática	Seguridad
1	0.184

Como se puede observar dentro del análisis entre Preocupación Empática y Seguridad se concluye que existe correlación entre las variables ya que los resultados son positivos.

Preocupación Empática	Bienes Tangibles
1	0.105

Según el análisis obtenido de las variables Preocupación Empática y Bienes Tangibles se concluye que existe una correlación dada por sus valores positivos.

Tablas de Malestar Personal

Malestar Personal	Empatía
1	-0.189

Como se puede observar entre las variables de Malestar Personal y Empatía no existe correlación debido a que los resultados son negativos.

Malestar Personal	Confiabilidad
1	-0.130

Comprobado el análisis entre Malestar Personal y Confiabilidad se puede concluir que no existe ninguna correlación debido a que tiene valores negativos.

Malestar Personal	Responsabilidad
1	-0.193

Como se puede observar dentro del análisis de las variables Malestar Personal y Responsabilidad no existe correlación ninguna entre estas debido a los resultados negativos.

Malestar Personal	Seguridad
1	-0.167

Según el análisis de las variables Malestar Personal y Seguridad se puede concluir que no existe correlación ya que los valores mostrados son negativos.

Malestar Personal	Bienes Tangibles
1	-0.108

Como se puede observar dentro del análisis de las variables Malestar Personal y Bienes Tangibles no existe correlación debido a los valores que son negativos.

Tablas de Empatía

Empatía	Toma de Perspectiva
1	0.134

Después de realizado el análisis de las variables Empatía y Toma de Perspectiva se puede concluir que si existe correlación ya que sus valores son positivos.

Empatía	Fantasía
1	-0.139

Como se puede observar dentro del análisis de las variables Empatía y Fantasía se observa que no hay correlación ya que sus valores son negativos.

Empatía	Preocupación Empática
1	0.133

Después de analizadas las variables de Empatía y Preocupación Empática se puede concluir que si existe correlación ya que los valores presentados son positivos.

Empatía	Malestar Personal
1	-0.189

Según el análisis de las variables Empatía y Malestar Personal se concluye que no tienen correlación ya que sus valores son negativos.

Tablas de Confiabilidad

Confiabilidad	Toma de Perspectiva
1	0.205*

Como se puede observar dentro del análisis de las variables Confiabilidad y Toma de Perspectiva existe una mayor correlación con los datos indicados.

Confiabilidad	Fantasía
1	-0.049

Según el análisis llevado a cabo entre las variables Confiabilidad y Fantasía se concluye que no existe correlación ya que los datos son negativos.

Confiabilidad	Preocupación Empática
1	0.080

Después de analizadas las variables de Confiabilidad y Preocupación Empática se concluye que si existe correlación ya que sus valores que se muestran son positivos.

Confiabilidad	Malestar Personal
1	-0.130

Como se puede observar dentro de las variables Confiabilidad y Malestar Personal no existe correlación alguna por lo que presenta valores negativos.

Tablas de Responsabilidad

Responsabilidad	Toma de Perspectiva
1	0.188

Según el análisis llevado a cabo entre las dimensiones de Responsabilidad y Toma de Perspectiva se concluye que si hay correlación debido a que sus resultados son positivos.

Responsabilidad	Fantasía
1	-0.189

Como indican los resultados del análisis entre las variables Responsabilidad y Fantasía no existe correlación alguna ya que son negativos.

Responsabilidad	Preocupación Empática
1	0.169

Como se podría observar en el análisis de las variables Responsabilidad y Preocupación Empática si existe correlación porque muestra valores positivos.

Responsabilidad	Malestar Personal
1	-0.193

Según los análisis llevados a cabo entre las variables de Responsabilidad y Malestar se concluyó que debido a los resultados negativos no existe correlación alguna.

Tablas de Seguridad

Seguridad	Toma de Perspectiva
1	0.129

Como se muestra entre las variables de Seguridad y Toma de Perspectiva los valores son positivos esto indica que si existe correlación.

Seguridad	Fantasía
1	-0.083

Después de culminado el análisis de las variables Seguridad y Fantasía y observando valores negativos se concluye que no hay correlación alguna.

Seguridad	Preocupación Empática
1	0.184

Realizado el análisis de las variables Seguridad y Preocupación Empática se concluye que si existe correlación ya que los valores presentados son positivos

Seguridad	Malestar Personal
1	-0.167

Con el análisis realizado entre las variables de Seguridad y Malestar Personal se puede concluir que no hay correlación ya que sus valores presentados son negativos

Tablas de Bienes Tangibles

Bienes Tangibles	Toma de Perspectiva
1	0.000

Como se puede observar en el análisis de las variables Bienes Tangibles y Toma de Perspectiva existe una mínima correlación debido a sus valores presentados

Bienes Tangibles	Fantasía
1	-0.066

Según el análisis llevado a cabo entre Bienes Tangibles y Fantasía se concluye que no existe correlación ya que sus valores son negativos.

Bienes Tangibles	Preocupación Empática
1	0.105

A las conclusiones que se llegó luego de analizadas las variables de Bienes Tangibles y Preocupación fueron que si hay correlación ya que sus valores son positivos.

Bienes Tangibles	Malestar Personal
1	-0.108

Según el análisis realizado entre las variables Bienes Tangibles y Malestar Personal se concluyó que no hay correlación debido a que sus valores son negativos.