

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL

"NIVEL DE EMPATÍA COGNITIVA Y AFECTIVA DE LOS EMPLEADOS DE UNA CUENTA EN ESPAÑOL Y LOS EMPLEADOS DE UNA CUENTA EN INGLÉS EN LA JORNADA MIXTA DE UN CENTRO DE LLAMADO DE ATENCIÓN AL CLIENTE."

TESIS DE GRADO

KARLA NINETH BRIONES LOPEZ
CARNET 10620-11

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, AGOSTO DE 2017
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL

"NIVEL DE EMPATÍA COGNITIVA Y AFECTIVA DE LOS EMPLEADOS DE UNA CUENTA EN ESPAÑOL Y LOS EMPLEADOS DE UNA CUENTA EN INGLÉS EN LA JORNADA MIXTA DE UN CENTRO DE LLAMADO DE ATENCIÓN AL CLIENTE."

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
KARLA NINETH BRIONES LOPEZ

PREVIO A CONFERÍRSELE
EL TÍTULO DE PSICÓLOGA INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL EN EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, AGOSTO DE 2017
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.

VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO

VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO

VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS

SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANO: MGTR. HÉCTOR ANTONIO ESTRELLA LÓPEZ, S. J.

VICEDECANO: MGTR. JUAN PABLO ESCOBAR GALO

SECRETARIA: MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY

DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. GEORGINA MARIA MARISCAL CASTILLO DE JURADO

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

MGTR. JULIO ROBERTO AREVALO MORALES

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

MGTR. PATRICIA JUDITH ROSADA CHAJON

Guatemala, 20 de abril de 2017.

**Profesionales
Miembros del Consejo
Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar
Presente**

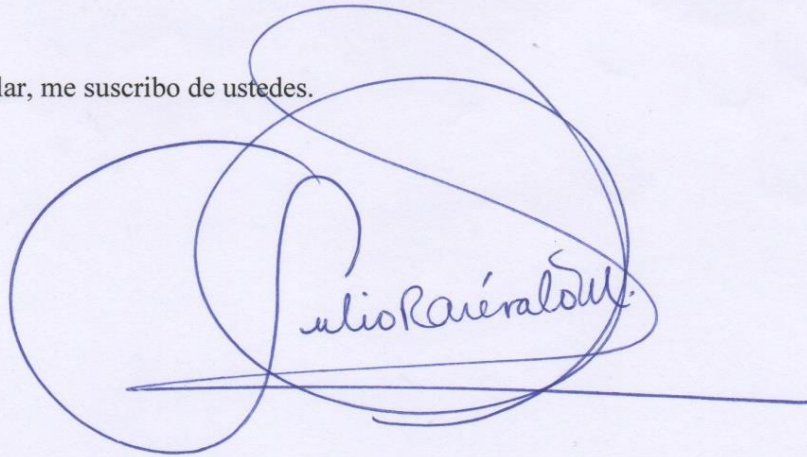
Estimados profesionales:

Con un cordial saludo me permito dirigirme a ustedes, para manifestarles que he revisado el informe final de tesis de la estudiante **Karla Nineth Briones López, carné 10620-11**, de la carrera de Licenciatura en Psicología Industrial/Organizacional y cuyo título es **“Nivel de empatía cognitiva y afectiva de los empleados de una cuenta en español y los empleados de una cuenta en inglés en la jornada mixta de un centro de llamado de atención al cliente”**, el cual considero llena los requisitos establecidos por esta Facultad para los trabajos de investigación.

En tal virtud, agradecería poder programar la revisión de Tesis de la señorita Briones López.

Sin otro particular, me suscribo de ustedes.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, reading "Julio Roberto Arévalo Morales". The signature is stylized with large loops and a long horizontal stroke at the bottom.

Mgtr. Julio Roberto Arévalo Morales
Asesor



Universidad
Rafael Landívar

Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE HUMANIDADES
No. 052089-2017

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado de la estudiante KARLA NINETH BRIONES LOPEZ, Carnet 10620-11 en la carrera LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL, del Campus Central, que consta en el Acta No. 051300-2017 de fecha 6 de junio de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"NIVEL DE EMPATÍA COGNITIVA Y AFECTIVA DE LOS EMPLEADOS DE UNA CUENTA EN ESPAÑOL Y LOS EMPLEADOS DE UNA CUENTA EN INGLÉS EN LA JORNADA MIXTA DE UN CENTRO DE LLAMADO DE ATENCIÓN AL CLIENTE."

Previo a conferírsele el título de PSICÓLOGA INDUSTRIAL / ORGANIZACIONAL en el grado académico de LICENCIADA.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 8 días del mes de agosto del año 2017.



Universidad
Rafael Landívar

Tradición Jesuita en Guatemala
Facultad de Humanidades
Secretaría de Facultad

Irene Ruiz Godoy

MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar

AGRADECIMIENTOS:

A Dios y a la Virgen María: Por guiarme en el camino de la vida y ser esa fuerza dentro de mí que me levanta todos los días hasta alcanzar mis sueños y metas. Y Por darme la oportunidad de vivir cosas tan maravillosos y acompañarme en cada decisión importante a través de las adversidades.

A mi mama: Por ser esa madre incondicional que me ama por sobre todas las cosas y me apoya en cada uno de mis sueños y locuras y me sostiene de principio a fin. Ahora es momento de recompensarte y regresarte todos esos esfuerzos y sacrificios, eres mi ejemplo a seguir, gracias siempre.

A mi papa: Por darme alientos de ánimo y motivación constante para lograr llegar hasta aquí y apoyarme en todo lo que has podido.

A mis hermanas: Por aguantar mis cambios de humos repentinos durante todo este proceso y motivarme cuantas veces ha sido necesario y siempre estar ahí para mí.

A mi novio: Por siempre creer en mí y ser ese amigo incondicional que me apoya y fortalece mi amor hacia Dios y mi motivación hacia todas mis metas.

A mis amigas: Alejandra, por ser esa amiga incondicional que me apoya siempre, a Angeles y Astrid con quienes viví tantas aventuras y cosas inolvidables en esta época universitaria y quienes estuvieron presentes en los buenos y malos momentos.

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación tipo descriptiva, fue identificar los niveles de empatía cognitiva y afectiva que posee un grupo de empleados de una cuenta en español y un grupo de empleados de una cuenta en inglés en un centro de llamado. En este caso los empleados pertenecientes a una jornada laboral mixta. La muestra se seleccionó aleatoriamente y está formada por 50 sujetos, 26 empleados de la cuenta en español y 24 sujetos de los empleados de la cuenta en inglés, con una antigüedad de 0 a 10 años, comprendidos en un rango de edad de 18 a 50 años.

El instrumento utilizado para la realización del estudio fue el Test de Empatía Cognitiva y Afectiva (TECA), el cual es un instrumento de evaluación de la empatía, en sujetos adultos, formado por 33 elementos que presenta adecuadas garantías psicométricas. Este test proporciona información tanto de los componentes cognitivos como afectivos de la empatía por medio de cuatro escalas: Adopción de perspectivas, Comprensión emocional, Estrés empático y Alegría empática además ofrece una puntuación total de empatía.

Los resultados obtenidos indicaron que ambas cuentas del centro de llamado tienen una puntuación menor al 50% con un nivel de significancia "MEDIA". En base a estos resultados se recomendó fortalecer la cultura organizacional de la empresa de manera que los empleados se sientan más integrados y puedan tener empatía entre empleados así mismo con los clientes.

ÍNDICE

I.	Introducción	1
II.	Planteamiento del problema	20
	2.1 Objetivos	21
	2.2 Variables de estudio	21
	2.3 Definición de variables	21
	2.4 Alcances y límites	22
	2.5 Aporte	22
III.	Método	23
	3.1 Sujetos	23
	3.2 Instrumento	24
	3.3 Procedimiento	24
	3.4 Tipo de investigación, diseño y metodología estadística	25
IV.	Presentación y análisis de resultados	27
V.	Discusión de resultados	33
VI.	Conclusiones	36
VII.	Recomendaciones	38
VIII.	Referencias	39
	ANEXOS	

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad hay muchos factores que deben enfrentar las empresas para mantenerse estables, por lo que orillan a las organizaciones a reconocer la importancia que tiene su recurso más valioso: el talento humano de las organizaciones. Por lo tanto, es muy importante tener como meta lograr tanto el crecimiento de las empresas, como el de los empleados, generando ambientes laborales que dignifiquen y permitan el desarrollo de las personas. Esto ha provocado que a nivel general se busque lograr una gestión apropiada de éste talento humano, para lo cual se requiere de empleados con las habilidades, actitudes y aptitudes necesarias para cada puesto de trabajo y de esta forma potencializar su rendimiento a un nivel óptimo. Por lo tanto, en esta investigación resalta acerca de la importancia sobre la empatía, la cual, es ponerse en el lugar del otro; es decir, es la habilidad de identificar y comprender emociones, pensamientos y formas de actuar de otra persona, lo que aumenta nuestra tolerancia hacia los demás y nos permite abrir nuestra mente hacia puntos de vista diferentes a los nuestros, aunque no estemos de acuerdo con ellos. Por lo tanto, la empatía es una variable en las empresas importante de analizar ya que es uno de los factores en que depende aumentar la capacidad de relacionarse adecuadamente, se mejora la resolución de conflictos, se fomenta la estabilidad y la comprensión no solo entre compañeros de trabajo sino también entre jefes, subordinados y clientes externos de las organizaciones. Es por ello, que es indispensable identificar los niveles de empatía cognitiva y afectiva de los empleados para que se trabaje de manera más eficiente y por consiguiente ayude a reforzar la productividad de los empleados, así como el bienestar de ambos lados, en este caso, la empresa y los empleados de la misma.

A continuación, se presentan estudios nacionales que tienen relación con la presente investigación:

Zamora (2014) realizó un estudio de tipo descriptivo correlacional, en un colegio privado para señoritas ubicado en la ciudad de Guatemala. Se utilizó una muestra conformada por treinta docentes de género femenino, que pertenecen al claustro de maestros de los niveles: preprimaria, primaria, básicos y diversificado, cuyo objetivo del

mismo fue establecer si existe relación estadísticamente significativa entre el nivel de empatía y el nivel de autocontrol en el grupo de maestras. La investigación se llevó a cabo por medio de dos cuestionarios realizados por ella misma, el primero de autocontrol, el cual midió los indicadores de control de emociones, autoconocimiento, tolerancia y diálogo. El segundo instrumento de empatía el cual midió identificación de las conductas y emociones de los demás, consideración, comprensión de las conductas y comunicación. Se concluyó de acuerdo a los resultados obtenidos que si existe una relación estadísticamente significativa a nivel 0.05 entre las variables autocontrol y empatía. La correlación es positiva y moderada, por lo tanto, se puede afirmar que, a mayor autocontrol, mayor empatía en los sujetos. Se recomendó darles seguimiento a los resultados y realizar capacitaciones o actividades para que mantengan fortalecidas estas áreas.

De acuerdo con Castillo (2012), quien realizó una investigación de tipo descriptiva en la cual se midió el nivel de empatía de los estudiantes practicantes de Psicología Clínica de la Universidad Rafael Landívar y estudiantes practicantes de la Universidad Mariano Gálvez. La investigación se realizó con estudiantes que se encontraban en la Práctica Profesional Supervisada de la carrera de Licenciatura en Psicología Clínica, en el año 2011. Por medio del Test de Empatía cognitiva y afectiva (TECA) se tomó 29 estudiantes, que equivalen a la muestra representativa del universo que es 31 sujetos, tomados al azar, hombres y mujeres, entre 21 y 40 años. Se concluyó que los estudiantes practicantes de psicología clínica poseen un nivel alto de empatía lo cual favorece el éxito terapéutico, y, además, la satisfacción profesional del terapeuta. Se recomendó a los estudiantes y profesionales de psicología clínica que evalúen el nivel de empatía que poseen y refuercen los aspectos que sean necesarios para adquirir un nivel adecuado, al tener como opción, la propuesta planteada en este estudio.

Por otro lado, De León (2012) Quien realizó un estudio tipo descriptivo correlacional por medio de los siguientes instrumentos, el Inventario de Asertividad (INAS-87) y Test de Empatía Cognitiva y Afectiva (TECA). Utilizando el método estadístico coeficiente de correlación de Pearson. La muestra estuvo conformada por sesenta alumnos; cincuenta y tres estudiantes pertenecen al género femenino y siete al

género masculino y oscilan en las edades de veintitrés a cuarenta años, estudiantes del séptimo ciclo de la carrera de Psicología Clínica. El objetivo del estudio fue verificar si existe correlación entre empatía y asertividad en estudiantes de la Licenciatura en Psicología de la Universidad Mariano Gálvez de Quetzaltenango. Se concluyó que no existe correlación entre empatía y asertividad dando como resultado un grado de significación de 0.16 en la tabla de coeficiente de correlación de Pearson, por lo cual se hizo la recomendación de promover talleres con estrategias adecuadas para fomentar la empatía y asertividad en los estudiantes y luego evaluar estos factores nuevamente.

Quezada (2012) realizó una investigación con el objetivo de establecer el nivel de desgaste por empatía en trabajadores voluntarios del asilo San Vicente de Paúl según su edad, género y tiempo de servicio. Para ello, se eligieron a 50 sujetos que tienen la característica de tener turno vespertino o nocturno. Las edades de los trabajadores oscilaban entre 20-70 años. Se aplicó la prueba del Inventario de Desgaste por Empatía (IDE) el cual está estructurado como una escala tipo Lickert con cuatro posibles respuestas, a 50 sujetos de los cuales únicamente 28 fueron efectivas, 19 del género femenino y 9 del masculino. Analizó los resultados que presentan que el nivel general de los trabajadores voluntarios del asilo se muestra en riesgo de contraer o ya padecen el Síndrome de Desgaste Emocional por Empatía (SDPE). En conclusión, no se encontró una relación entre el Síndrome de Desgaste Emocional por Empatía (SDEP) y la edad y género de los voluntarios del Asilo de Ancianos Casa Hogar San Vicente de Paúl debido a que las edades de los trabajadores oscilan en un rango muy variado, lo cual dificulta establecer una relación. Se propone como recomendación buscar ayuda psicológica para prevenir el Desgaste por Empatía y de esta forma poder brindar un mejor servicio, especialmente a las personas que tienen varios años de trabajar en este campo.

Luego Jiménez (2009) en su estudio correlacional cuyo objetivo era establecer la relación entre control emocional y desempeño laboral en el equipo de ventas de una empresa multinacional distribuidora de productos de belleza, para la cual utilizó una muestra comprendida por 13 vendedores, 10 de género masculino y 3 de género femenino, quienes oscilaban entre el rango de 24 a 60 años. Utilizó el cuestionario para

evaluar la Inteligencia Emocional (TMMS), elaborado por Peter Salovey de la Universidad de Yale y Jack Mayer de la Universidad de New Hampshire, se realizó la baremación en Guatemala. Para determinar el desempeño laboral del empleado, se utilizaron los resultados de las evaluaciones de desempeño de la empresa y dichos datos fueron proporcionados por la compañía. Posteriormente, para la obtención de resultados se utilizó Programa Estadístico para las Ciencias Sociales con siglas en inglés SPSS 4 (Statistical Package for the social Science); en el cual se analizó el coeficiente de relación de Pearson. Los resultados indicaron que el coeficiente de Pearson obtenido fue de 0.05 el cual fue muy bajo, e indica que no fue estadísticamente significativo (valor de significancia = 0.87), por lo tanto no hubo relación entre TMMS, en el que el resultado fue “BAJO”, y ED, en el que el resultado fue “BUENO”. Se recomendó incluir dentro del calendario de formación de la empresa una capacitación sobre Inteligencia Emocional, empatía y temas relacionados.

A continuación se presentan estudios internacionales asociados con este tema:

Díaz (2014) El objetivo de esta investigación fue estimar la orientación empática y el comportamiento de la estructura del constructo empatía en los estudiantes de enfermería de la Universidad Mayor de Chile. La muestra estuvo compuesta por 175 estudiantes de la carrera de enfermería de primero a quinto año, 110 estudiantes de género femenino y 64 estudiantes de género masculino. Materiales y métodos: se aplicó la Escala de Empatía Médica de Jefferson en la versión en español para estudiantes, validada culturalmente mediante criterio de jueces. Se estimó confiabilidad interna mediante la prueba alfa de Cronbach y aditividad de Tukey. Las medias de las sumatorias de los datos de los sujetos fueron comparadas mediante Anova bifactorial y prueba de Duncan. Se emplearon las pruebas de adecuación muestral. Los componentes fueron estimados por medio de una prueba factorial de componentes principales con rotación varimax. Resultados: la escala mostró confiabilidad.

Existen diferencias de orientación empática entre los cursos, pero no en el género; se observaron seis componentes. Conclusiones: los estudiantes de enfermería se caracterizan por tener niveles de empatía relativamente altos, los cuales no difieren

entre los géneros y existe una tendencia a su aumento a medida que los cursos avanzan.

López y Fernández (2010) abordaron un estudio de la empatía en las etapas más tempranas. Se aplicaron dos cuestionarios de empatía a 280 personas en la ciudad de Madrid en España, asignadas a distintos grupos según su edad: adolescencia (16-19 años), adultez temprana (20-30 años), adultez media (31-40 años), adultez tardía (41-59 años) y tercera edad (60-66 años). Posteriormente se realizaron comparaciones entre las respuestas de cada grupo de edad en los distintos aspectos de la empatía de ambos test. Los resultados muestran que los componentes afectivos de la empatía no se ven afectados por la edad, pero sí los componentes cognitivos, cuyos niveles son menores en los grupos de mayor edad que en aquellos más jóvenes. Estos conocimientos son de gran utilidad a la hora de diseñar programas de intervención en aspectos relacionados con la empatía en grupos de distintas edades de forma adaptada a las necesidades y problemáticas específicas de cada uno.

Por otro lado, Garaigordobil y Maganto (2010), realizaron un estudio que tenía como objetivo explorar la relación entre empatía y resolución de factores e identificar variables predictoras de empatía. El estudio utilizó una metodología descriptiva y correlacional de corte transversal. La muestra fue de 941 participantes de 8 a 15 años, 509 hombres y 432 mujeres en España. Los resultados confirmaron que las mujeres tienen puntuaciones superiores en empatía en todas las edades, durante la infancia la empatía no aumenta y durante la adolescencia se confirma un incremento con la edad pero únicamente en las mujeres; utilizan más estrategias de resolución de conflictos positivas-cooperativas y los hombres más agresivas; el uso de estrategias positivas cooperativas no aumenta con la edad; y se confirmaron correlaciones positivas entre empatía y resolución de conflictos cooperativa y negativas con resolución agresiva; las variables predictivas de la empatía son: ser mujer, utilizar muchas estrategias de resolución positivas-cooperativas de conflictos y poco agresivas. El trabajo permite concluir que, en estas edades, las mujeres tienen nivel superior en la capacidad de empatía y de resolución de conflictos, pero no se observan importantes cambios evolutivos. Además, los resultados sugieren la importancia de implementar programas

que incluyan actividades para fomentar la empatía ya que incidirán positivamente en la capacidad de resolución cooperativa de conflictos.

Luego Piccini y Robertazzi (2009) realizaron una investigación de la práctica del voluntariado acerca de las experiencias en contextos de precariedad , partiendo de una muestra aleatoria de 52 sujetos, 30 voluntarios y 22 miembros de la comunidad. El objetivo de este estudio fue identificar el tipo de relación ya establecida entre los miembros del voluntariado y la comunidad. Estudio realizado como una investigación cualitativa. Para llevarlo a acabo utilizaron como instrumento entrevistas individuales, grupales y observación participante. Se diseñó un estudio de tipo exploratorio descriptivo, basado en un caso único, que estudia la relación ya establecida, en un contexto de precariedad, entre la comunidad local de habitantes del Asentamiento Zavaleta de Buenos Aires, Argentina y un grupo de voluntarios/as, donde comenzó a intervenir un grupo de psicólogos/as sociales. Concluyeron que la práctica del voluntariado es comprendida, por una parte, como el resultado de la acción conjunta de quienes se han agrupado fundamentalmente en momentos de marcada crisis social y económica, que han destinado parte de su tiempo a desarrollar una labor solidaria en beneficio de quienes han sido más perjudicados por esta situación.

Por su parte Garaigordobil (2006) El objetivo principal de su investigación fue evaluar los efectos de un programa para prevenir la violencia política en la capacidad de empatía en España, la expresión de sentimientos de ira y la definición de paz y violencia. El estudio utilizó un diseño cuasi-experimental de medidas repetidas con grupo de control. La muestra está configurada con 276 adolescentes de 15 a 17 años de edad, 127 hombres y 149 mujeres. Se utilizó una batería de tres instrumentos de evaluación antes y después de aplicar el programa de intervención. El objetivo del programa fue incrementar la sensibilidad hacia las víctimas de la violencia política, promover el respeto por los derechos humanos y prevenir la violencia. La intervención consistió en 10 sesiones realizadas durante 3 meses. Los resultados del instrumento de múltiples respuestas variables y múltiples interacciones (MANOVA) revelaron que el programa incrementó la capacidad de empatía, el control de la ira en situaciones de enfado y la capacidad para definir el concepto de paz y violencia. Por lo tanto, se

comprobó que este estudio tiene implicaciones prácticas y provee una herramienta de intervención para fomentar el desarrollo de la personalidad durante la adolescencia. Por ello, puede tener un efecto preventivo de la conducta violenta antes de llegar a la etapa de adultez por lo tanto recomendó seguir con el programa y evaluarlo frecuentemente en centros de estudio, empresas o donde se considere necesario.

Por último, Uribe (2004) realizó un estudio de tipo descriptivo en el cual identifica la práctica de la empatía por parte de alumnos y profesionales de enfermería para atender con alegría. Un enfoque holístico de la profesión, afirma que el estudio pretendió describir la empatía practicada por alumnos de enfermería del 8o. semestre de la carrera y enfermeros egresados de la Universidad Austral de Chile que se desempeñan en el Hospital Clínico Regional Valdivia. Además, pretendió conocer las habilidades para atender con alegría que poseen tanto los alumnos como los profesionales. La muestra de la investigación conformó 32 alumnos y 23 profesionales, por cada uno de ellos se entrevistó a un usuario que recibió atención directa de éstos y seguido a la población en estudio se le aplicó un cuestionario estandarizado sin entrevistador, y a los usuarios un cuestionario con entrevistador. El estudio concluyó que ambos grupos desarrollan un alto nivel de empatía y señala que las habilidades para atender con alegría que poseen los alumnos son sonreír permanentemente, optimismo, empatía y vocación profesional; en los profesionales están las habilidades de vocación profesional, buen sentido del humor y sonreír permanentemente. Se recomendó seguir fortaleciendo su entusiasmo por medio de su fe y autorrealización que han tenido hasta el momento para conservar sus lazos afectivos personales y profesionales y buenas relaciones interpersonales. Los estudios anteriores demuestran la importancia de los distintos enfoques de la empatía y su relación con el desempeño y rendimiento y autocontrol entre otros.

A continuación, se presentan términos y teorías de diferentes autores con el propósito de profundizar en el tema:

Empatía

Según López (2008) el Test de empatía cognitiva y afectiva la empatía es una importante habilidad que permite conocer los pensamientos, intenciones y emociones de los demás, así como compartir sus estados emocionales. Su evaluación reviste de gran importancia en los ámbitos clínico, educativo, social y organizacional.

Así mismo Baron (2005) define a la empatía como la capacidad de identificar las emociones y pensamientos de otra persona, para responder con una emoción apropiada. Además argumenta que la empatía es multifacética ya que involucra el aspecto cognitivo, afectivo y los componentes de la comunicación. El aspecto cognitivo (pensamientos), de manera que una persona puede tomar la perspectiva de la otra, y con esto, se puede ver el mundo desde otro punto de vista. Involucra el aspecto afectivo (sentimientos), ya que la persona que es empática, experimenta las emociones o siente las experiencias, de la otra. Comunicativamente, la persona empática muestra la comprensión e interés a través de su conducta tanto verbal como no verbal.

Por otro lado, Córdoba (2008), menciona nuevamente que la empatía es la capacidad de ponerse en el lugar del otro, entender las propias emociones y la forma de actuar. Agrega que la empatía es comprender, aunque no se comparta o se apruebe, las conductas y estilos de pensamiento de los demás. La idea que resalta es ser tolerantes ante las diferencias que se tienen con los demás. La manera más fácil de conocer los estados emocionales de las personas es a partir de lo externo, el rostro, los gestos, los comportamientos. Una vez que se identifican, se puede dar el paso de empatizar con ellos, recordando otras circunstancias propias en las que se haya sentido igual.

Con base a los conceptos anteriores es necesario mencionar que para que la empatía exista es esencial que se dejen a un lado los prejuicios, estereotipos o etiquetas de tal modo que se pueda tener una actitud comprensiva pero no de compasión frente a la circunstancia del otro. Consiste en el esfuerzo de carácter objetivo y racional para llevar a cabo un proceso de comprensión cognitiva y emocional

y otro factor importante es la confianza y proximidad entre las personas ya que de esto dependerá la comprensión y aceptación de los sentimientos y pensamientos del otro.

Por estas razones, es una de las herramientas que aprovechan los psicólogos en su tarea profesional para acercarse a sus pacientes o empleados. Por lo cual la empatía permite hacer referencia a la capacidad de todo ser humano para percibir la forma en que otro individuo percibe distintas experiencias. La manera más sencilla de sentir empatía por los demás es ser como ellos. El sentido de la afinidad puede aclarar situaciones a menudo difíciles y complejas. Dentro de una organización, las personas capaces de empatía no pierden tiempo discutiendo sobre lo que piensan los consumidores o lo que demuestra la investigación, sino que simplemente saben qué es lo que hay que hacer y lo hacen bien.

Desarrollo de la empatía

Märtin y Boeck (2007), afirman que la empatía, sólo puede atribuirse en parte a procesos básicos neurobiológicos; lo que se haga con ella a partir de ahí depende en gran medida de la educación que se haya recibido y del entorno cultural.

Estos autores indican que un grupo de psicólogos descubrieron luego de una investigación, que es de gran importancia para el desarrollo de la empatía, que ambos progenitores reaccionen con sensibilidad y de manera adecuada a las señales del niño. Un bebé sólo tiene una manera de comunicar muchas cosas: que tiene hambre, sed, que está mojado, que le duele algo, que está cansado, que se aburre y eso lo manifiesta llorando. De la capacidad de empatía de los padres, depende que esa señal se descifre de una manera correcta. En la medida que los padres malinterpreten los deseos y necesidades del bebé, este no aprende a distinguir unas emociones de otras. El estudio demostró como resultado que un tipo de educación que fomente el respeto, la delicadeza y la disposición al compromiso estimula la capacidad de empatía de los niños. Los niños que crecen y comprenden que todos los demás miembros de la familia tienen propias necesidades, cuando son adultos, pueden hacerse cargo del estado de

ánimo y de los deseos de los demás, de una mejor manera que los niños que crecen como el centro de atención de toda la familia.

Conceptos básicos relacionados con la empatía

Balart (2013) define tres conceptos que nos permitirán profundizar acerca de la empatía.

La Escucha activa se refiere a escuchar con atención lo que el otro dice en base a la comunicación verbal y no verbal como lo son: la mirada, tono de voz, postura, etc. Lo que nos dice que para que se pueda producir una verdadera escucha activa, es necesario tener una plena disposición a escuchar al otro lo que permite advertir de forma evidente los estímulos que nos llegan del exterior, por lo tanto la atención consciente se trata de qué quien escucha se centre de manera exclusiva en la otra persona durante un tiempo determinado, es decir, no pensar en nada, solo estar concentrado en lo que el otro está diciendo, teniendo real interés por todo lo que se escucha y a demás observarlo sin juzgarlo.

Nuestra mente a través del juicio clasifica, escoge, desecha, aprueba y desaprueba con sus propios parámetros los cuales se han ido construyendo desde la infancia producto de la educación, personalidad, experiencia, etc. Al juzgar, sin ser conscientes de ello, desconectamos de lo que el otro dice, dejamos de escucharle, pasamos de estar centrados en el diálogo exterior para conectar con nuestro diálogo interior (pensamientos, sentimientos, valores, expectativas, etc.) alejándonos de la posibilidad de ser empáticos. El otro concepto básico que menciona Balart (2013) es la comprensión, la cual es la actitud que surge de prestar atención plena e implica estar abiertos a explorar el mundo del otro para entender sus sentimientos y necesidades fundamentales. Por lo tanto, Balart (2013) enfatiza que comprender es ver naturalmente los actos y sentimientos de los demás, sin juicios, ni condenas, sino con la convicción de que cualquiera de nosotros podemos caer en lo mismo. “Las personas que en la infancia han sido nutridas afectivamente, porque han sido aceptadas, cuidadas y

queridas, tienen más capacidad para comprender a los demás, porque tienen menos miedo a que si lo hacen renuncien a sí mismas.”

Por último, menciona que la asertividad, se refiere a tener la capacidad para expresar o transmitir lo que se quiere, piensa, siente o necesita, sin incomodar, agredir o herir los sentimientos de la otra persona. Es valorar tanto la propia perspectiva como la del otro, sin sentirse amenazado por la diferencia, pero sí reforzado por la convicción de que, aunque se comprende al otro, se defiende también la propia postura y se busca desde el respeto una alternativa que beneficie a ambos o perjudique lo mínimo posible. Por ello la asertividad nos facilita respetar los diferentes puntos de vista y ser más tolerantes con quienes nos rodean.

La empatía vista desde la inteligencia emocional:

Hay que tener en cuenta que la empatía está incluida en la inteligencia emocional Bermejo (2003), señala que Goleman, define la inteligencia emocional como la capacidad de una persona de manejar una serie de habilidades estrechamente relacionadas con actitudes.

Por lo tanto, una persona con un nivel adecuado de inteligencia emocional, posee un nivel adecuado de empatía ya que es entonces una persona que maneja adecuadamente sus emociones y pensamientos sin necesidad de ofender o dañar de alguna manera a la otra persona.

Habilidades de la inteligencia emocional

Según Bermejo (2003), entre las habilidades emocionales se incluyen, la conciencia de uno mismo; la capacidad de identificar, expresar y controlar los sentimientos, de controlar los impulsos y posponer la gratificación, de manejar las sensaciones de tensión y de ansiedad; de conocer la diferencia entre los sentimientos y las acciones y la capacidad de tomar mejores decisiones emocionales, al controlar el

impulso de actuar e identificar las distintas alternativas de acción y posibles consecuencias.

Algunas de estas habilidades son personales, y otras son interpersonales, como la capacidad de interpretar adecuadamente los signos emocionales y sociales, habilidad de escuchar, la de resistirse a las influencias negativas, de asumir la perspectiva de los demás y comprender la conducta que resulte más apropiada a una determinada situación.

La empatía en el ámbito laboral:

Dentro del ámbito de las organizaciones, una aplicación muy interesante se encuentra en el tema del liderazgo. Los primeros estudios de (Bell y Hall, 1954) citados por Chaplin y (Cole 2005) señalaron que había una relación significativa entre la empatía y el liderazgo. Asimismo, estudios recientes han encontrado que las personas que obtienen altas puntuaciones de empatía son percibidas como líderes en mayor medida por sus compañeros.

Los autores indicaron 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 siendo este segundo factor fundamental para un buen liderazgo. En el proceso de selección de personal es esencial tomar este tipo de aspectos en cuenta claramente basado en el perfil de puestos de acuerdo a las tareas, funciones y responsabilidades de cada puesto de trabajo. De este modo también se evalúa la capacidad empática para favorecer una mejor comunicación entre los empleados y por tanto mejora su rendimiento y disminuye los accidentes laborales.

Además, la empatía puede mejorar el clima laboral de la empresa y esto a su vez podría contribuir a optimizar la toma de decisiones y mejorar la calidad del trabajo en equipo, así como todos los factores que se evalúen dentro del mismo. Por todo esto, la empatía es un aspecto a tener en cuenta para la presente investigación.

Es necesario mencionar la contraparte de las personas con alta capacidad empática la cual ha sido relacionada con un constructo importante dentro del campo de la salud laboral: el burnout o “síndrome del quemado” según este mismo estudio señalo que las personas que puntúan más alto en dimensiones como preocupación empática tenderían a desarrollar este síndrome en mayor medida. (Carlín y Garcés, 2010)

Antecedentes de la empatía en el ámbito laboral:

Pantnaik y Mortesen (2009) mencionaron que en la revolución de la información en el mundo de los negocios ha traído consigo la creación de numerosos y sofisticados “mapas” por los que las empresas se guían para recopilar información sobre las actividades, motivaciones y necesidades de sus clientes, tales como planes estratégicos, previsiones de ventas, informes de investigación, entre otros. Muchas organizaciones se han vuelto tan dependientes de ellos que han llegado a perder el sentido de la realidad y del contacto humano. Hoy es habitual ver a directivos sin experiencia de primera mano y sin conocimiento del terreno tomando decisiones de gran repercusión. Sin embargo, también menciona que los negocios se llevan a cabo en el mundo real: en las tiendas, en las calles y en las casas. Y cualquiera puede desarrollar su empatía pasando más tiempo en esos lugares. Sin un contacto personal con los clientes a los que sirven, las empresas carecen del contexto, de la inmediatez o de la experiencia que necesitan para adoptar las decisiones adecuadas.

Asimismo los autores resaltaron que sin esa empatía y sólo con el apoyo de datos abstractos, las organizaciones se encontrarán cada vez más desorientadas en el mercado, tal y como demuestra, por ejemplo, el auge y caída de la industria cafetera norteamericana. Tal y como mencionan los investigadores en la historia de los Estados Unidos acerca de la importancia de la empatía. En los años 50 se podía decir que EEUU era ya un país “adicto” al café. Sin embargo, justo en ese momento, cuando la demanda empezó a crecer, los proveedores sufrieron un duro golpe: a finales de julio de 1953 los precios se dispararon y los estadounidenses dejaron sentir su ira en forma de protestas en los restaurantes y de cartas de reclamación dirigidas a los directivos de las compañías cafeteras. Enfrentados a la falta de la variedad arábica del café, los

responsables de uno de los mayores proveedores de aquel momento, Maxwell House, decidieron recurrir a la variedad conocida como robusta, más barata, de peor calidad, pero resistente a los cambios climáticos. El proyecto consistía en añadir cierta cantidad de la robusta a la mezcla, pero sin llegar a alterar su sabor. Para asegurarse de no perder clientes a causa de esta medida de reducción de costes, la compañía llevó a cabo varios test con grupos de muestra en los que sus clientes probaban la nueva mezcla junto con la antigua, de pura arábica. Casi ninguno de ellos notaba la diferencia y Maxwell House decidió lanzar al mercado la nueva combinación. La apuesta por la robusta reportó unos beneficios inmediatos: la compañía dejó atrás a una competencia que pronto se vería obligada a seguirla, el precio del café se mantenía bajo y los consumidores estaban contentos.

Pero los resultados a corto plazo no garantizaban los que se cosecharían a largo plazo: la demanda seguía aumentando y la escasez de arábica persistían. A medida que pasaba el tiempo, Maxwell, se veía obligada a ir añadiendo cada vez más cantidad de robusta en su mezcla de café. Tras cada nuevo aumento se realizaban los oportunos test con el consumidor que, a su vez, seguía sin percatarse del cambio.

Este enfoque experimental, cimentado en los datos que se obtenían de los clientes, parecía ser el adecuado hasta que, en 1964, las ventas de café bajaron por primera vez en la historia de EEUU.

En un primer momento, las compañías no lograban comprender qué estaba pasando. Los test seguían confirmando la satisfacción de los consumidores de café de toda la vida, pero lo que ocultaban era mucho más importante: el relevo generacional entre ellos no se producía y, para los jóvenes, el café ya no ejercía ningún atractivo, especialmente si se comparaba con refrescos como *Coca-Cola* o *Pepsi*. En un período de tiempo relativamente corto, el café se había convertido en un negocio de crecimiento lento y márgenes cada vez más escasos.

Teniendo en cuenta que los grupos de muestra confirmaban la aceptación de su producto, los ejecutivos de las compañías cafeteras creían que el rechazo de los jóvenes sólo era explicable por la agresiva publicidad de los fabricantes de refrescos.

Su siguiente paso fue realizar fuertes inversiones en marketing para potenciar su atractivo, pero nada de lo que intentaron parecía capaz de invertir la tendencia. Es importante tener en cuenta que estos directivos tomaban sus decisiones apoyándose en datos con poca credibilidad.

Muchos estudios demostraban que los consumidores no querían pagar más por una taza de café y que no notaban la diferencia entre una mezcla sin granos de robusta y otra con ellos. Sin embargo, lo que no se podía deducir de estos estudios era una verdad obvia: el café sabía mal y la gente sí estaba dispuesta a pagar un poco más por su taza si las compañías les ofrecían una buena razón para hacerlo. El negocio del café permaneció en el marco de la reducción de costes y la adición de robusta durante décadas, hasta que alguien se decidió a cambiar las reglas.

Al parecer, el mercado para la variante arábica del café nunca desapareció por completo, sino que sobrevivió como nicho en pequeñas cafeterías ubicadas en centros urbanos y ciudades universitarias.

Un joven emprendedor llamado Howard Schultz visitó Italia a principios de los 80 y se convenció de que la gente pagaría más por un café espresso si la diferencia de calidad se les pusiera de manifiesto. De vuelta en EEUU, Schultz montó su propia cadena de cafeterías de servicio rápido o express, la famosa Starbucks, que ofrecía a sus clientes cafés de alta calidad y una experiencia única. Poco a poco, el éxito que iba cosechando obligó a la industria cafetera estadounidense a volver a utilizar puro arábigo.

Por lo tanto, podemos darnos cuenta como la experiencia de las compañías cafeteras norteamericanas ilustra lo insalvable que puede resultar un reto para cualquier gran organización que trate la información de manera simplificada. Una industria entera basó su futuro en lo que decían los estudios de mercado, a sabiendas de que degradaba la calidad del producto y confiada en que el cliente seguiría sin apreciar la diferencia. Su falta absoluta de cualquier empatía real con sus clientes le hizo perder el contacto con ellos y extraviarse completamente a causa de unos mapas erróneos.

La ciencia detrás de la empatía

Rizzolatti (2006) El sistema nervioso es una de las estructuras más complejas que posee el cuerpo humano y muchos de sus misterios todavía están por esclarecerse. A mediados de los 90, un grupo de científicos italianos descubrieron la existencia de las llamadas neuronas espejo, que se activan cuando un animal o una persona desarrolla la misma actividad que observa en sus semejantes. Por tanto, según Rizzolatti (2006) señala que todo lo que hacemos, vemos que hacen los demás o se nos describe para que lo hagamos pasa por las neuronas espejo, lo cual las hace fundamentales para el aprendizaje. Gracias a ellas, a nivel inconsciente podemos aprender con tan solo observar. “Tal vez el poder más fascinante de las neuronas espejo sea su capacidad para proporcionarnos, de manera tácita, información sobre otras personas ya que no solo nos ayudan a aprender mejor, sino que gracias a ellas podemos experimentar lo que viven los demás.” Por ejemplo, si alguien a nuestro lado bosteza también nos entran ganas de bostezar porque nuestras “neuronas espejo” nos ponen en su lugar; si alguien tropieza y cae corremos en su ayuda porque sentimos lo dolorosa que es la caída; si las personas a nuestro alrededor se ríen nos contagian esa risa, etc.

Sin embargo, las neuronas espejo tienen una gran limitación: necesitan impresiones sensoriales directas. Para entender lo que le puede estar sucediendo a una persona necesitamos verla cara a cara. Esto es algo que muchas empresas no tienen en cuenta: las oportunidades, o la falta de ellas, que tienen sus empleados de ponerse en el lugar de los demás, pensar, sentir y ver como ellos. Demasiadas organizaciones impiden que las “neuronas espejo” de su personal funcionen, al no permitir que les llegue la información necesaria. Una de las historias perfectas para explicar lo que se mencionó anteriormente nos la proporciona la compañía de calzado y ropa deportiva Nike. Esta empresa suele contratar a menudo a deportistas profesionales como diseñadores de su calzado deportivo. Uno de ellos fue Dave Schenone, corredor de larga distancia de San Francisco.

Desde que empezó a trabajar en Nike, Dave ha diseñado numerosos modelos para la compañía y le ha ayudado a mejorar su crecimiento gracias a su experiencia y

conocimiento de las necesidades de los atletas. Sin embargo, más que en diseñar, su verdadero trabajo consiste en comprender qué es lo que piensa y siente sobre el deporte el resto del mundo. Para poner a prueba sus instintos e ideas sobre el calzado deportivo, Dave pasa mucho tiempo con atletas adolescentes de todo el país. Acude a competiciones, a clases de gimnasia, reuniones de atletas, etc. También compra donde compran los adolescentes y algunas veces pasa el tiempo donde ellos suelen hacerlo. Dave hace todo esto porque sabe que, si Nike no llega a comprender lo que un joven de 16 años busca en la ropa deportiva, el negocio de la compañía se verá perjudicado a largo plazo.

En conclusión, podemos decir que la empatía fomenta el crecimiento, mejora la toma de decisiones y nos ayuda a evitar errores y faltas de juicio. Pero esto no es lo único. También nos proporciona lo que a muchos nos falta: un motivo para ir al trabajo cada día. Cuando la empatía nos une con la gente a la que le ofrecemos un servicio, inevitablemente notamos la mejora que esperamos para ella. La empatía ayuda a transformar trabajos en carreras y carreras en vocaciones. Cualquier empresa es capaz de ofrecer salarios más altos o mayores beneficios a sus empleados, pero eso no garantiza ni su compromiso ni su permanencia en el tiempo. Las organizaciones a las que las personas eligen para laboral por mucho tiempo sino es que el resto de sus vidas, son precisamente aquellas que ofrecen un sentido a sus vidas. Esta es la gratificación oculta que reciben quienes generan una empatía generalizada que es igual a crecimiento, tanto para las organizaciones como para las personas que trabajan en ellas.

Centro de llamado

Peiró (2006) afirma que un centro de llamado es el departamento de una empresa que desarrolla actividades de comunicación telefónica y que tiene el fin de establecer una relación interactiva con los otros departamentos de la empresa, entre los consumidores, usuarios y clientes, así como las funciones de marketing.

Vázquez (2003) La definición de Call center o Centro de llamado, por lo general, está dirigida al ámbito tecnológico, es decir, estructura, diseño de hardware y software

así como la funcionalidad que se brinda a través de los sistemas. Precisar qué es un Call Center va más allá de un sistema informático o tecnología de vanguardia; que si bien es cierto es importante para facilitar el trabajo humano, no es preponderante, debido a que el elemento humano que es quien interviene entre la información, las ventas y otros servicios que pueda ofrecer estas empresas, es decir los individuos interactúan dentro de los procesos y los mecanismos de acción.

Hollman (2005) establece que el promedio de tiempo que los agentes telefónicos trabajan en un Call Center es de un año y medio ya que por lo general son estudiantes que lo utilizan como un trabajo temporal. Es por ello que el tiempo de servicio de un agente telefónico influye en la motivación que posee ya que el trabajo es desgastante por la cantidad de llamadas que reciben a diario y el tiempo que tienen para contestarlas.

La jornada de trabajo

El Código de trabajo, Artículo 116. (2013) indica que la jornada ordinaria de trabajo efectivo mixto no puede ser mayor de 7 horas diarias, ni exceder un total de 42 horas a la semana. La jornada mixta es aquella que abarca parte del periodo diurno y parte del periodo nocturno. Es importante mencionar esto ya que la mayoría de empleados que trabajan para un centro de llamado lo ven desde el punto de vista que se les paga por hora y por la cantidad de llamadas y no por la calidad de las llamadas. El tiempo que tiene un valor alto para los empleados debido a su importancia en el sentido que ese tiempo le permitiría dormir, relacionarse con la familia y los amigos y participar en diferentes acontecimientos sociales, etc. Por lo tanto si los empleados sienten un abuso o deterioro físico o emocional debido a la jornada de trabajo y la empresa no lo está incentivando de manera adecuada con recursos no monetarios puede ser un factor por el cuál también disminuya su empatía en la recepción de llamadas telefónicas de atención al cliente.

Con base a la investigación anterior resaltamos nuevamente la importancia de la empatía sobre todo en los centros de llamado donde la afluencia de clientes externos que se atienden es bastante alta y en donde se debería tener como meta primordial un

servicio de respeto y tolerancia hacia ellos aunque como ya se vio en un estudio la empatía también aumenta el desgaste laboral de los empleados por lo tanto es necesario ponernos en el lugar del otro pero no tomarnos los conflictos que puedan surgir de manera personal como por ejemplo el tono de voz, cierta jerga de palabras que dependiendo de cada cultura no están acostumbrados ya que la mayoría de estos centros de llamado atienden a clientes, en la mayoría de los casos de otro país. Por lo tanto, su manera de pensar y de expresarse puede variar hasta un 100%.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La industria de centro de llamado en Guatemala es una de las áreas de servicio más desarrolladas y estructuradas en nuestro país, siendo en la actualidad uno de los principales generadores de divisas, por concepto de emisión o recepción de llamadas, así como una de las principales fuentes de empleo directo, para jóvenes que se encuentran entre los 18 y 25 años de edad en su mayoría.

El objetivo de un Centro de llamado es prestar atención personalizada al cliente que permita obtener información y disminuir el tiempo de espera, así como tener siempre una buena actitud con el cliente ya que su misión es brindar la información que necesita el cliente de la manera más amable y productiva posible para lograr solucionar las dudas, problemas o reclamos que se requieran realizar o resolver durante la llamada.

Debido a su dinámica y funcionamiento, desde siempre, la empatía cognitiva y afectiva es muy importante de percibir y de establecerse como base fundamental en el comportamiento de los empleados hacia los clientes en especial en centros de llamado donde es esencial ponerse en el lugar de la otra persona para poder prestar el mejor servicio tomando en cuenta distintos aspectos sociales y culturales así como el lenguaje y la forma de expresarse ya que depende del servicio que los agentes le brinden a los clientes para la venta de los productos o el requerimiento de los servicios y la atención que ofrece la empresa por lo que se desea verificar el nivel de empatía cognitiva y afectiva que tienen los empleados.

Por lo tanto, para lograr la atención requerida por el cliente es necesario el constante control hacia los empleados el trato que se les brinda a los clientes como factor importante dentro del adecuado desempeño de los empleados, debido a esto en la presente investigación se realiza la siguiente pregunta: ***¿Qué nivel de empatía cognitiva y afectiva poseen los empleados de una cuenta en español y los empleados de una cuenta en inglés de la jornada mixta en un centro de llamado?***

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo general

Determinar el nivel de empatía cognitiva y afectiva tanto del grupo de empleados que pertenecen a una cuenta en español como a los que pertenecen a una cuenta en inglés, ambos grupos pertenecientes a una jornada mixta.

2.1.2 Objetivos específicos

Establecer el nivel de empatía cognitiva y afectiva de ambos grupos, con base en:

- adopción de perspectivas
- comprensión emocional
- estrés empático
- alegría empática.

2.3 Variables

- Empatía

2.4 Definición de variables

2.4.1 Definición conceptual

Bettoni (2006) define la empatía como la capacidad de comprender y responder a las experiencias únicas del otro. Esta se construye sobre la conciencia y conocimiento de uno mismo. Mientras más abierto se esté a las propias emociones, más habilidad se adquiere para interpretar sentimientos ajenos.

2.4.2 Definición operacional

Empatía, es la capacidad para ponerse auténticamente en el lugar del otro y ver el mundo desde el punto de vista de otra persona. Transmitir al cliente lo que estoy

sintiendo y pensando al respecto según sus necesidades comprenderlo realmente y ser positivo y tolerante.

2.5 Alcances y límites

La presente investigación abarcó a los empleados de un Centro de llamado de la jornada mixta de servicio al cliente, para indicar y establecer los niveles de empatía cognitiva y afectiva de una cuenta en inglés y una cuenta en español. La limitante de la investigación se encontró en la falta de tiempo de los empleados para realizar el Test TECA.

2.6 Aporte

La realización de esta investigación tuvo como principal aporte beneficiar a la empresa y a sus empleados ya que se identificó el nivel de empatía lo cual podría ayudar a reforzar los niveles de empatía cognitiva y afectiva de los empleados de ambas cuentas asimismo, ayudar a mejorar la calidad de las llamadas y por lo tanto también la relación de agente y cliente. Por otro lado esta investigación también va dirigida a profesionales y estudiantes que consideren conveniente evaluar la empatía y así informarse más acerca de este tema con el propósito de mejorar o aportar nuevos estudios laborales o educativos en Guatemala

III. MÉTODO

3.1 Sujetos

La investigación se realizó con empleados de un centro de llamado de una empresa multinacional con más 100 sucursales en 10 países. El estudio se realizó con una muestra perteneciente a la sucursal en Guatemala de la zona 9, los cuales estaban divididos en dos grupos: Uno de ellos pertenecía a la cuenta en español y el otro a la cuenta inglés. Se tomaron a 50 empleados como muestra al azar 26 pertenecientes a una cuenta en inglés y 24 a una cuenta en español, hombres y mujeres, de cada grupo siendo 50 empleados la muestra total, entre edades de 18 a 33 años de edad.

3.2 Tabla sujetos pertenecientes a cuenta en inglés según género y edad.

Variable	Sujetos	Porcentaje
Hombres	18	72%
Mujeres	7	28%
De 18 a 23 años	10	40%
De 25 a 33 años	15	60%

3.2 Tabla de sujetos pertenecientes a una cuenta en español según género y edad.

Variable	Sujetos	Porcentaje
Hombres	14	56%
Mujeres	11	44%
De 18 a 23 años	9	36%
De 24 a 33 años	19	64%

3.2 Instrumento:

Se utilizó el Test TECA (Test de Empatía Cognitiva y Afectiva) elaborado por López (2008), el cual es un instrumento de evaluación de la empatía, en sujetos adultos, formado por 33 elementos que presentan adecuadas garantías psicométricas.

Este test proporciona información tanto de los componentes cognitivos como afectivos de la empatía por medio de cuatro escalas: Adopción de perspectivas (indica la facilidad para la comunicación, tolerancia y las relaciones interpersonales), Comprensión emocional (capacidad de reconocer y comprender los estados emocionales, intenciones e impresiones de los otros), Estrés empático (capacidad de compartir emociones negativas de otra persona) y Alegría empática (capacidad de compartir emociones positivas de otra persona). De las cuales únicamente se valoraron dos de ellas adopción de perspectivas y comprensión emocional, además ofrece una puntuación total de empatía. La prueba se aplica de manera individual o colectiva, a personas desde 16 años y tiene una duración entre 5 y 10 minutos.

3.3 Tabla de encabezado de hoja de respuestas:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Neutro	Algo de acuerdo	Totalmente de acuerdo

3.4 Procedimiento:

Se realizaron los siguientes pasos:

- Se aprobó el tema a investigar por el departamento de Psicología.
- Se procedió a solicitar la aprobación por parte del centro de llamado seleccionado.

- Se eligió una muestra aleatoria de la población de una cuenta en inglés y otra en español.
- Se eligió el instrumento adecuado para la investigación el cual cumpliera con todos los estándares de confiabilidad y validez.
- Se realizó un plan de aplicación del instrumento aprobado donde se indicaba los días, la hora y el tiempo en que fueron evaluados.
- Se aplicó el instrumento de manera colectiva en presencia del investigador y del supervisor de cada cuenta y en distinto día y horario separando a la población seleccionada en una habitación designada por el centro de llamado.
- Se calificaron y tabularon las hojas de respuestas con base al baremo del instrumento, en puntuaciones percentiles y por medio de la escala de likert la cual tiene una puntuación de 1 a 5. Siendo 1 totalmente en desacuerdo hasta 5 totalmente de acuerdo.
- Se analizaron los resultados obtenidos y se elaboraron conclusiones y recomendaciones con base a ellos.
- Se verificaron y listaron las referencias bibliográficas de toda la investigación, por medio de autores de libros y de tesis que apoyaran de alguna manera al presente estudio.
- Se elaboró el informe final.

3.4 Tipo de investigación, diseño y metodología:

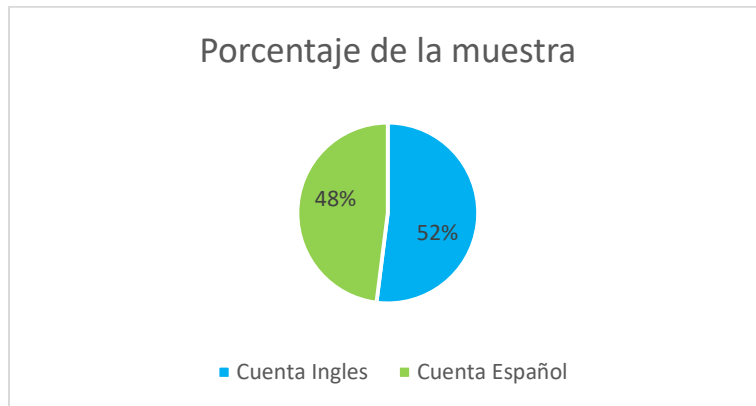
La presente investigación es de tipo descriptiva. Este tipo de investigación examina y analiza la conducta humana, personal y social, en condiciones naturales, en distintos ámbitos y busca la resolución de algún problema o alcanzar una meta del conocimiento. Para la recolección de los datos evaluados y sus resultado se utilizó el test TECA . Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), este tipo de investigación tiene como propósito saber cómo se puede comportar una variable conociendo el comportamiento de otras que están relacionadas, donde se miden dos o más variables que se desea conocer y si están o no relacionadas con el mismo sujeto. Se utilizo la metodología

estadística de las medidas de tendencia central: media, mediana, moda además de la T de student para muestras independientes con el apoyo de Excel. Para estos autores estas medidas son valores medios o centrales de una distribución que sirven para ubicarla dentro de la escala de medición.

IV. Presentación y Análisis de resultados

A continuación, se presentan los resultados estadísticos de las diferentes variables y la interpretación de los mismos.

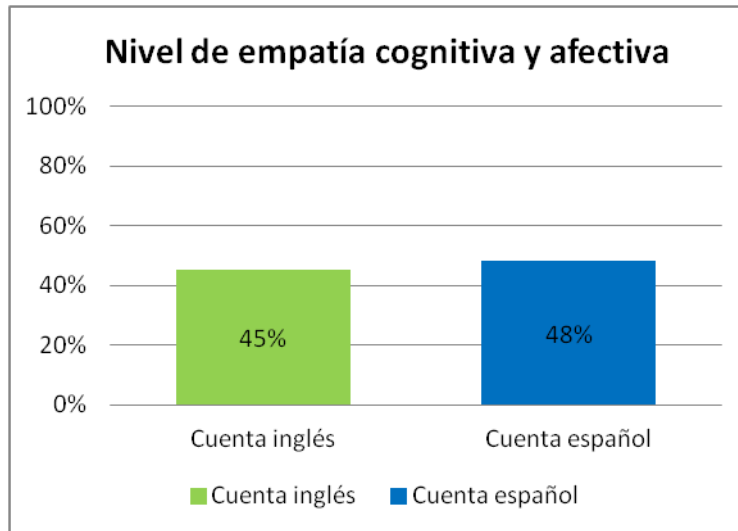
Gráfica No 4.1



Base: 26 sujetos de cuenta en español y 24 sujetos de cuenta en inglés.

En la gráfica anterior se puede observar el 52% representa a un total de 26 empleados de la muestra de los agentes de servicio al cliente que permanecen a una cuenta en inglés y el otro 48% representan a 24 empleados de servicio al cliente que pertenecen a la cuenta en español.

Gráfica No.2

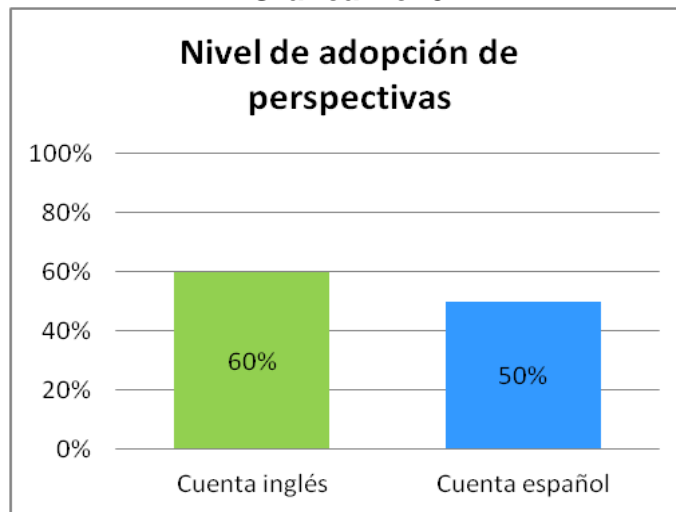


Base: 26 sujetos de cuenta en español y 24 sujetos de cuenta en inglés.

La gráfica anterior representa la puntuación de una de las escalas de empatía y se puede ver que el grupo de agentes de servicio al cliente de la cuenta en inglés obtuvo una puntuación de 45% por lo tanto el grupo tiene un nivel de significación "MEDIA" y así mismo los agentes de servicio al cliente de la cuenta en español obtuvo una puntuación de 48% con un nivel de significación "MEDIA".

Dichos resultados se obtuvieron mediante la tabulación de las respuestas adquiridas en el test TECA contestado por los agentes de servicio al cliente pertenecientes a una cuenta en inglés y otro grupo de una cuenta en español como se muestra en las gráficas anteriores para luego graficar el nivel de empatía que poseen los empleados.

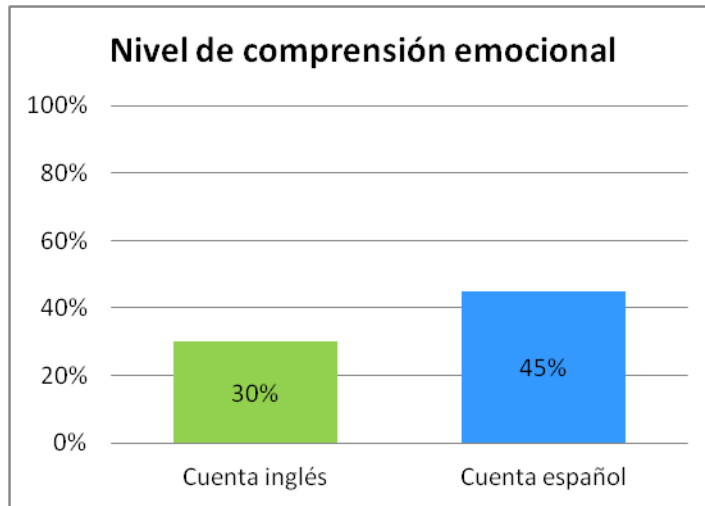
Gráfica No. 3



Base: 26 sujetos de cuenta en español y 24 sujetos de cuenta en inglés.

La gráfica anterior representa la puntuación de una de las escalas de empatía y se puede ver que el grupo de agentes de la cuenta en inglés obtuvo una puntuación de 60% por lo tanto el grupo tiene un nivel de significación "ALTA" de adopción de perspectivas y por otro lado el agente de servicio al cliente de la cuenta en español obtuvo una puntuación de 50% con un nivel de significación "MEDIA".

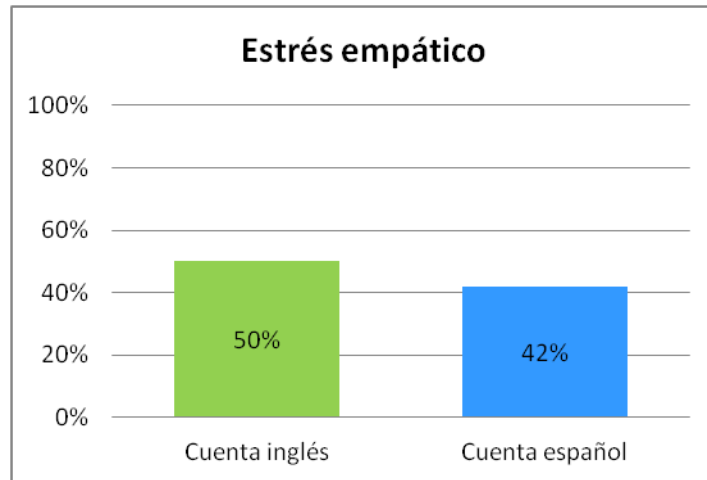
Gráfico No.4



Base: 26 sujetos de cuenta en español y 24 sujetos de cuenta en inglés.

La gráfica anterior representa la puntuación de una de las escalas de empatía y se puede ver que el grupo de agentes de servicio al cliente de la cuenta en inglés obtuvo una puntuación de 30% por lo tanto el grupo tiene un nivel de significación "EXTREMADAMENTE BAJO" de comprensión emocional y por otro lado los agentes de servicio al cliente de la cuenta en español obtuvieron una puntuación del 45% con un nivel de significación "MEDIA".

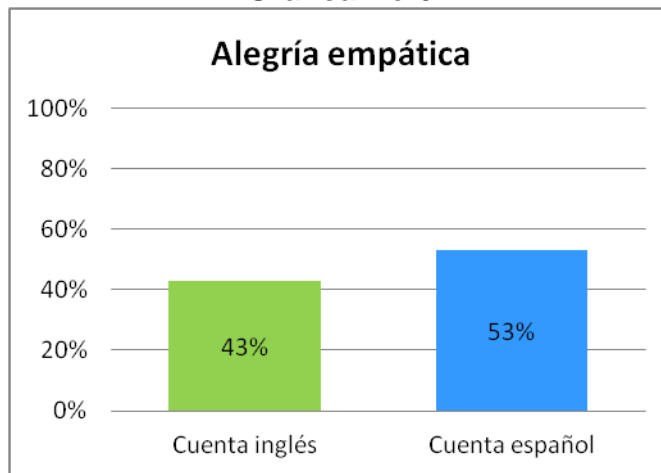
Gráfico No.5



Base: 26 sujetos de cuenta en español y 24 sujetos de cuenta en inglés.

La gráfica anterior representa la puntuación de una de las escalas de empatía y se puede ver que el grupo de agentes de servicio al cliente de la cuenta en inglés obtuvo una puntuación de 50% por lo tanto el grupo tiene un nivel de significación "MEDIA" de estrés empático y por otro lado los agentes de servicio al cliente de la cuenta en español obtuvieron una puntuación del 42% con un nivel de significancia "BAJO".

Gráfica No.6



Base: 26 sujetos de cuenta en español y 24 sujetos de cuenta en inglés.

La gráfica anterior representa la puntuación de una de las escalas de empatía y se puede ver que el grupo de agentes de servicio al cliente de la cuenta en inglés obtuvo una puntuación de 43% por lo tanto el grupo tiene un nivel de significación "BAJO" de estrés empático y por otro lado los agentes de servicio al cliente de la cuenta en español obtuvieron una puntuación del 53% con un nivel de significación "MEDIA".

V. Discusión de resultados

En la presente investigación fueron evaluadas 50 personas pertenecientes a dos grupos: un grupo de una cuenta en inglés y el otro de una cuenta en español con el objetivo de determinar el nivel de empatía cognitiva y afectiva. Con base a los resultados del test se determinó con un porcentaje menor al 50% Lo cual tiene un nivel de significancia "MEDIA". Una de las razones de estos resultados podría ser a que los empleados de este centro de llamado no son motivados a tener una mayor empatía con los clientes y podría causar repercusiones en cuanto a la satisfacción del servicio que presta al agente durante la llamada. Esto lo confirma Castillo (2012) quien concluyó que los estudiantes practicantes de psicología clínica poseen un nivel alto de empatía lo cual favorece el éxito terapéutico, y además, la satisfacción profesional del terapeuta.

Debido a que ambas investigaciones tuvieron contacto directo y constante con personas/clientes se resalta que a mayor empatía mejor será el servicio que brindarán ya que estando en el lugar de la otra persona se ven las cosas desde un punto de vista totalmente ajeno al propio por lo tanto sí el nivel de empatía de los empleados de la cuenta en inglés y los empleados de la cuenta en español aumentan se velaría de mejor manera el bienestar y satisfacción de los clientes durante las llamadas.

Por otro lado Zamora (2014) Concluyó de acuerdo a los resultados obtenidos de su estudio que si existe una relación estadísticamente significativa entre las variables de autocontrol y empatía. La correlación es positiva y moderada, por lo tanto, se puede afirmar que, a mayor autocontrol, mayor empatía en los sujetos.

Este estudio confirma que la empatía y el autocontrol van encaminados hacia una misma dirección lo que quiere decir que mientras más comprensivos y tolerantes se muestren las personas a necesidades ajenas a ellos les será más fácil resolver los conflictos o inconformidades que puedan surgir sin dejarse llevar por las emociones y evitar la impulsividad que pueda sentirse durante el proceso de la llamada.

Luego López y Fernández (2010) mostraron en base a los resultados de su investigación que los componentes afectivos de la empatía no se ven afectados por la edad, pero sí los componentes cognitivos, cuyos niveles son menores en los grupos de

mayor edad que en aquellos más jóvenes. Esta investigación nos brinda una visión clara de cómo los empleados del centro de llamado del presente estudio de cómo los factores cognitivos y afectivos, en este caso, la adopción de perspectivas y la comprensión emocional se podría ver afectada por la edad.

Por otro lado, Garaigordobil y Maganto (2010) abordaron un estudio en el cual los resultados confirmaron que las mujeres tienen puntuaciones superiores de empatía en todas las edades, durante la infancia la empatía no aumenta y durante la adolescencia se confirma un incremento con la edad pero únicamente en las mujeres; utilizan más estrategias de resolución de conflictos positivas-cooperativas y los hombres más agresivas; el uso de estrategias positivas-cooperativas no aumenta con la edad; y se confirmaron correlaciones positivas entre empatía y resolución de conflictos cooperativa, y negativas con resolución agresiva; las variables predictivas de la empatía son: ser mujer, utilizar muchas estrategias de resolución positivas-cooperativas de conflictos y poco agresivas. La investigación anterior permite concluir que las mujeres tienen nivel superior en la capacidad de empatía y de resolución de conflictos, pero no se observan importantes cambios evolutivos. En contraste en la presente investigación no se evaluó la empatía según género o edad pero podrían ser parámetros predictivos en la conducta que pudieran ayudar de alguna manera en la implementación de programas que incluyan actividades para fomentar la empatía y verificar si inciden positivamente en la capacidad de resolución cooperativa de conflictos entre compañeros o agentes de servicio al cliente y así mismo aumentar la empatía entre agente y cliente o subordinados y jefes.

Por último, Uribe (2004) concluyó que ambos grupos evaluados, enfermeros profesionales y estudiantes desarrollan un alto nivel de empatía y señala que las habilidades para atender con alegría que poseen los alumnos son sonreír permanentemente, optimismo, empatía y vocación profesional; en los profesionales están las habilidades de vocación profesional, buen sentido del humor y sonreír permanentemente. Como se puede ver en los estudios y en comparación con el presente estudio resaltan la importancia de fortalecer la empatía en las organizaciones y promover a los empleados su motivación y autorrealización para conservar sus lazos

afectivos personales, profesionales y de esa manera se formen buenas relaciones interpersonales con los clientes, compañeros de trabajo y jefes. Y de esta manera exista una mejor sinergia de trabajo para un óptimo desempeño.

VI. Conclusiones

A continuación se presentan las conclusiones producto del estudio de nivel de empatía cognitiva y afectiva de la cuenta en inglés y una cuenta en español y una cuenta en la jornada mixta de un centro de llamado de atención al cliente:

- Los agentes de servicio al cliente de una cuenta en español y los agentes de servicio al cliente de una cuenta en inglés poseen un nivel de significancia “media” de empatía cognitiva y afectiva, lo que significa que sus habilidades de comunicación, tolerancia, flexibilidad y relaciones interpersonales en el ámbito laboral no son altos, ni bajos, sino que se encuentra en un punto medio.
- En la cuenta de inglés su nivel de “adopción de perspectivas” es del 60% lo que quiere decir que su valor de significancia es “alto” y en la cuenta en español es del 50% con un nivel de significancia de empatía “media” lo que representa que el nivel de adopción de perspectiva es más elevado que en la cuenta en español. Por lo tanto significa que tienen mayor capacidad para tomar decisiones según las necesidades del cliente.
- En la cuenta en español el nivel de “comprensión emocional” es del 45% lo que quiere decir que su valor de significancia es “media” lo que representa que tienden a tener una mayor regulación de sus emociones y la cuenta en inglés tiene un 30% lo que equivale a “bajo” y representa que grupo de agentes tiene, en base a estos resultados, dificultad en comprender y reconocer las intenciones y emociones de otros.
- En la cuenta en español el nivel de “alegría empática” es del 42% lo que quiere decir que su valor de significancia es “media” lo que representa que tienden a tener una dificultad para compartir emociones positivas con otros y la cuenta en inglés tiene un 50% lo que equivale a “media” y representa que grupo de agentes tiene, en base a estos resultados, un punto neutro en demostrar y sentir en los demás expresiones positivas de apoyo durante la llamada telefónica.

- En la cuenta en inglés el nivel de “estrés empático” es del 43% lo que quiere decir que su valor de significancia es “bajo” lo que quiere decir que no tienen capacidad para compartir emociones negativas con otras personas lo cual en este caso es bueno y la cuenta en inglés tiene un 53% lo que equivale a “media” y representa que este grupo de agentes telefónicos son más propensos a desarrollar enojo, ira, frustración y todo tipo de emociones negativas que se puedan dar durante un conflicto.

VII. Recomendaciones

A continuación se presentan las recomendaciones tomando como base las conclusiones.

- Evaluar constantemente a los empleados de empatía cognitiva y afectiva retroalimentarlos conforme a resultados y así evitar que este puede ser un factor que les afecta en su desempeño laboral.
- Realizar actividades dinámicas e informativas acerca de la importancia que tiene la tolerancia, comunicación y comprensión de agentes telefónicos y clientes del establecimiento y así aumentar su nivel de adopción de perspectivas y comprensión emocional en la cuenta de inglés y español.
- Fortalecer la cultura organizacional de la empresa de manera que los empleados se sientan más integrados y puedan tener empatía entre empleados asimismo con los clientes.
- Ampliar la variedad de estudios y de variables acerca de la empatía, evaluar a más profundidad este tema por ejemplo la edad, tiempo que tiene en la empresa, cultura, si los sujetos trabajan o estudian o si realizan ambas actividades y si estos factores pueden influir en aumentar o disminuir la empatía principalmente en los empleados de las empresas que trabajan en servicio al cliente.

VIII. Referencias

- Alexander, J. (2005). *El libro de la tormenta*. España: Universidad de Sevilla.
- Arias, M. y Caballeros, H. (2014). *Guía para realizar el trabajo de graduación*. Universidad Rafael Landívar: Guatemala.
- Balart, M. (2007). *Claves del poder personal* .La empatía la clave para conectar con los demás. Disponible en:http://www.gref.org/nuevo/articulos/art_250513.pdf
- Baron, S. (2005). *La gran diferencia: cómo son realmente los cerebros de hombres y mujeres*. España: Editorial Amat, S.L.
- Bermejo, J. (2003). *Qué es humanizar la Salud*. España: Editorial San Pablo.
- Bettoni, R. (2006). *Armonía emocional*. España: Editorial Fin de Siglo.
- Castillo, P. (2012). *Nivel de empatía de los estudiantes practicantes de psicología clínica (estudio realizado con estudiantes practicantes de licenciatura en Psicología Clínica de la Universidad Rafael Landívar y Mariano Gálvez)*. Universidad Rafael Landívar. Tesis inédita: Guatemala.
- Chaplin, T. y Cole, P. (2005). Capítulo 3: *The Role of Emotion Regulation in the Development of Psychopathology (pp. 49-74)*. *Development of psychopathology: A vulnerability-stress perspective*. Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.
- Carlín, M. y Garcés, E. (2010). *El síndrome de burnout: evolución histórica desde el contexto laboral al ámbito deportivo*, *Anales de Psicología*, vol. 26, 168-180.

Código de Trabajo. (2010). *Derecho laboral – Legislación*. Guatemala Centro Nacional de Análisis y Documentación Judicial CENADOJ. Guatemala

Córdoba, P. (2008). *Dinámicas para aprender Empatía*. www.eliceo.com/juegos-y-dinamicas/dinamicas-para-aprender-empatia.html#more-783

De León, M. (2012). *Empatía y asertividad en los estudiantes de Psicología*. Universidad Mariano Gálvez: Guatemala.

Díaz, V. (2014) *Empatía en estudiantes de enfermería de la Universidad Mayor*. Universidad de Málaga: España.

Garaigordobil, M. (2006). *Relevancia de la empatía en el desarrollo de la personalidad durante la infancia y la adolescencia*. www.cop.es/infocop/vernumero.asp?id=1360

Garaigordobil, M. y Maganto, C. (2010). *Empatía y Resolución de conflictos durante la infancia y la adolescencia*. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3756312>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010) *Metodología de la Investigación* (5ª Ed.) México: McGraw-Hill

Hollman, L. (2005). *Supplying Satisfying Solutions*. Estados Unidos: Call Center Magazine, products and strategies for evolving customer interaction center.

Jiménez, L. (2009). *Relación del control emocional con el desempeño laboral en una empresa distribuidora de productos de belleza*. Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

López, B. (2008). *TECA (Test de Empatía Cognitiva y Afectiva)*. España: Edición: TEA

López, B. y Fernández, I. (2010). *Diferencias de edad en empatía desde la adolescencia hasta la tercera edad*. (Homepage). Recuperado de: www.ucm.es/info/seas/Revista/indices/v16-2_ind.htm

Martin, D. y Boeck, K. (2007). *EQ Qué es la inteligencia emocional*. (9ª Edición) España: Editorial Edaf.

Mugny, G. (1998). *Psicología Social del desarrollo cognitivo*. Barcelona: Anthropos.

Rizzolatti, G (2006). *Las neuronas espejo: los mecanismos de la empatía emocional*. España: Paidós Ibérica.

Oliva, A. (2001). *Guía para la elaboración de tesis*. Universidad Rafael Landívar. Facultad de Humanidades: Guatemala.

Tipos de empatía. (2015). Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/176534224/Tipos-de-Empatia>

Patnaik, D y Mortensen, P. (2009) *Generar empatía*. España: Editorial: Financial Times Press.

Peiró, F. (2006). *Clienting para Pymes*. Argentina: Grupo Daión.

Piccini, P. y Robertazzi, M. (2009). *La Práctica del Voluntariado: Experiencias en Contextos de precariedad*. Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina.

Quezada, M. (2012). *Síndrome de desgaste por empatía en trabajadores voluntarios de un asilo de ancianos de la ciudad de Guatemala*. Universidad Rafael Landívar. Tesis inédita: Guatemala.

Uribe, C. (2004). *La práctica de la empatía por parte de alumnos y profesionales de enfermería para atender(se) con alegría. Un enfoque holístico de la profesión*. Tesis inédita. Universidad Austral. Facultad de Medicina. Chile.

Vázquez, J. (2003). *Call center*. Disponible en:<http://www.gestiopolis.com/search/call+center/>

Zamora, A. (2014). *Correlación entre empatía y autocontrol en un grupo de maestras de un colegio privado para señoritas*. Universidad Rafael Landívar. Tesis inédita: Guatemala.

ANEXOS

FICHA TÉCNICA

TEST TECA

NOMBRE: Test de Empatía Cognitiva y afectiva (2008)

PROCEDENCIA: Universidad del Valle de Guatemala

APLICACIÓN: Individual y colectiva

ÁMBITO DE APLICACIÓN: Adolescentes a partir de 16 años y adultos

FINALIDAD: Apreciación de la capacidad empática desde una aproximación cognitiva y afectiva.

ÁREAS:

- Adopción de perspectivas
- Comprensión emocional
- Estrés empático
- Alegría empática

BAREMACIÓN: P y Percentiles

MATERIALES: Folleto

ELABORADO POR: B. López Pérez, I. Fernández Pinto. (2008)

TECA

Nombre _____

Sexo

V

M

Edad

Fecha

____ / ____ / ____

Las siguientes frases se refieren a sus sentimientos y pensamientos en una variedad de situaciones. Indique cómo le describe cada situación eligiendo la puntuación de 1 a 5 como se indica a la derecha. Cuando haya elegido su respuesta, **rodee con un círculo** el número correspondiente. Lea cada frase cuidadosamente antes de responder. Conteste honestamente con lo que más se identifique, ya que no hay respuestas correctas o incorrectas. No deje ninguna frase sin contestar.

- ① **Totalmente en desacuerdo**
- ② **Algo en desacuerdo**
- ③ **Neutro**
- ④ **Algo de acuerdo**
- ⑤ **Totalmente de acuerdo**

1	Me resulta fácil darme cuenta de las intenciones de los que me rodean.	1	2	3	4	5
2	Me siento bien si los demás se divierten.	1	2	3	4	5
3	No me pongo triste sólo porque un amigo lo esté.	1	2	3	4	5
4	Si un amigo consigue un trabajo muy deseado, me entusiasmo con él.	1	2	3	4	5
5	Me afecta demasiado ver programas de televisión donde se muestran los problemas de otras personas.	1	2	3	4	5
6	Antes de tomar una decisión intento tener en cuenta todos los puntos de vista.	1	2	3	4	5
7	Rara vez reconozco cómo se siente una persona con sólo mirarla.	1	2	3	4	5
8	Me afecta poco escuchar desgracias sobre personas desconocidas.	1	2	3	4	5
9	Me pone contento ver que un amigo nuevo se encuentra a gusto en nuestro grupo.	1	2	3	4	5
10	Me es difícil entender cómo se siente una persona ante una situación que no he vivido.	1	2	3	4	5
11	Cuando un amigo se ha portado mal conmigo intento entender sus motivos.	1	2	3	4	5
12	A menos que se trate de algo muy grave, me cuesta llorar con lo que les sucede a otros.	1	2	3	4	5
13	Reconozco fácilmente cuándo alguien está de mal humor.	1	2	3	4	5
14	No siempre me doy cuenta cuando la persona que tengo al lado se siente mal.	1	2	3	4	5
15	Intento ponerme en el lugar de los demás para saber cómo actuarán.	1	2	3	4	5
16	Cuando a alguien le sucede algo bueno siento alegría.	1	2	3	4	5
17	Si tengo una opinión formada no presto mucha atención a los argumentos de los demás.	1	2	3	4	5
18	A veces sufro más con las desgracias de los demás que ellos mismos.	1	2	3	4	5
19	Me siento feliz sólo con ver felices a otras personas.	1	2	3	4	5
20	Cuando alguien tiene un problema intento imaginarme cómo me sentiría si estuviera en su situación.	1	2	3	4	5
21	No siento especial alegría si alguien me cuenta que ha tenido un golpe de suerte.	1	2	3	4	5
22	Cuando veo que alguien recibe un regalo no puedo reprimir una sonrisa.	1	2	3	4	5
23	No puedo evitar llorar con los testimonios de personas desconocidas.	1	2	3	4	5
24	Cuando conozco gente nueva me doy cuenta de la impresión que se han llevado de mí.	1	2	3	4	5
25	Cuando mis amigos me cuentan que les va bien, no le doy mucha importancia.	1	2	3	4	5
26	Encuentro difícil ver las cosas desde el punto de vista de otras personas.	1	2	3	4	5
27	Entender cómo se siente otra persona es algo muy fácil para mí.	1	2	3	4	5
28	No soy de esas personas que se deprimen con los problemas de los demás.	1	2	3	4	5
29	Intento comprender mejor a mis amigos mirando las situaciones desde su perspectiva.	1	2	3	4	5
30	Me considero una persona fría porque no me conmuevo fácilmente.	1	2	3	4	5
31	Me doy cuenta cuando las personas cercanas a mí están especialmente contentas sin que me hayan contado el motivo.	1	2	3	4	5
32	Me resulta difícil ponerme en el lugar de personas con las que no estoy de acuerdo.	1	2	3	4	5
33	Me doy cuenta cuando alguien intenta esconder sus verdaderos sentimientos.	1	2	3	4	5

