



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**EVALUACIÓN DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN EL LIDERAZGO
COMERCIAL DE LAS EMPRESAS DE CONSUMO MASIVO DE
GUAYAQUIL**

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Licenciado en Administración de
Empresas.

AUTORES:

SUÁREZ FLORES KARLA EDITH

CAMPOVERDE FLORES SAMANTHA MICHELLE

TUTOR:

LILIANA ELIZABETH AGUIRRE GONZÁLEZ, MGS.

Guayaquil -Ecuador

2024

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros, Karla Edith Suárez Flores, con documento de identificación N° 0927644740 y Samantha Michelle Campoverde Flores, con documento de identificación N° 0931785588; manifestamos que:

Somos los autores y responsables del presente trabajo; y, autorizamos a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

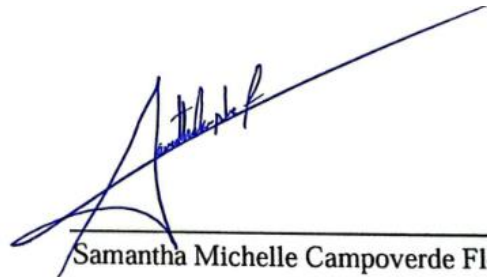
Guayaquil, 14 de marzo del 2024

Atentamente,



Karla Edith Suárez Flores

0927644740



Samantha Michelle Campoverde Flores

0931785588

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

Nosotros, Karla Edith Suárez Flores, con documento de identificación N° 0927644740 y Samantha Michelle Campoverde Flores, con documento de identificación N°0931785588, expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Artículo Académico: “Evaluación de la Inteligencia Emocional en el Liderazgo Comercial de las Empresas de Consumo Masivo De Guayaquil”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Administración de Empresas, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribimos este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

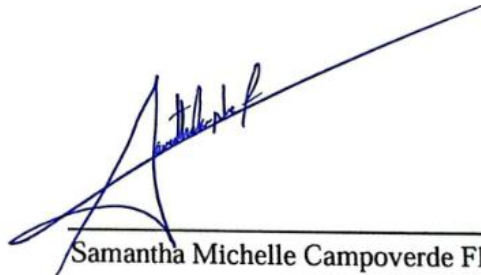
Guayaquil, 14 de marzo del 2024

Atentamente,



Karla Edith Suárez Flores

0927644740



Samantha Michelle Campoverde Flores

0931785588

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Liliana Elizabeth Aguirre González con documento de identificación N° 0916234958, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: “Evaluación de la Inteligencia Emocional en el Liderazgo Comercial de las Empresas de Consumo Masivo De Guayaquil”, realizado por Karla Edith Suárez Flores, con documento de identificación N° 0927644740 y por Samantha Michelle Campoverde Flores, con documento de identificación N°0931785588, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 14 de marzo del 2024

Atentamente,



Liliana Elizabeth Aguirre González
0916234958

Evaluación de la inteligencia emocional en el liderazgo Comercial de las empresas de consumo masivo de Guayaquil.

Evaluation of emotional intelligence in leadership Commercial of mass consumption companies Guayaquil market.

Suárez Flores Karla Edith Y Campoverde Flores Samantha Michelle son estudiantes de la Carrera Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador) (ksuarezf@est.ups.edu.ec) (scampoverde@est.ups.edu.ec)

Liliana Elizabeth Aguirre González es profesor de la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador) (laguirre@ups.edu.ec)

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo evaluar la inteligencia emocional en el liderazgo comercial de las empresas de consumo masivo de Guayaquil; donde se buscó determinar su nivel en los líderes comerciales y buscar estrategias y recomendaciones para fortalecerla en el liderazgo comercial. Estos objetivos ponen en evidencia la necesidad de quienes trabajen en el área comercial manejen sus emociones adecuadamente al momento de ejercer su liderazgo. La orientación metodológica que tiene es de tipo mixta ya que se conjugan elementos cuantitativos y cualitativos. El tipo de investigación es considerada como descriptiva y el trabajo se basa en un diseño no experimental de corte transversal. Esta investigación obtuvo como resultado que un 46,79% del total de colaboradores identifican y expresan sus emociones, por lo cual en el desarrollo de la investigación se distinguen factores graves que influyen en este resultado, tales como la falta de programas y talleres a colaboradores, áreas de recreación y actividades de vinculación entre colaboradores. La falta de estos elementos en la organización ha desencadenado una serie de efectos tales como, falta de energía para continuar con las actividades diarias personales posterior a la jornada laboral, desgaste físico y mental, falta de empatía dentro de la organización y reconocerse a sí mismo como prioridad, los cuales se manifiestan en sus líderes. Se concluye que la inteligencia emocional juega un papel fundamental en el ámbito comercial, ya que influye en aspectos cruciales como el cumplimiento de metas, las negociaciones y el cierre de contratos, por lo que la organización debe considerar la inteligencia emocional de sus colaboradores como un factor primordial.

Palabras clave:

Evaluación, liderazgo, inteligencia, emoción, consumo masivo, comercial.

Abstract

The present research aimed to evaluate emotional intelligence in the commercial leadership of mass consumption companies in Guayaquil. It sought to determine its level in commercial leaders and to search for strategies and recommendations to strengthen it in commercial leadership. These objectives highlight the necessity for those working in the commercial area to manage their emotions adequately when exercising their leadership. The methodological orientation is mixed, as quantitative and qualitative elements are combined. The research type is considered descriptive and based on a non-experimental cross-sectional design. The results of this research revealed that 46.79% of the total collaborators identify and express their emotions, thus distinguishing serious factors that influence this result, such as the lack of programs and workshops for collaborators, recreational areas, and bonding activities among collaborators. The absence of these elements in the organization has triggered a series of effects such as lack of energy to continue personal daily activities after work hours, physical and mental exhaustion, lack of empathy within the organization, and failure to recognize oneself as a priority, which are manifested in its leaders. It is concluded that emotional intelligence plays a fundamental role in the commercial sphere, influencing crucial aspects such as goal achievement, negotiations, and contract closure. Therefore, the organization must consider the emotional intelligence of its collaborators as a primary factor.

Keywords:

Emotions, leadership, team, effectiveness, workplace, commercial.

1. Introducción

La inteligencia emocional emerge como un concepto básico y fundamental en nuestro entorno académico, laboral, y profesionalmente, siendo Daniel Goleman quien lo implantó en el año de 1995 y detalla sobre la inteligencia emocional, el manejo del conocimiento propio de emociones, la automotivación, la empatía y la responsabilidad afectiva hacia los demás. Goleman define como la Inteligencia emocional “la capacidad para reconocer nuestros propios sentimientos y los de los demás, para motivarse y gestionar la emocionalidad en nosotros mismos y en las relaciones interpersonales” (Goleman, 1995).

Mediante los estudios sobre los grupos comerciales, contemplaron que dentro de las empresas es importante considerar las habilidades intelectuales, las competencias, el rendimiento y los resultados de cada persona o grupo que conformen la misma, para que así se logre medir el compromiso con el alcance de metas, para esto se debe entender que va a lograrse de la mano con la motivación, herramientas de trabajo generación de nuevos hábitos, e incluso la disponibilidad de recursos necesarios, de esta forma se puede afirmar que alineados estas métricas se lograrán los resultados esperados (Chiavenato, 2017).

Las personas que forman parte de una empresa, no son máquinas programadas para realizar un trabajo, son personas con sentimientos y emociones, por lo que la inteligencia emocional se conecta con el ámbito intrapersonal e interpersonal como elementos. Teniendo así la capacidad de receptar la emoción, entenderla, emplearla y ponerla en práctica. Donde se

indica que al unir estos procesos se puede encontrar una regulación emocional, meditando así sobre lo que se siente, se piensa y ser responsable sobre la toma de decisiones (Luscher, 2021).

En este artículo se analiza como la inteligencia emocional impacta e influye en el rendimiento individual y colectivo en el ámbito empresarial. A través de una evaluación exhaustiva de la literatura actual y casos prácticos, se busca demostrar la importancia de fomentar y promover la inteligencia emocional en ámbito profesional como un componente fundamental para mejorar la productividad, bienestar y satisfacción ocupacional, como alcance de los objetivos dentro de la organización.

Es esencial demostrar la capacidad de identificar y manejar las emociones, ya que en el entorno laboral se enfrentan a distintas situaciones que pueden desequilibrar emocionalmente a las personas. Estas emociones son parte integral de la vida diaria de cada individuo. Tener dominio sobre ellas refleja su disciplina personal.

Es imprescindible que tanto las empresas como los empleados consideren sus emociones en el entorno laboral para poder desempeñar sus distintas funciones de liderazgo, motivación y mejora en los resultados que se esperan obtener para una mayor rentabilidad dentro de la empresa.

El objetivo de este estudio es evaluar la inteligencia emocional en el liderazgo comercial de las empresas de consumo masivo en Guayaquil, mediante la determinación del nivel de inteligencia emocional en los líderes comerciales, la identificación de desafíos y obstáculos específicos relacionados con la inteligencia emocional que enfrentan estos líderes, y finalmente, proponer recomendaciones basadas en los hallazgos para fortalecer la inteligencia emocional en el liderazgo comercial de las empresas.

Inteligencia emocional en el ámbito laboral

En (Hubspot, 2023) se estima que la inteligencia emocional es aquella capacidad de identificar, gestionar y comunicar las emociones o reacciones que puedan ocurrir en un entorno laboral. Ya que en las situaciones de estrés y en las tomas de decisiones, la inteligencia emocional ayuda a encontrar mejores respuestas, manteniendo un ambiente de trabajo saludable.

Origen de la inteligencia emocional

Fue propuesto por Daniel Goleman en 1995 con su libro "Inteligencia emocional", donde explicó y relató el estudio de esta inteligencia y a su vez como influye en el área de trabajo. La inteligencia emocional es una forma de relacionarse con el mundo que tiene presente los sentimientos, y aplican aquello para mejorar la vida y las relaciones. (Goleman, 1995)

Componentes de la inteligencia emocional

Bajo el criterio de Mango (2018) los principales componentes de la inteligencia emocional son:

- Autoconocimiento emocional
- Autocontrol emocional
- Automotivación
- Reconocimiento de emociones ajenas
- Relaciones interpersonales

El liderazgo

Los análisis sobre el liderazgo han experimentado un rápido proceso evolutivo. Tal como, la reflexión teórica ha sido tan productiva que al revisar cualquier libro de texto de este campo se

encuentra con una diversidad de explicaciones, enfoques y teorías sobre el tema. (De La Cruz, 2020)

Efectivamente, esto se debe a que los estudios sobre el liderazgo organizacional se han enriquecido a partir de al menos cinco disciplinas: la psicología, la sociología, la ciencia política, la antropología y la psicología social. Cada una de estas disciplinas dejaron su rastro, presentando métodos, conceptos, teorías y enfoques distintivos. Algunos análisis incluso han llegado a identificar hasta sesenta y seis teorías relacionadas con el liderazgo organizacional. (Guerra, 2018)

Teorías del liderazgo:

En referencia de teorías de liderazgo se puede centrar en el libro Liderazgo: Teoría, Aplicación y Desarrollo de Habilidades desarrollado por Robert N. Lussier en colaboración con Christopher F. Achua. Donde describen algunas teorías del liderazgo como (Lussier R. N., 2008).

Teorías del rasgo:

Estas teorías sugieren que ciertos rasgos personales son inherentes a los líderes efectivos. Lussier explora cómo características como la inteligencia, la confianza en sí mismo y el asertividad pueden influir en la efectividad del liderazgo. (Terán & Guerrero, 2019).

Teorías conductuales:

Estas teorías se centran en los comportamientos observables de los líderes en lugar de sus rasgos inherentes. Lussier podría haber discutido cómo ciertos comportamientos, como la dirección, el apoyo y la participación, pueden impactar en la percepción de los seguidores sobre el liderazgo. (González & Campos, 2021).

Teoría del liderazgo situacional:

Esta teoría sugiere que diferentes situaciones requieren diferentes estilos de liderazgo. Lussier podría haber explorado cómo los líderes pueden adaptar sus enfoques según el nivel de competencia y compromiso de sus seguidores.

Teoría del liderazgo transformacional y transaccional:

Estas teorías se centran en cómo los líderes pueden influir en sus seguidores a través de la inspiración y la motivación, así como a través de intercambios de recompensas y castigos. Lussier podría haber analizado cómo estos enfoques afectan el rendimiento y la satisfacción de los seguidores. La inteligencia emocional es aquella habilidad fundamental para crear un liderazgo, puntualmente en el área comercial donde se fundamenta mucho el trabajo en equipo. La efectividad de esta habilidad es indiscutible y si la aplican se puede palpar el éxito y productividad de un equipo de nuestra organización. (Alcázar, 2020).

Liderazgo en grupos de trabajo:

El liderazgo consiste en la influencia que un individuo es capaz de ejercer sobre su grupo de trabajo, orientándolos hacia el cumplimiento de las metas establecidas por la organización. (BARRERA, 2016).

Trabajo en equipo:

Es una de las herramientas más importantes cuando se describe de eficiencia organizativa. Aunque todos se mantienen de acuerdo en que el trabajo en equipo es importante, no todos se dan cuenta del impacto que produce en una empresa. (ASANA, 2023).

2. Materiales y métodos

En medio de la disyuntiva de como iniciar el desarrollo de la presente investigación, se propuso iniciar por dar a conocer la interpretación de cada una de las variantes manejables utilizadas en el desarrollo de la inteligencia emocional, las mismas que han sido estudiadas a través de libros y artículos informativos en los cuales se accedió y se observó la práctica e importancia de la inteligencia emocional (IE). Las personas con un alto grado de inteligencia emocional están predispuestas a enfrentar el desafío de modificar sus creencias sobre sí mismas. (Goleman, 1995).

Para la presente investigación el paradigma propicio fue aplicado bajo un enfoque interpretativo fenomenológico. Por su parte la orientación metodológica que tiene es de tipo mixta ya que se conjugan elementos cuantitativos y cualitativos. Por otro lado, el tipo de investigación es considerada como descriptiva y el trabajo se basa un diseño no experimental de corte transversal en profundidad. Mediante encuestas realizadas se conoció la percepción Gerentes, jefes, supervisores y el equipo comercial respecto al interés sobre la inteligencia emocional dentro de su desarrollo profesional.

En el área comercial se ha observado que los profesionales en su trayectoria se limitan a la aplicación de la inteligencia emocional como parte fundamental para su crecimiento y buen desarrollo. El trabajo en conjunto es un verdadero reto, ya que implica la relación entre la autoconsciencia, motivación, empatía y habilidades para relacionarse.

Se presenta el análisis de los resultados según la metodología cuantitativa y cualitativa adoptada para la investigación. Para el cuestionario a aplicarse utilizando la escala de Likert (Completamente de acuerdo, Parcialmente de acuerdo, Poco de acuerdo, En desacuerdo). Donde se analizaron a percepción de los 116 integrantes de equipos comerciales y 16 gerentes y jefaturas de 22 distintas empresas, cuestionarios en los cuales la recolección de datos fue a través de encuestas vía online mediante la plataforma de Google Forms, donde se determinaron preguntas diseñadas para obtener la percepción y opiniones de los mismos en relación con la implementación y aprehensión de la inteligencia emocional, así también como su impacto y consecuencias en la salud física y emocional, la capacidad para el manejo de problemáticas y situaciones donde se desarrollen en su entorno, su nivel de energía post día laboral. Este tipo de cuestionario permite explorar el entrelazamiento de la Inteligencia emocional, desempeño laboral y bienestar global profesionalmente.

La encuesta realizada concedió conocer la aplicación de la inteligencia emocional que se mantiene e induce como esencial por parte de los altos mandos de un equipo comercial, siendo así los participantes de un grupo comercial quienes mayormente participaron en esta encuesta establecida. La entrevista realizada a profesionales que se han desempeñado por poder incluir la inteligencia emocional con el ámbito laboral permitió experimentar que existen dos tipos de empresas, las que si se preocupan por la salud emocional de sus colaboradores y asocian las mismas a su productividad diaria y las que no creen que la faceta laboral y emocional deben juntarse.

Se recopiló información de distintas empresas del consumo masivo, en las cuales se logró acceder a sus colaboradores y jefaturas. Apreciación del colaborador sobre el interés que tiene la empresa en la inteligencia emocional de sus colaboradores. Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la información de la Superintendencia de compañías, donde se seleccionó todas las empresas de consumo masivo de Guayaquil dando como resultado un total de 1599 empresas, la estadística fue aplicada con la fórmula de muestreo poblacional, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

Tabla N° 1

Muestra Seleccionada de las Empresas de Consumo Masivo en Guayaquil

Periodo	Empresas de consumo masivo	Empresas Encuestadas
2022	1599	25

Fuente: Elaboración Propia.

Para determinar el número de encuestados, se estableció un muestreo por conveniencia el cual se determina de la muestra que se elige de acuerdo con la conveniencia del investigador y permite elegir de manera alternativa el número de participantes (Hernández, 2021). Esto se determinó con aquella teoría ya que las empresas de consumo masivo de Guayaquil es una muestra infinita, de la cual se determinó realizar un sondeo de 100 encuestados que cumplen el rol de vendedores, 10 gerentes, supervisores o jefes comerciales, y 5 expertos con una amplia trayectoria dentro de grupos comerciales. Se detallan los resultados arrojados mediante la encuesta establecida mediante la plataforma de Google Forms.

3. Resultados y Discusión

3.1. Análisis perfil de expertos

Tabla N° 2.

Resultado del Cuestionario para la Alta Directiva del área comercial de empresas de consumo masivo en Guayaquil.

Preguntas	Resultado				
	Completamente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Poco de acuerdo	de	En desacuerdo
1. ¿Cree usted que la inteligencia emocional juega un papel fundamental en el rendimiento de sus colaboradores?	93,75%	6,25%	0%		0%
2. ¿Cree usted que como empresa consideran y se preocupan de los conflictos interpersonales de sus trabajadores?	75,00%	18,75%	0%		6,25%
3. Como empresa, ¿Implementan programas para desarrollar la inteligencia emocional de sus colaboradores?	43,75%	25,00%	25,00%		6,25%
	Despedir a su integrante	No nada	decirle	Reunirse con él y buscar una medida correctiva	Sanción económica
4. Si uno de los miembros de su equipo de trabajo comete un error, ¿Qué medida utilizaría como jefatura?	0%	0%	100%		0%

	Para mi área es importante llegar a la meta propuesta, se es indiferente los problemas personales de cada uno.	Genero una reunión cada colaborador para realizar un reconocimiento y feedback laboral e interpersonal.	Invito a todos los integrantes de mi área de trabajo a una fiesta para celebrar y se les otorga una recompensa.
5. De las siguientes opciones, ¿Cuál cree usted que mantiene un equipo de trabajo positivo?	6,25%	93,75%	0%

Dando como resultados finales en referencia a la Tabla 2, se procede con el análisis de las preguntas con mayor relevancia dentro de la investigación: En esta sección se evalúan las siguientes dimensiones:

- Apreciación de los altos mandos sobre el interés que se tiene como empresa hacia la inteligencia emocional de sus colaboradores.

Estableciendo tres preguntas de gran relevancia para poder evaluar como los altos mandos pueden conectar y tratar que la empresa pueda vincular y preocuparse por la inteligencia emocional de cada miembro de su equipo.

Se determinó que el 93,75% de los empleadores están completamente de acuerdo en que la inteligencia emocional es fundamental para el rendimiento de los colaboradores, esto adquiere como referencia a que es importante tener una estabilidad emocional para poder tener éxito en el liderazgo que se desempeña dentro de la compañía, cuando los colaboradores están conscientes de sus emociones se logran resultados de éxito.

Se evidencia el resultado que el 75,00% a que como empresa si consideran y se preocupa de los conflictos interpersonales de sus trabajadores, por lo cual se analiza que la organización si posee un departamento de bienestar social que se preocupa en temas salud, rendimiento físico, y preocupación por calamidad doméstica, se nombran estos factores ya que son los más comunes que se presentan en el día a día.

La mayor parte de la Alta Directiva considera y se preocupa por los conflictos interpersonales de los trabajadores, lo cual refleja una preocupación por el bienestar emocional y la armonía en el entorno laboral. Aunque existe un esfuerzo significativo (43,75%) en la implementación de programas de desarrollo de inteligencia emocional, aún hay espacio para mejorar, ya que un porcentaje considerable indica solo un acuerdo parcial o poco acuerdo, este resultado está a la par y se vincula con la pregunta en la cual se realizó a los colaboradores si la empresa ha realizado actividades para el desarrollo de la inteligencia emocional y se determina un resultado del 50%, por lo cual se comprueba y analiza que las empresas deberían poner más énfasis en el desarrollo y actividades que hagan sentir al colaborador como sujeto primordial para el éxito de la empresa.

La totalidad de la Alta Directiva optaría por reunirse con el miembro del equipo que cometió un error y buscar medidas correctivas en lugar de aplicar medidas más severas. Esto indica una preferencia por soluciones constructivas y de mejora continua. La gran mayoría de la Alta Directiva cree que generar reuniones individuales para reconocimiento y feedback laboral e interpersonal es la opción que mantiene un equipo de trabajo positivo. Esto indica una valoración de las

relaciones interpersonales y la retroalimentación positiva en el ambiente laboral.

3.2. Análisis colaboradores

Tabla N° 3

Resultado de cuestionario para empleados del área comercial de empresa de consumo masivo

Preguntas	Resultado			
	Completamente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Poco de acuerdo	En desacuerdo
1. ¿Cree usted que aplica la inteligencia emocional en sus interacciones diarias con clientes y colegas?	79,82%	3,67%	15,60%	0,92%
2. ¿Usted considera que el trabajo que realiza no le causa efectos negativos a su salud física y mental?	25,69%	45,87%	16,51%	11,93%
5. ¿Cree usted que sabe identificar y expresar sus emociones en situaciones complicadas en el ambiente laboral e interpersonal?	46,79%	48,62%	3,67%	0,92%
6. ¿Usted se considera empático con las situaciones personales de sus compañeros de trabajo?	58,72%	36,70%	1,83%	2,75%
7. ¿Cree usted que pone como prioridad sus emociones y sentimientos?	19,27%	50,46%	21,10%	9,17%
8. ¿Considera usted que saber manejar sus emociones le ayudará a mejorar el desempeño laboral?	74,31%	22,02%	3,67%	0%
9. ¿Después del trabajo usted se siente con suficiente energía para realizar otras actividades?	26,61%	44,65%	19,27%	9,17%

Preguntas	Resultado		
	Me causa mucho nerviosismo	Actúo con normalidad	Me frustra
3. ¿Con cuál de las siguientes emociones se identifica al momento de realizar negociaciones?	81,65%	17,43%	0,92%

Preguntas	Resultado	
	Si	No
4. ¿Dentro de su empresa han realizado actividades para el desarrollo de la inteligencia emocional?	43,12%	56,88%

Dando como resultados finales en referencia a la Tabla 3, se procede con el análisis de las preguntas con mayor relevancia dentro de la investigación:

En esta sección se evalúan las siguientes dimensiones:

- Como el colaborador aplica la inteligencia emocional dentro de la empresa.
- Como el colaborador aplica la inteligencia emocional en su vida personal.

Se determinó que el 79,82% de los colaboradores están completamente de acuerdo en que la inteligencia emocional es aplicada en el día a día con sus colegas y clientes, esto se hace referencia a que es importante contar con estabilidad emocional para poder tener éxito en el liderazgo que se desempeña dentro de la empresa, cuando aquellos colaboradores están conscientes de sus emociones se logran resultados de éxito.

Se evidenció que el 45,87% de los colaboradores encuestados indiquen que están parcialmente de acuerdo que su trabajo no causa efectos negativos para su salud mental y física, por lo cual se puede indicar que la mitad de la muestra de colaboradores encuestados tiene una afectación mental y física, determinado por las diferentes funciones asignadas, como exceso de trabajos, estrés, entre otros.

El 46,79% está totalmente de acuerdo y el 48,62% parcialmente de acuerdo, a la pregunta de saber identificar las emociones, por lo cual se puede determinar que los colaboradores si identifican las mismas, logran estabilizar y tomar control de sí mismo en los momentos de tensión y presión por negociaciones o diferentes actividades diarias. Esta pregunta va ligada a si el colaborador pone como prioridad sus emociones donde se obtiene como resultado el 50,46% que están parcialmente de acuerdo, por ende, se analiza que en la actualidad la inteligencia emocional es reconocida y aplicada en los colaboradores de las empresas comerciales.

Al evaluar al colaborador para saber si su empresa ha realizado actividades para el desarrollo de la inteligencia emocional se establece que un 43,12% que sí y un 56,88% que no, por lo cual se analiza que la mitad de los colaboradores como persona particular son quienes tienen el conocimiento y preocupación de su inteligencia emocional y no han recibido el respaldo por parte de su organización para el desarrollo efectivo de aquello.

Perfil de expertos:

En este estudio se indaga sobre la percepción de 5 expertos con relación al manejo de personal y área comercial, a través de entrevista mediante la plataforma ZOOM.

Las preguntas se diseñaron abordando el tema de la (IE) sobre su experiencia implementándola en relación al ámbito profesional.

Por respeto de privacidad de los participantes y para salvaguardar su identidad, se ha optado por no revelar sus nombres completos, en este contexto, el uso de abreviaturas garantiza la protección de la información personal de los participantes, permitiendo una presentación clara y

comprensible de los resultados de la investigación.

Josué C. (Jefe de Ventas): Apasionado por los retos y enfocado en resultados, líder por voluntad de los equipos de trabajo.

Entendimiento general del área comercial en el manejo de equipos de ventas, formando ejecutivos de alto rendimiento, desarrollo de productos y posicionamiento de marca.

Patricio V. (Director en IM Comunicaciones): Profesional de más de 30 años de experiencia gerenciando empresas Multinacionales y Nacionales.

Yaneth González (Asistente Customer Experience): Ing. en Marketing - Master en Branding y estrategia de marca. Me he desenvuelto en áreas front de atención al cliente, planificación y logística para coordinación de visitas por instalación de servicios nuevos y finalmente asistente de experiencia del cliente en donde se analizan indicadores de experiencia.

Lina Mar V. (Employee Experience Strategy): Gerente de proyectos de experiencia del colaborador en la región andina. Especialista en gerencia del servicio. Más de 15 años de experiencia apoyando a empresas a lograr los objetivos del negocio a través de estrategias de experiencia de cliente y colaborador.

Carlos G. (Gerente de ventas de talleres y repuestos): Ing. apasionado en el mundo automotriz y la venta de repuestos, desarrollando potenciales grupos comerciales en ventas masivas. Se mantiene el anonimato del profesional entrevistado.

Presentación de los Comentarios Cualitativos:

- *Experto 1:*

- A criterio personal, ¿cómo considera que la Inteligencia Emocional influye en el alcance de logros en el área comercial/ventas?

- La capacidad para manejar las emociones permite dar a notar diferencias entre un ejecutivo regular y uno de alto rendimiento, un buen manejo de la inteligencia emocional ayuda a mejorar el trato con los prospectos potenciales mejorando así el rendimiento en la producción del ejecutivo de negocios.

- *Experto 2:*

- ¿En su experiencia usted cree que las empresas se preocupan por la inteligencia emocional de sus colaboradores?

- Las que han logrado consolidarse si, las otras buscan ingresos y solo comparten como para q no se vayan.

- *Experto 3:*

- Puede usted detallar un ejemplo de cómo ha aplicado la inteligencia emocional en su grupo de trabajo.

- Hay que ser empáticos y pensar en los sentimientos del colaborador, comprender, escuchar. Aceptar que hay altas y bajas pero que hay que ser resilientes y constantes.

- *Experto 4:*

- Mencione 3 recomendaciones para grupos comerciales, en los cuales hayan puesto en práctica la Inteligencia Emocional y alcanzar el éxito en sus resultados.

- Desarrollar la conciencia emocional
- Fomentar la comunicación empática
- Gestionar el estrés y la resiliencia

- *Experto 5:*

- ¿Usted ha notado alguna diferencia en los resultados alcanzados en cuando a su alto mando, procurando por el bienestar de su equipo comercial?

- Claro que sí, en la figura como líder, los equipos que se encuentran en el top son aquellos en donde sus líderes son conscientes de la necesidad e importancia de cada uno de sus ejecutivos, siempre los que destacan son aquellos que se sienten comprometidos con su líder y con la

empresa que los respalda, esto siempre que se haya hecho un buen manejo de la inteligencia emocional de los ejecutivos.

3.3. Análisis perfil de expertos

Mediante un análisis cualitativo se identificaron las tendencias generales en las respuestas de los distintos expertos que han sido entrevistados en este estudio. Su diversidad de opiniones revela la importancia de la IE que ha sido el pilar del área comercial, que mantiene en el largo plazo los resultados que logran llegar al éxito. Dentro de una amplia discusión sobre los puntos de vista, se examinó el siguiente como uno que engloba las respuestas de los expertos entrevistados.

Según Josué C. participante de la presente entrevista indica que los equipos que se encuentran en el top son aquellos en donde sus líderes son conscientes de la necesidad e importancia de cada uno de sus ejecutivos, siempre los que destacan son aquellos que se sienten comprometidos con su líder y con la empresa que los respalda, esto siempre que se haya hecho un buen manejo de la inteligencia emocional de los ejecutivos.

Josué C. aconseja que hay que ser conscientes de lo importante que es un ejecutivo de negocio, no son solo números, son personas, son madres, padres, hijos, cada uno con sueños y aspiraciones, ser conscientes que hay meses buenos y meses regulares, así como también meses pésimos, es ahí donde se respaldan a los colaboradores, es ahí donde se tiene que dejarlos solos o aislarlos, son buenos no solo por los meses en donde estuvieron en el top, son buenos porque lo dieron todo, son buenos porque la lucharon hasta el último día para poder llegar a su meta, se tiene que demostrarles y darles a notar que están ahí para salir de ese mes malo y recuperarse de esa mala racha.

En este estudio se comparan las diferentes reacciones sobre el tema a tratar, es por esto que se considera válida la práctica de la IE en el comportamiento de los resultados de equipos comerciales, ya que de eso dependerá la plenitud de alcanzar las metas en grupos comerciales y la satisfacción del cuerpo comercial al sentir valorado sus esfuerzos y emociones haciendo de esto una sana relación laboral.

4. Discusiones

Daniel Goleman, quien fue uno de los pioneros en divulgar la teoría de inteligencia emocional, en su teoría resalta y comparte la evaluación de la inteligencia emocional en el liderazgo. Exponiendo que la inteligencia emocional incluye las distintas habilidades como: relaciones sociales, autoconciencia, autogestión y empatía; siendo estas indispensables para alcanzar el éxito en el liderazgo.

También indica que un líder que sabe manejar su inteligencia emocional va ser capaz de sobrellevar discusiones, conflictos y estrés que se desencadene en el día a día, pero siempre encontrará la forma de llevar al éxito y alcanzar la meta de su equipo. Su propuesta también es fundamental para las organizaciones ya que indica que una evaluación 360 del colaborador ayudará a identificar las oportunidades y fortaleza de aquel líder. (Goleman, 1995).

Es así como esta teoría se relaciona directamente con la investigación y resultados de nuestro artículo, determinando que compartimos los mismos criterios y conclusiones. En la entrevista que se llevó a cabo la Ing. Yaneth González indica que la capacidad para manejar las emociones permite dar a notar diferencias entre un ejecutivo regular y uno de alto rendimiento, un buen manejo de la inteligencia emocional ayuda a mejorar el trato con los prospectos potenciales mejorando así el rendimiento en la producción del ejecutivo de negocio.

Determinando que la inteligencia emocional para líderes comerciales es fundamental para garantizar proyectos y metas exitosas promoviendo un ambiente laboral empático y productivo, con un liderazgo eficaz.

5. Conclusión

Este artículo concluye que la inteligencia emocional en los líderes comerciales tiene una gran influencia para su rendimiento en las empresas de consumo masivo de Guayaquil. El primer objetivo específico de la investigación se centró en determinar el nivel de la inteligencia emocional en los líderes comerciales, donde se evidencia el resultado obtenido por las encuestas y estadísticas realizadas con un 46,79%, el mismo que se refiere a los colaboradores que identifican y expresa sus emociones en situaciones complicadas en el ambiente laboral e interpersonal. Esto resalta la importancia de tener un control emocional tanto como individuos y como parte de una organización comercial.

En relación al segundo objetivo, identificar desafíos y obstáculos específicos relacionados con la inteligencia emocional que enfrentan los líderes comerciales. Se logró identificar factores tales como, falta de actividades para el desarrollo de la inteligencia emocional dentro de la organización, deficiencia de energía para continuar con las labores diarias posterior a la jornada laboral, desgaste físico y mental, empatía dentro de la organización, reconocerse a sí mismo como prioridad. Estos factores que fueron evaluados a los colaboradores se vincularon directamente con los comentarios otorgados en las entrevistas expertos donde nos indicaban que tenían los siguientes factores como recomendaciones para lograr el éxito, desarrollar la conciencia emocional, fomentar la comunicación empática y gestionar el estrés y la resiliencia.

En el último objetivo se proponen recomendaciones basadas en los hallazgos para fortalecer la Inteligencia emocional en el liderazgo comercial de las empresas de consumo masivo en Guayaquil. Estas estrategias se basan en: programas y talleres a colaboradores, los mismos que ayudarán a identificar y expresar sus emociones con el objetivo de mantener tanto su rendimiento profesional como su bienestar personal; áreas de recreación, donde los colaboradores puedan tener pausas activas con el fin de reducir los niveles de estrés y presión laboral; actividades de vinculación entre colaboradores, donde se establezcan una actividad semestral que permitirán desarrollar empatía y compañerismo entre colaboradores. También se determinó que las empresas pueden realizar una evaluación de la inteligencia emocional de sus colaboradores, las cuales permitirá a la empresa identificar oportunidades de colaboración y asistencia de manera efectiva. Además, podrían utilizar este estudio como punto de referencia y seguimiento para futuras investigaciones.

La evaluación de la inteligencia emocional revela que un ambiente emocional positivo no solo influye directamente en el bienestar de los colaboradores, sino que también está fuertemente relacionado con su rendimiento laboral. En este sentido, se recomienda enfáticamente a las empresas de este sector que pongan énfasis en el desarrollo y fortalecimiento de las habilidades de inteligencia emocional entre sus líderes comerciales. Fomentar la empatía, la comunicación efectiva y la gestión adecuada de las emociones no solo beneficiará el bienestar individual de los colaboradores, sino que también contribuirá al éxito general de la empresa en un mercado altamente competitivo.

Tras el análisis estratégico, se concluye que la inteligencia emocional juega un papel fundamental en el ámbito comercial, ya que influye en aspectos cruciales como el cumplimiento de metas, las negociaciones y el cierre de contratos, entre otros. Cuando esta habilidad no es gestionada adecuadamente, puede provocar niveles elevados de estrés en los colaboradores, lo que conlleva efectos adversos para su salud mental y física.

La conexión intrínseca entre un clima emocional positivo, el bienestar de los colaboradores y el rendimiento laboral destaca la necesidad apremiante de que las organizaciones en este sector prioricen el desarrollo de habilidades emocionales entre sus líderes. La implementación de

programas de formación que fortalezcan la empatía, la inteligencia interpersonal y la gestión efectiva de las emociones no solo impactará positivamente en la calidad de vida laboral, sino que también posicionará estratégicamente a estas sociedades en el competitivo escenario comercial. La inteligencia emocional no debe ser considerada como un aspecto secundario, sino como un componente esencial para el liderazgo efectivo y sostenible en el ámbito empresarial.

6. Referencias bibliográficas

- Asana. (19 de junio de 2023). Obtenido de <https://asana.com/es/resources/teamwork-in-the-workplace>
- Barrera, a. S. (2016). *Repositorio pucesa*. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1660/1/76175.pdf>
- Business review, h. Y. (2019). *El auténtico liderazgo*. Barcelona: editorial reverté.
- Canals, c. M. (22 de 09 de 2019). *La universidad en internet*. Obtenido de <https://www.unir.net/empresa/revista/que-es-el-liderazgo-situacional-de-hersey-y-blanchard/>
- Carmona-fuentes, p., vargas-hernández, j. G., & rosas-reyes. (2015). *Influencia de la inteligencia emocional en el desempeño laboral*. Mérida: sapienza organizacional.
- Chiavenato, i. (2017). *El solucionario*. Obtenido de <https://www.elsolucionario.org/comportamiento-organizacional-idalberto-chiavenato-2ed/>
- Escudero, m. (12 de diciembre de 2019). *Centro manuel escudero*. Obtenido de <https://www.manuelescudero.com/autocontrol-y-gestion-de-las-emociones-en-el-trabajo/>
- Europa, e. (7 de marzo de 2022). *Linkedin*. Obtenido de https://www.linkedin.com/pulse/t%c3%a9cnicas-de-liderazgo-para-tu-equipo-comercial-excelius-europa?utm_source=share&utm_medium=member_android&utm_campaign=share_via
- Goleman, d. (1995). *La inteligencia emocional - por qué es más importante que el cociente intelectual*. Mexico: ediciones b mexico, 2013.
- Hubspot. (20 de enero de 2023). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/inteligencia-emocional-trabajo>
- Janeth, I. C. (febrero de 2013). *Instituto politécnico nacional*. Obtenido de <https://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/15150/1/liderazgo%20y%20trabajo%20en%20equipo.pdf>
- Lablanca, i. D. (2014). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. España: ministerio de educación y formación profesional de españa .
- Luisa, d. B. (2002). *Importancia de la inteligencia emocional: un nuevo reto para la orientación educativa*. España: redalyc.
- Luscher, p. R. (21 de 10 de 2021). *Linkedin*. Obtenido de https://www.linkedin.com/pulse/la-neurociencia-cognitiva-en-las-empresas-y-pablo-g-rom%c3%a1n-l%c3%bcscher?utm_source=share&utm_medium=member_android&utm_campaign=share_via
- Lussier, c. F. (2008). *Repositorio pucesa*. Obtenido de <https://www.ucipfg.com/repositorio/mscg/enfasis-eeg/eeg-11/libro-general.pdf>
- Lussier, r. N. (2008). *Repositorio pucesa*. Obtenido de <https://www.ucipfg.com/repositorio/mscg/enfasis-eeg/eeg-11/libro-general.pdf>
- Nirian, p. O. (1 de enero de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/area-comercial.html>

- Ordoñez, r. (10 de mayo de 2022). *Universia*. Obtenido de <https://www.universia.net/ec/actualidad/habilidades/la-importancia-del-liderazgo-y-el-trabajo-en-equipo.html>
- Pedraza melo, n. A., lavín verástegui, j., & delgado rivás. (junio de 2015). *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/909/90933063014.pdf>
- Press, h. B. (2019). *Liderazgo , inteligencia emocional*. Barcelona: editorial reverté.
- Reynoso, c. (26 de octubre de 2017). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/362706063/teoria-del-trabajo-en-equipo#>
- Rodríguez, a. G. (marzo de 2015). *Repositorio comillas*. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/4518/1/tfg001308.pdf>
- Saporito, a. (s.f.). *Revista utecnoticias*. Obtenido de <https://www.frbb.utn.edu.ar/utec/49/la-inteligencia-emocional-como-componente-del-liderazgo.html>
- Tobar, r., isabel, m., tapia, o., & cristina, m. (2017). *Universidad del azuay*. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/7355>
- Unir - la universidad en internet*. (30 de 11 de 2020). Obtenido de <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/inteligencia-emocional-empresa/>
- Valero, j. M. (s.f.). *Dspace*. Obtenido de <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/28403/1/tfg-moreno%20valero%2c%20jenifer.pdf>
- Vilar, p. S., & azzollini, s. (13 de mayo de 2013). *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s0254-92472013000100006
- Winter, r. S. (2020). *Manual de trabajo*. Díaz de santos, s. A: madrid. Obtenido de <https://www.facilitadores-alfa.org/wp-content/uploads/2020/11/manual-de-trabajo-en-equipo.-robert-s.-winter.pdf>
- Zept, a. B. (4 de abril de 2022). *Sintesis*. Obtenido de <https://www.sintesis.com/data/indices/9788413571751.pdf>
- alcázar, p. (2020). *Estilo de liderazgo y compromiso organizacional: impacto del liderazgo transformacional*.
- De la cruz, a. (2020). Influencia de la inteligencia emocional sobre la satisfacción laboral: revisión de estudios. *Revista unimar*, 38(2). <https://doi.org/10.31948/rev.unimar/unimar38-2-art3>
- González, r., & campos, m. (2021). *Activación conductual (programación de actividades) y depresión: una mirada analítica-conductual*. <https://www.redalyc.org/journal/2745/274571372011/274571372011.pdf>
- Guerra, i. (2018). *Análisis de las teorías de liderazgo. Una propuesta metateórica*.
- Mango, e. (2018). Rethinking leadership theories. *Open journal of leadership*, 07(01), 57–88. <https://doi.org/10.4236/ojl.2018.71005>
- Terán, e., & guerrero, a. (2019). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. In *issn* (vol. 41). <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410707.html>

