

**LA INTERRELACIÓN DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL CON LOS
PROCESOS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN RX S.A**

EDGAR GUIOVANNI CADENA SÁNCHEZ

**UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS –MBA-
BOGOTA, D.C
JUNIO DE 2021**

**LA INTERRELACIÓN DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL CON LOS
PROCESOS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN RX S.A**

EDGAR GUIOVANNI CADENA SÁNCHEZ

**Proyecto de grado para optar por el título de
Magíster en Administración -MBA**

Director

CONRRADO DE JESÚS ÁLVAREZ CHOGÓ -MBA

Co-Director

Marta Gisela Duran Gamba - MBA

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS –MBA-

BOGOTA, D.C

JUNIO DE 2021

AGRADECIMIENTOS

“Cuando la gratitud es tan absoluta, las palabras sobran” – Álvaro Mutis.

A mi apreciado Profesor. Conrado de Jesús Álvarez Chogó Director de este trabajo de investigación, gracias por tu compañía y voz de aliento, sin esa buena energía y dirección, seguramente este trabajo se hubiese extendido mucho más tiempo. Durante el desarrollo de este trabajo fuiste el motor que impulso este proyecto en los momentos de desaliento, tu vocación de servicio es enorme y un ejemplo a seguir, siempre agradecido.

A mi querida Esposa Sandra Liliana y a mis dos hijos Felipe y Sarita, gracias por su paciencia en los momentos en los que a mí ya se me había agotado, por permitirme estar ausente cuando tuve que estudiar y avanzar en este proyecto.

A mi estimada Miryam Patiño, gracias por su apoyo, en este viaje interestelar que se llama vida, uno se encuentra con personas fascinantes y usted es una de ellas.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| TABLA DE CONTENIDO..... | 4 |
| INDICE DE FIGURAS..... | 6 |
| INDICE DE TABLAS | 7 |
| INDICE DE ILUSTRACIONES | 9 |
| INDICE DE APÉNDICE..... | 12 |
| RESUMEN..... | 13 |
| 1. INTRODUCCIÓN | 15 |
| 2. OBJETIVOS | 17 |
| 2.1. OBJETIVOS GENERALES | 17 |
| 2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 17 |
| 3. PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA..... | 18 |
| 4. JUSTIFICACIÓN | 20 |
| 5. MARCO REFERENCIAL..... | 21 |
| 5.1. DESARROLLO DE LAS PYMES EN COLOMBIA Y SUS OPORTUNIDADES EN EL MERCADO..... | 21 |
| 5.2. LAS INTELIGENCIAS MÚLTIPLES | 35 |
| 5.2.1. Tallo Encefálico – Tronco encefálico | 39 |
| 5.2.2. Sistema límbico | 40 |
| 5.2.3. Cerebro Racional o Neocórtex | 41 |
| 5.3. INTELIGENCIA EMOCIONAL..... | 43 |
| 5.3.1. Modelos de Inteligencia Emocional y los procesos comerciales en las organizaciones | 48 |
| 5.3.1.1. Modelo Inteligencia Emocional Mixto – Goleman | 49 |
| 5.3.1.2. Modelo Inteligencia Emocional Mayer Y Salovey (1997) | 51 |
| 5.3.1.3. Modelo De Inteligencia Emocional Reuven Bar-On | 54 |
| 5.4. RESEÑA HISTÓRICA RX.SA..... | 56 |
| 5.4.1. Misión..... | 57 |
| 5.4.2. Visión | 57 |
| 5.4.3. Objetivos Calidad | 57 |

| | | |
|--------|--|-----|
| 5.4.4. | <i>Valores corporativos</i> | 58 |
| 5.4.5. | <i>Política De Calidad</i> | 58 |
| 5.4.6. | <i>Estructura Orgánica</i> | 59 |
| 5.4.7. | <i>Análisis estratégico mediante herramienta DOFA -RX S.A</i> | 59 |
| 6. | PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO..... | 63 |
| 6.1. | MÉTODO | 63 |
| 6.2. | DISEÑO | 64 |
| 6.3. | TIPO DE INVESTIGACIÓN. | 64 |
| 6.4. | VARIABLES | 66 |
| 6.5. | POBLACIÓN Y MUESTRA | 67 |
| 6.6. | TÉCNICA E INSTRUMENTOS | 69 |
| 6.7. | PROCEDIMIENTO | 69 |
| 6.7.1. | <i>Validación del instrumento.</i> | 69 |
| 6.7.2. | <i>Recolección de los datos.</i> | 70 |
| 6.7.3. | <i>Transcripción de los datos.</i> | 70 |
| 6.7.4. | <i>Análisis de datos</i> | 71 |
| 6.7.5. | <i>Consideraciones éticas.</i> | 71 |
| 7. | RESULTADOS..... | 72 |
| 7.1. | ANÁLISIS RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA PRUEBA | 72 |
| 7.2. | ANÁLISIS DE COEFICIENTE EMOCIONAL DEL EQUIPO | 96 |
| 7.3. | IMPACTO EN EL GRUPO COMERCIAL LA CORRELACIÓN ENTRE LAS APTITUDES DE INTELIGENCIA EMOCIONAL DEL MODELO DE DANIEL GOLEMAN | 103 |
| 8. | DISCUSIÓN | 125 |
| 9. | CONCLUSIONES | 133 |
| 10. | REFERENCIAS..... | 135 |

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa conceptual-Articulación de la inteligencia emocional con el equipo comercial
RXS.A..... 21

Figura 2 Línea de Tiempo Inteligencia Emocional y sus autores 36

Figura 3 Inteligencias múltiples-..... 37

Figura 4 Tallo Encefálico 39

Figura 5 Sistema Límbico 40

Figura 6 Cerebro Racional 42

Figura 7 Modelo Inteligencia Emocional Goleman 49

Figura 8 Modelo inteligencia emocional Mayer y Salovey 52

Figura 9 Modelo de Bar-On 55

Figura 10. Mapa de Procesos de la empresa RX S.A..... 59

Figura 11 Proceso Cuantitativo 63

Figura 12 – Covarianza, Snedecor G.W & Cochran, W.G (1980-p.180) 65

Figura 13 - Coeficiente de Correlación de Pearson – Edwards, A.L (1976, p. 33-46) 65

Figura 14 - Modelo inteligencia emocional Goleman..... 96

INDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----|
| Tabla 1 Tamaño de la Muestra Encuesta Pyme | 23 |
| Tabla 2 Matriz PESTEL -A aplicados en las Pymes Colombia..... | 28 |
| Tabla 3. Emociones en el ser humano..... | 44 |
| Tabla 4 Modelo Mixto de inteligencia Emocional Daniel Goleman. | 49 |
| Tabla 5 Modelo Mayer-Salovey..... | 52 |
| Tabla 6 Modelo Bar-On | 55 |
| Tabla 7. DOFA RX S.A | 60 |
| Tabla 8. Variables de estudio, definición y nivel de medición | 66 |
| Tabla 9. Ficha Técnica de Investigación..... | 68 |
| Tabla 10 - Resultados Globales | 96 |
| Tabla 11- Resumen resultados Globales | 97 |
| Tabla 12- Resultados Grupo Asistencial Conformado por 7 personas | 99 |
| Tabla 13 - Resumen Resultados grupo asistencial..... | 99 |
| Tabla 14 - Resumen Resultado Ejecutivos Comerciales..... | 102 |
| Tabla 15 - Resultados Grupo ejecutivos comerciales conformado por 11 personas. 102 | |
| Tabla 16 - Índices de interpretación de coeficiente de Pearson ρ_{xy} , Ibídem 2018 | 104 |
| Tabla 17 - Correlación de la variable Cargo | 106 |
| Tabla 18 Correlación. En situaciones donde su jefe, compañeros y clientes demandan al mismo tiempo atención inmediata por parte suya, ¿Es consciente de las emociones que este tipo de situaciones despiertan en usted? (ira, ansiedad, estrés, frustración, etc.) | 107 |
| Tabla 19 - Se presenta un debate en donde usted tiene la razón, pero su contraparte insiste en que usted esta equivocado, lo que dificulta llegar a un consenso. ¿Puede identificar la emoción que esta acción le genera y comunicársela a su contraparte?..... | 108 |
| Tabla 20 - Un compañero de proceso de apoyo a su área, rechaza su solicitud por considerarla riesgosa para la compañía, esta decisión incide directamente sus metas propias, generando emociones como Frustración, Estrés, Ira, tristeza etc., ¿Identifica que el mantener estas emociones afectan su tranquilidad, por lo tanto, trata de pensar en otro asunto?..... | 109 |
| Tabla 21 - Finalizada una confrontación laboral en donde no queda satisfecho con la decisión tomada, ¿Le es fácil retomar actividades y pasar al siguiente tema con la misma persona que mantuvo la confrontación? | 110 |
| Tabla 22 - Al iniciar o finalizar la jornada laboral en la compañía, ¿dedica algo de tiempo para reflexionar acerca de los sentimientos expresados con sus compañeros? (ansiedad, ira, felicidad, etc.) | 111 |
| Tabla 23 - Puede controlar las emociones que se presentan en el trabajo y no mezclarlas al momento de tomar una decisión? ((Ira, Angustia, depresión, felicidad, etc.)..... | 112 |
| Tabla 24 - ¿Le es fácil solicitar ayuda a compañeros de trabajo que no comparten sus mismos ideales o su punto de vista? | 113 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 25. En sus labores diarias cuando comete un error en las funciones que tiene a cargo, ¿Le resulta fácil reconocer cuando se equivoca en la ejecución sus funciones y tiene la capacidad de ofrecer disculpas ante estas situaciones? | 114 |
| Tabla 26. En el desarrollo de un proyecto o actividad comercial, se presenta un inconveniente, ¿Prefiere enfocarse en buscar una solución resaltando el lado positivo del tema? | 115 |
| Tabla 27. ¿Considera que los objetivos comerciales de la compañía están a cargo de las gerencias, por ende, son estos los que deben liderar 100% el proceso? | 116 |
| Tabla 28. ¿Considera que una vez ha delegado una tarea a un compañero o proceso de la compañía, este debe hacerse cargo de la función encomendada, desligándose usted de la responsabilidad? | 117 |
| Tabla 29. Si se encuentra trabajando en un proyecto en el que se deben tomar decisiones importantes y su jefe no se encuentra ¿Le resulta fácil tomarlas de forma ágil y asumir el resultado de las mismas? | 118 |
| Tabla 30. ¿Considera que la motivación debe ser impulsada exclusivamente por los jefes y gerentes de la compañía? | 119 |
| Tabla 31. En el proceso comercial para el que trabaja, ¿Se siente mas cómodo si cuenta con un líder que lo acompañe en las funciones que realiza? | 120 |
| Tabla 32. En las evaluaciones de tipo 360 que realiza la compañía, ¿siente que sus compañeros no valoran su función y que en la mayoría de casos son demasiado fuertes al calificarle? | 121 |
| Tabla 33. Ingresar una persona nueva al grupo que parece introvertida y reservada, ¿a usted le cuesta trabajo acercarse e iniciar una conversación? | 122 |
| Tabla 34. Se presenta un altercado, por un error el cual es responsabilidad de un compañero (comercial o de apoyo) ¿Trata de escuchar y entender la situación de su compañero, a pesar de que no tenga razón? | 123 |
| Tabla 35. ¿Se considera una persona creativa, que genera ideas y las desarrolla? ... | 124 |
| Tabla 36. Se presenta un conflicto entre dos personas por una decisión comercial en la cual usted está involucrado, ¿prefiere tomar distancia y permitir que ellos solucionen sus diferencias? | 124 |
| Tabla 37. Matriz Implementación de Inteligencia emocional Grupo Comercial RX S.A | 129 |

INDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|--|----|
| Ilustración 1 Distribución de la muestra a nivel sectorial | 23 |
| Ilustración 2 Indicador Pyme Anif-IPA | 24 |
| Ilustración 3 Intereses de la Pymes | 25 |
| Ilustración 4- Tiempo de Experiencia en el Cargo..... | 73 |
| Ilustración 5 - Participación del Genero..... | 73 |
| Ilustración 7 – Frecuencia Estado Civil | 74 |
| Ilustración 6 - Frecuencia de Edades | 74 |
| Ilustración 8 Frecuencia del Cargo | 75 |
| Ilustración 9 Nivel Socio Económico | 75 |
| Ilustración 10 - Nivel de Estudios..... | 75 |
| Ilustración 12 - Se presenta un debate en donde usted tiene la razón, pero su contraparte insiste en que usted está equivocado, lo que dificulta llegar a un consenso. ¿puede identificar la emoción que esta acción le genera y comunicarla a su contraparte?..... | 76 |
| Ilustración 11 -En situaciones en donde su jefe, compañeros y clientes demandan al mismo tiempo atención inmediata por parte suya, ¿Es consciente de las emociones que este tipo de situaciones despiertan en usted? (Ira, Ansiedad, estrés, Frustración, etc.) | 76 |
| Ilustración 13 - Recibe usted un correo por parte de un proceso de apoyo, en donde de manera imperativa le exigen abstenerse de avanzar en un proyecto en el cual usted considera se tiene alto porcentaje de triunfo. ¿Inmediatamente responde el correo argumentando las razones por las cuales usted considera tiene la razón, haciendo ver lo equivocada de la decisión? | 77 |
| Ilustración 14 - un compañero de proceso de apoyo a su área, rechaza su solicitud por considerarla riesgosa para la compañía, esta decisión incide directamente sus metas propias, generando emociones como Frustración, Estres, Ira, tristeza etc, ¿Identifica que el mantener estas emociones, afectan su tranquilidad por lo tanto trata de pensar en otro asunto? | 77 |
| Ilustración 15 -Finalizada una confrontación laboral en donde no queda satisfecho con la decisión tomada, ¿Le es fácil retomar actividades y pasar al siguiente tema con la misma persona que mantuvo la confrontación?..... | 78 |
| Ilustración 16 - Al iniciar o finalizar la jornada laboral en la compañía, ¿dedica algo de tiempo para reflexionar acerca de los sentimientos expresados con sus compañeros? (ansiedad, ira, felicidad, etc.) | 78 |
| Ilustración 17 - ¿Para usted es más importante la satisfacción propia de haber hecho las cosas bien, que el reconocimiento permanente de su superior? | 79 |
| Ilustración 18 - Puede controlar las emociones que se presentan en el trabajo y no mezclarlas al momento de tomar una decisión? ((Ira, Angustia, depresión, felicidad, etc.)..... | 79 |
| Ilustración 20 - ¿Le es fácil solicitar ayuda a compañeros de trabajo que no comparten sus mismos ideales o su punto de vista? | 80 |
| Ilustración 19 - ¿Es consiente que el estado de felicidad no es una situación indefinida en el tiempo? | 80 |

| | |
|---|----|
| Ilustración 21 - En el desarrollo de un proyecto o actividad comercial, se presenta un inconveniente, ¿Prefiere enfocarse en buscar una solución resaltando el lado positivo del tema? | 81 |
| Ilustración 22- En sus labores diarias cuando comete un error en las funciones que tiene a cargo, ¿Le resulta fácil reconocer cuando se equivoca en la ejecución sus funciones y tiene la capacidad de ofrecer disculpas ante estas situaciones? | 81 |
| Ilustración 24 - ¿Considera que el trabajo que realiza es importante para el logro de los objetivos de la compañía? | 82 |
| Ilustración 23 - ¿Considera que los objetivos comerciales de la compañía están a cargo de las gerencias, por ende, son estos los que deben liderar 100% el proceso? | 82 |
| Ilustración 25 - ¿Considera que una vez ha delegado una tarea a un compañero o proceso de la compañía, este debe hacerse cargo de la función encomendada, desligándose usted de la responsabilidad? | 83 |
| Ilustración 26 - Si se encuentra trabajando en un proyecto en el que se deben tomar decisiones importantes y su jefe no se encuentra ¿Le resulta fácil tomarlas de forma ágil y asumir el resultado de las mismas?..... | 83 |
| Ilustración 27 - En el proceso comercial para el que trabaja, ¿Se siente más cómodo si cuenta con un líder que lo acompañe en las funciones que realiza? | 84 |
| Ilustración 28 - ¿Considera que la motivación debe ser impulsada exclusivamente por los jefes y gerentes de la compañía? | 84 |
| Ilustración 29 - ¿Usted valora y reconoce las cosas buenas que realiza en su trabajo? | 85 |
| Ilustración 30 - En las evaluaciones de tipo 360 que realiza la compañía, ¿siente que sus compañeros no valoran su función y que en la mayoría de los casos son demasiado fuertes al calificarle? | 85 |
| Ilustración 32- En la presentación de una solicitud comercial ante un compañero de la empresa (logística, cartera, contabilidad, etc.), ¿Tiene usted la capacidad de identificar la reacción que genera en la persona, esta solicitud (malestar, alegría, inconformidad, etc. | 86 |
| Ilustración 31 - Ingresa una persona nueva al grupo que parece introvertida y reservada, ¿a usted le cuesta trabajo acercarse e iniciar una conversación? | 86 |
| Ilustración 34 - Alguien le informa que uno de sus compañeros lo considera a usted como una persona fría, distante y poco amigable. ¿Deja que la persona que realizó el comentario se dé cuenta por si misma de lo equivocada que estaba? . | 87 |
| Ilustración 33 - Un compañero suyo, que generalmente es una persona alegre, de repente se empieza a mostrar distante y retraído. ¿Le es fácil acercarse a esta persona y preguntarle las razones por las cuales ha cambiado su actitud? | 87 |
| Ilustración 35 - ¿Trata de mantener relaciones y conversaciones con todas las personas, aun cuando no sean de su completo agrado? | 88 |
| Ilustración 36 - Se presenta una excelente oportunidad comercial, pero al realizar esta negociación se obviaron varios procesos de la compañía, la oportunidad finalmente es aprobada por Gerencia General. ¿Considera usted importante el sentarse a aclarar y explicar por qué debe avanzarse en este proyecto a los procesos que no se tuvieron en cuenta? | 88 |

| | |
|--|-----|
| Ilustración 38 - Se presenta un altercado, por un error el cual es responsabilidad de un compañero (comercial o de apoyo) ¿Trata de escuchar y entender la situación de su compañero, a pesar de que no tenga razón? | 89 |
| Ilustración 37 - Se encuentra en un día laboral muy ocupado y un compañero se acerca porque necesita su consejo. ¿Le es difícil apartarse de sus obligaciones para escuchar activamente a su compañero?..... | 89 |
| Ilustración 39 - Un cliente argumenta que se va de la compañía por su responsabilidad y, a pesar de que la empresa ya constató que no fue su responsabilidad, ¿insiste usted en aclarar la situación directamente con el cliente? | 90 |
| Ilustración 40 - ¿Se considera usted una persona comunicativa, que se puede relacionar fácilmente con cualquier persona? | 90 |
| Ilustración 42 ¿Se considera una persona creativa, que genera ideas y las desarrolla? | 91 |
| Ilustración 41 - Se presenta un proyecto en el cual usted tiene que trabajar con un compañero el cual considera que no es una buena oportunidad para la compañía. ¿Generalmente, puede persuadir eficazmente a su compañero, para que adopten su punto de vista sin coacciones?..... | 91 |
| Ilustración 43 - Uno de los clientes más importantes de la zona, le pide realizar presentación sobre la empresa de forma inmediata, y su jefe le solicita que avance durante su ausencia. ¿se siente intimidado ante la situación de iniciar la presentación y liderar la reunión? | 92 |
| Ilustración 44- Se presenta un conflicto entre dos personas por una decisión comercial en la cual usted está involucrado, ¿prefiere tomar distancia y permitir que ellos solucionen sus diferencias? | 92 |
| Ilustración 46 - En una reunión empresarial en donde están cuestionando su trabajo, ¿Tiene la capacidad de lograr acuerdos razonables con sus compañeros a pesar de tener posturas contrarias? | 93 |
| Ilustración 45 - Usted viene trabajando muy bien con un grupo/área de personas con las cuales tiene gran empatía, su jefe toma la decisión de cambiarlo a un nuevo grupo/área. ¿Le es fácil adaptarse rápidamente al cambio con sus nuevos compañeros?..... | 93 |
| Ilustración 48 - ¿Considera que sus acciones inspiran a sus compañeros de trabajo? 94 | 94 |
| Ilustración 47 - Considera usted que, para tener éxito, es completamente necesario el pasar por periodos de alto estrés y tensión como parte del precio a pagar por el reconocimiento? | 94 |
| Ilustración 50 - Finalizada su jornada laboral, usted ¿busca actividades de esparcimiento o grupales, para compartir intereses o afines? | 95 |
| Ilustración 49 - Se ha presentado un problema de difícil solución en la función que realiza, ¿considera conveniente exponerlo a su grupo de trabajo para buscar una solución? | 95 |
| Ilustración 51 Resultados Globales Pruebas I.E personal comercial RX S.A | 97 |
| Ilustración 52 - Grafica de los Resultados Grupo Asistencial | 100 |
| Ilustración 53 - Resultados Ejecutivos comerciales | 102 |

INDICE DE APÉNDICE

APÉNDICE A Matriz de evaluación instrumento de medición la interrelación de la
inteligencia emocional con los procesos comerciales de la organización RX S.A... 140

APÉNDICE B Matriz de Preguntas con código 145

APÉNDICE C Matriz de Resultados Individuales 148

APÉNDICE D Matriz de Datos descriptivos 158

APÉNDICE E Datos correlación de Pearson tomada de la aplicación e instrumentos de
medición tipo TEST 160

RESUMEN

Este trabajo de investigación plantea como objetivo principal el desarrollar un modelo que permita establecer la relación y uso de los componentes de la inteligencia emocional aplicados efectivamente al equipo comercial de la empresa RX S.A.

La organización RX S.A cuenta con un equipo comercial competente con gran desempeño, con cumplimiento de objetivos, con excelente relacionamiento hacia el cliente externo, el equipo comercial es capacitado constantemente, más sin embargo se han encontrado falencias con el proceso de atención al cliente interno y la forma como el proceso comercial se relaciona con este (Cartera, Logística, Administrativa, Ingeniería, etc.), estas falencias se pueden identificar como falta de empatía y la capacidad de reconocer las necesidades del cliente interno que permitan avanzar rápida y efectivamente a el logro del objetivo empresarial de RX S.A.

Para tal fin se realizó un estudio de tipo descriptivo correlacional a través de un test psicométrico basado en el modelo de inteligencia emocional de Daniel Goleman, con preguntas en escala de Likert con cuatro opciones de contestación, el cual se presentó a los integrantes del grupo comercial de la empresa RX S.A conformado por 11 ejecutivos comerciales distribuidos entre las principales ciudades de Colombia, 5 asistentes comerciales con base en Bogotá, Cali y Medellín y dos gerentes comerciales con sede en Bogotá. Las conclusiones indican que se presentan deficiencias en el proceso de atención al cliente interno de la compañía, lo cual impacta el desarrollo de los objetivos empresariales de una manera efectiva. A partir de los resultados encontrados se recomienda el trabajar sobre los aspectos de inteligencia emocional del equipo comercial de RX S.A.

Palabras Clave: Inteligencia Emocional, Empatía, auto liderazgo, autoconciencia, autogestión, aptitudes sociales.

ABSTRACT

The purpose of this investigation job is to raise, as a main objective, the development of a model that allows to establish the relation and use of the components of Emotional Intelligence, effectively applied to the RX S.A sales team.

The Organization RX S.A has a qualified sales team with a great performance, with fulfilment of objectives, with excellent relationships towards the external customer, with continuous training in sales, however extensive evidence has been found about weaknesses to the internal customer service and the way they relate with them (Collection, logistics, administrative, Engineering, etc), these weaknesses can be identified as a lack of empathy and the capacity to recognize the Internal customer needs that enables fast progress and effectively fulfilment of RXS.A objectives.

For that purpose, a study was carried out, the kind of descriptive and correlational investigation through a psychometric test based on the Daniel Goleman's model, with questions with four options (Likert model), this model was presented to the RX S.A sales group, formed by 11 Account Managers which are in the main cities of Colombia, 5 sales Assistants with base in Bogota, Cali, and Medellin and two Sales Managers based on Bogota. The findings point to there are weaknesses in the correct way to attend the needs of the internal customer, this situation impacts the correct development of the company goals. Based on the obtained results, it is recommended to work on aspects concerned E.I in the Sales team of RX S.A.

Key Words: Emotional intelligence, Empathy, self-leadership, self-awareness, self-management, social skills

1. INTRODUCCIÓN

En el siguiente trabajo de investigación se observa una articulación del desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en el contexto empresarial Colombiano, en relación con los resultados del año 2019, donde se logra apreciar un crecimiento exponencial del sector de Salud en donde se encuentra la empresa RX S.A objeto de este estudio.

Con respecto a al anterior, de esta investigación se contará con una herramienta que permita tener un modelo solución al inconveniente que muchas empresas enfrentan al momento de interrelacionar sus procesos desde el punto de vista emocional y desarrollo de conciencia de la función objetivo empresarial que se debe realizar, específicamente se estudia la interacción de un proceso comercial (Ejecutivos Comerciales y Asistentes Comerciales) con los demás procesos con los que tienen que interactuar (Cartera, Logística, Servicio ingeniería y Contable).

La inteligencia emocional genera la confianza de una comunicación asertiva, el desarrollo de conciencia orientado a las funciones del cargo, en las que se necesita tener un enfoque en el objetivo común a desarrollar y la habilidad para integrarse a las necesidades y requerimientos de los procesos de la organización. Si no se cuenta con un buen desarrollo de inteligencia emocional, puede conllevar al colaborador y a los procesos a experimentar un desgaste emocional y carga de estrés que puede desencadenar a desarrollar el síndrome de *Burnout*, C. Maslach-S Jackson 1986 y finalmente en la no obtención de los resultados esperados. Así mismo se busca la aplicación de un modelo de inteligencia emocional para potencializar el desempeño del personal y profesional del área comercial en el desarrollo de sus actividades y el entendimiento en su entorno laboral.

El síndrome de *Burnout* conlleva a pensar que solo los más fuertes sobrevivirán y que laboralmente se puede experimentar un proceso de selección natural/laboral, históricamente la palabra *selección* ha estado presente en la naturaleza, “Existen organismos que se reproducen y la progenie hereda características de sus progenitores, existen variaciones de características si el medio ambiente no admite a todos los

miembros de una población en crecimiento. Entonces aquellos miembros de la población con características menos adaptadas (según lo determine su medio ambiente) morirán con mayor probabilidad. Entonces aquellos miembros con características mejor adaptadas sobrevivirán más probablemente”. *Darwin, el origen de las especies*. De la misma manera se podría hablar de que en el ambiente laboral ocurre algo similar, en donde los trabajadores que no se adaptan rápidamente a su entorno y a su función, puede conllevar a dos situaciones; su desaparición (salida de la compañía) o la obtención de un resultado por fuera del objetivo trazado y/o requerido sumado a la frustración que se va desarrollando en el colaborador y que finalmente lo lleva a cambiar de empresa o mantenerse en la misma sin obtención de resultados.

Es por ello por lo que las organizaciones se encuentran en la búsqueda de aquellos factores determinantes del capital humano que permitan optimizar su desempeño. En este contexto las organizaciones comienzan a indagar acerca de las diferencias que se encuentran entre trabajadores de un rendimiento promedio y trabajadores de rendimiento destacado, encontrándose diferencias significativas en aspectos que van más allá de un conocimiento técnico, es decir, cobra mayor importancia aquellas cualidades, capacidades o aptitudes emocionales de estos trabajadores, aspectos que forman parte de la *Inteligencia Emocional*. Partiendo de Goleman quien define inteligencia emocional “capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos y los de los demás, de motivarnos y manejar adecuadamente nuestras relaciones” y seguidamente su reformulación de la siguiente manera Goleman indica “Capacidad para reconocer nuestros propios sentimientos y los de los demás, para motivar y gestionar nuestra emocionalidad en nosotros mismos y en las relaciones interpersonales” (1998, p.98).

En articulación con lo anterior y

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivos Generales

Establecer la relación de los componentes de la Inteligencia Emocional -I.E. aplicados en el equipo de trabajo del Departamento Comercial de la organización RX S.A, por medio de un estudio descriptivo correccional que permita diseñar el modelo comercial en la empresa que permita la integración del área comercial con los macroprocesos misionales de la organización RX S.A.

2.2. Objetivos Específicos

Identificar el desarrollo económico del contexto empresarial Colombiano de las pequeñas y medianas empresas – Pymes – determinando las oportunidades de negocio y crecimiento.

Conceptualizar los componentes de la Inteligencia Emocional en el equipo de trabajo del área comercial de la organización RX S.A, teniendo como base la estructura de los modelos teóricos y empíricos.

Determinar la relación entre la inteligencia emocional y los procesos comerciales de la organización RX S.A., a través de la correlación Pearson que permita la integración con los macroprocesos misionales de la organización.

3. PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

Como se logra evidenciar durante el desarrollo de esta investigación uno de los grandes inconvenientes que tienen las empresas actualmente, es alcanzar que sus colaboradores desarrollen la inteligencia emocional y sean conscientes de la importancia de esta, la cual, en su desarrollo, ayuda a dar manejo a situaciones diarias de la vida laboral y personal, mejorando la calidad de vida del colaborador. Citando a Gabel-Shemueli, Rachel, & Peralta Rondan, Verónica, & Paiva Lozano, Rosa Amelia, & Aguirre Huarcaya, Gisella (2012) - Diversos estudios han demostrado que las secuelas de la tensión laboral se derivan, principalmente, de la sobrecarga de trabajo, la ambigüedad del rol, los conflictos en el entorno laboral y la inseguridad. Estas secuelas pueden manifestarse en las personas como enfermedades físicas y emocionales (cardiovasculares, trastornos de alimentación o sueño, depresión, entre otros); y en la organización como un todo, en baja productividad, ausentismo, alta rotación, clima laboral negativo, entre otros (Anderson y Pulich, 2001; Mausner-Dorsch y Eaton, 2000), es por esta razón que toda empresa debe prestar especial atención a esta situación y trabajar en buscar el cómo desarrollar la inteligencia emocional de sus colaboradores en pro de un bienestar común y personal.

Como se explicará más adelante en esta investigación, las emociones son parte natural de la condición humana, en donde lo normal es que una persona experimente en algún momento de su vida alguna emoción negativa como la ira, la frustración, el estrés, etc., lo que no se considera normal, es que la persona se mantenga en estos estados de emoción por largos periodos de tiempo, lo cual en un ambiente laboral puede llegar a ser muy dañino, no únicamente para la persona sino también para la empresa, la cual contará con personal desanimado y un ambiente laboral negativo para el desarrollo de los objetivos empresariales.

Los procesos comerciales siendo parte fundamental de una empresa, diariamente debe interrelacionar con los demás procesos de la compañía (Departamentos como Logística, Cartera, Contabilidad y Servicios) esta interrelación puede generar ciertas fricciones entre procesos, dados sus diferentes puntos de vista y

necesidades, por lo tanto necesariamente deben contar con un alto desarrollo de inteligencia emocional que les permita ampliar la empatía hacia los procesos de apoyo de la compañía, pero para tal fin es necesario entregar las herramientas necesarias al grupo de trabajo, las cuales le permitirán identificar los puntos a fortalecer, reconociendo la importancia de contar con la conciencia de desarrollar esta inteligencia emocional, que finalmente le permitirá al proceso comercial integrarse efectivamente con los demás procesos de apoyo de la compañía, brindando esto bienestar a los trabajadores y enfocarse en el objetivo común a alcanzar.

Este trabajo de investigación aporta significativamente al grupo de investigación de la Facultad denominado Grupo de Investigación en Administración e Innovación- GAIA - en la línea de investigación Administración e innovación, gran línea Ciencias sociales y en el campo de acción Sociedad.¹

Es así como después de haber determinado el problema se busca dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los factores determinantes de la Inteligencia Emocional que pueden ayudar a mejorar el entendimiento, integración efectiva y logro de objetivos del proceso comercial de la empresa RX SA? con los demás macroprocesos de la compañía?

¹ Universidad Santo Tomas. Líneas de Investigación. ¿Qué son las líneas de investigación? Las líneas de investigación son enfoques generados a partir de proyectos, problemas u objetos de investigación relevantes dentro de un campo de conocimiento, o de manera interdisciplinaria, que de forma sistemática contribuyen a la generación de nuevo conocimiento y su apropiación social, el desarrollo tecnológico e innovación, la formación de recurso humano para la ciencia, la tecnología y la innovación acorde con las necesidades del país y en el marco de los contextos mundiales. Disponible en <<https://unidadinvestigacion.usta.edu.co/index.php/procesos-de-gestion/lineas-de-investigacion>>

4. JUSTIFICACIÓN

La Presente Investigación se enfoca en desarrollar un modelo de inteligencia emocional para el grupo Comercial de la empresa RX S.A, ya que debido a las múltiples interacciones que el grupo comercial tienen con los diferentes grupos de apoyo de la empresa (Cartera, Logística, Contabilidad, Administrativa y servicios de ingeniería), conlleva a que se presenten ciertos inconvenientes como son la falta de empatía, comunicación no efectiva, miedos, egos, luchas de poder, etc., que pueden entorpecer el desarrollo del objetivo final de la compañía que es la venta, el bienestar empresarial y la satisfacción del cliente.

Estos inconvenientes, principalmente apuntan a la falta de inteligencia emocional entre procesos, entendiendo la inteligencia emocional como la define Goleman (1995) - el coeficiente intelectual es insuficiente para predecir el éxito mientras que la inteligencia emocional, el conocimiento de uno mismo, la perseverancia ante el miedo, el fracaso, el aburrimiento y la frustración, así como la empatía, las artes sociales, y la capacidad de librarse de las pasiones son mayores determinantes para el logro del éxito personal y laboral.- Citado de Carmona-Fuentes, Patricia, & Vargas-Hernández, José G., & Rosas Reyes, Roberto E. (2015), en donde es claro que no únicamente es suficiente contar en la empresa con personas con alto coeficiente intelectual pero si ayudar a desarrollar la inteligencia emocional del equipo de trabajo, con el fin de mejorar el ambiente laboral y la consecución de los objetivos empresariales de la compañía RX S.A . Así, el presente trabajo permitirá identificar el nivel de inteligencia emocional del grupo Comercial de la empresa RX S.A y contar con un modelo que permita identificar los componentes de la inteligencia emocional integrados al grupo comercial de la empresa RX S.A.

5. MARCO REFERENCIAL

Esta investigación busca fortalecer los elementos empresariales necesarios en el área comercial de la organización RX S.A, articulando los elementos, conceptos, modelos de la inteligencia emocional que coadyuve a estructurar el área comercial a través de las diferentes competencias de la I.E en el equipo de trabajo. A continuación, se da a conocer la línea de los temas tratados durante el desarrollo de esta investigación (ver figura 1)

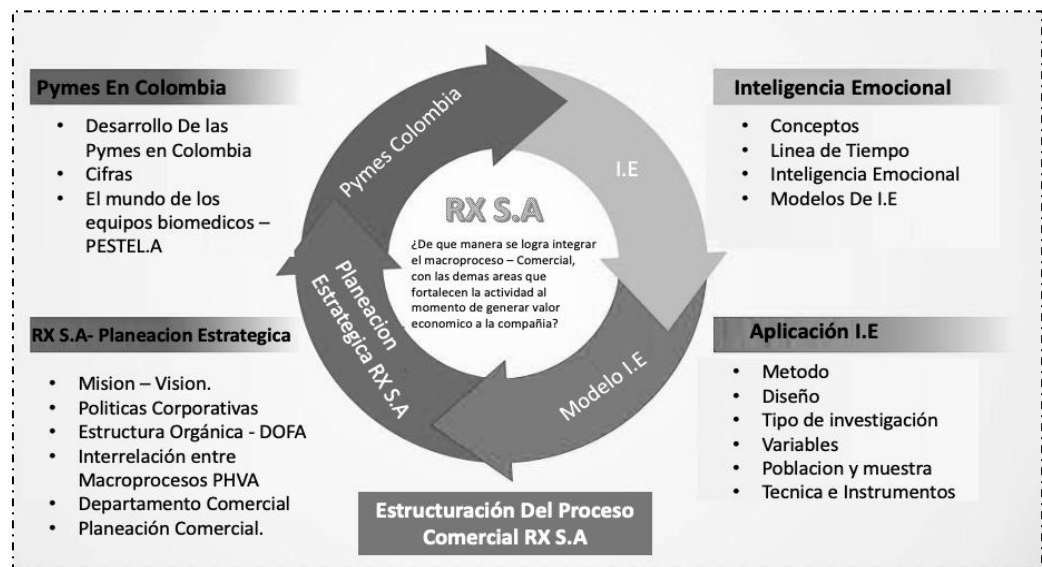


Figura 1 Mapa conceptual-Articulación de la inteligencia emocional con el equipo comercial
RXS.A

Fuente elaboración propia

5.1.DESARROLLO DE LAS PYMES EN COLOMBIA Y SUS OPORTUNIDADES EN EL MERCADO

En Colombia, las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) desarrollan su actividad productiva en medio de una paradoja. De un lado, su aporte a la economía es incuestionable, pero, por el otro, existen condiciones y entornos que disminuyen su competitividad y no les permiten ser el motor que podrían ser... (Revista Dinero, 2017), Teniendo como punto de partida este concepto, las Pymes deben enfocar sus esfuerzos

en mejorar su competitividad y llegar a ser el motor económico que deben ser, proyectando de una mejor manera sus objetivos, resaltando:

- **Mejorar su productividad:** tanto interna como externamente, en este punto se considera importante el cómo la empresa se relaciona con su medio ambiente e igualmente como su talento humano trabaja internamente, enfocando sus esfuerzos en el logro de objetivos empresariales.
- **Innovación:** Generalmente las pequeñas y medianas empresas, enfocan sus esfuerzos en solventar sus inconvenientes del día a día, no proyectando ni prospectando para el futuro. Buscar la innovación debe ser un deber para tener en cuenta, teniendo en cuenta que de acuerdo con el DANE (2019), más del 90% del producto nacional pertenece a las Pymes, siendo responsable del 35% del PIB y genera el 80% del empleo.
- **Ampliar el mercado:** La diversificación de sus productos asegurará en parte su continuidad.

De acuerdo con el informe de la ANIF (2019) (Gran Encuesta PYME 2019-Colombia) en donde se realizó una encuesta a varias empresas Pymes de diferentes sectores comerciales según su desempeño, para la organización RX S.A que se encuentra en el sector del comercio y servicios se puede observar que participa en un amplio sector de productos Farmacéuticos (13%) y servicios de ingeniería (21%). (Ver Ilustración 1).

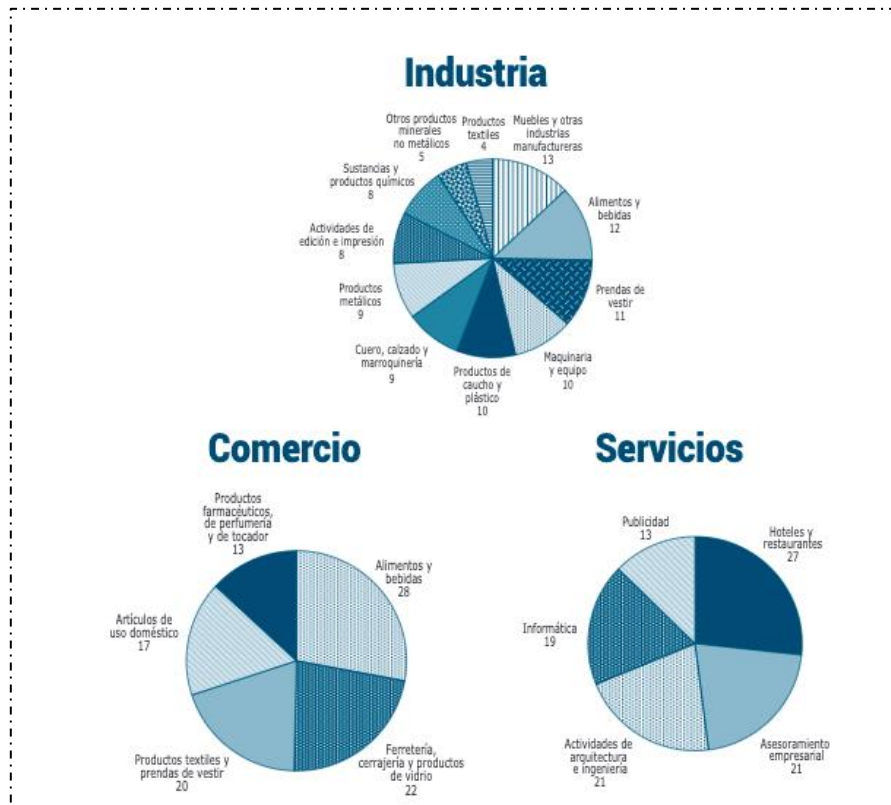


Ilustración 1 Distribución de la muestra a nivel sectorial

Fuente tomado de Gran Encuesta PYME 2019, pag.5

Según la encuesta Pyme 2019 identifica el tamaño de la muestra en donde se observa un alto indicador en las pequeñas empresas con 1.427 empresa y en medianas 375 empresas. (ver tabla 1).

Tabla 1 Tamaño de la Muestra Encuesta Pyme

| Tamaño | Industria | Comercio | Servicios | Muestra total |
|--------------|------------|------------|------------|---------------|
| Pequeñas | 426 | 497 | 504 | 1.427 |
| Medianas | 123 | 113 | 139 | 375 |
| Total | 549 | 610 | 643 | 1.802 |

Fuente Tomado de Gran Encuesta PYME 2019, pág. 43

De esta encuesta se obtuvieron resultados importantes como el desempeño de las PYMES en general y ventas, como lo muestra la Ilustración 2.

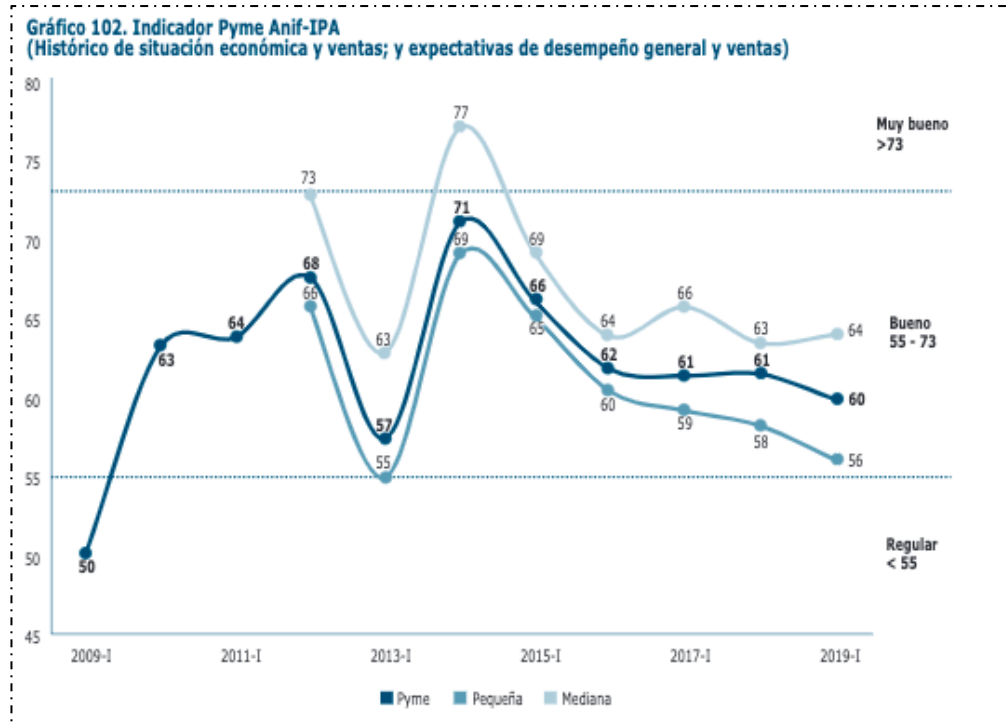


Ilustración 2 Indicador Pyme Anif-IPA

Fuente Tomado de la gran encuesta PYME 2019, pág. 42

En la Ilustración 2, la encuesta muestra como en general el sector de las PYMES ha mostrado una tendencia a la baja en lo que refiere a el indicador PYME Anif-IPA, si bien el indicador muestra un resultado positivo (en el rango de bueno), su tendencia ha sido de estancamiento o a la baja, esto refleja que no se está creciendo en el desarrollo de este sector industrial tan importante para la economía del país. Estudiando otros indicadores del mismo informe, se encuentra como el principal interés de las PYMES es el capacitar a su personal (Mejorar su Productividad), seguido por el obtener una certificación y luego se tiene el Lanzar un Nuevo producto (Innovar) y Diversificar o ampliar sus mercados en Colombia (Ampliar el mercado), ver Ilustración 3.

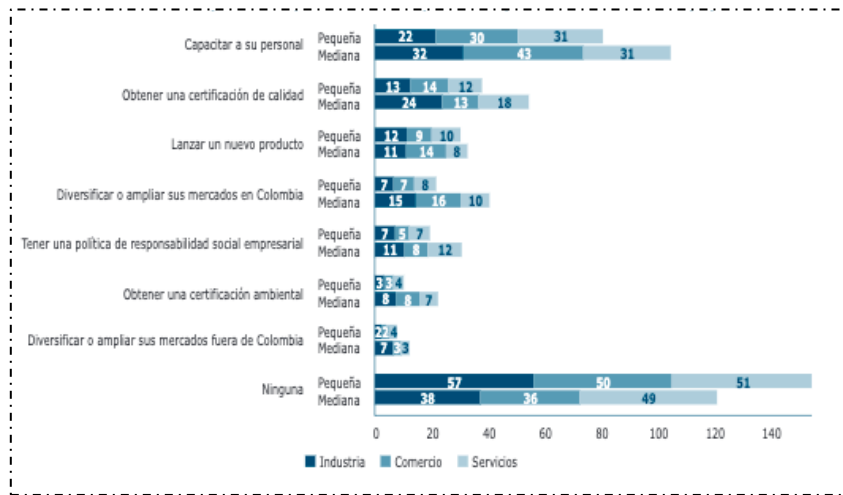


Ilustración 3 Intereses de la Pymes

Tomado de la gran encuesta PYME 2019, pág. 33

Así mismo se puede observar coherencia en que los intereses de las PYMES están muy en sintonía con los primeros postulados (Mejora de Productividad, Innovación y ampliación de Mercado), pero realmente la pregunta que se debe formular es; ¿El sector de las Pymes en Colombia si lo están realizando de manera correcta? En lo que concierne al presente modelo, el interés está centrado en la Mejora de Productividad vista desde el punto no únicamente del capacitar a un personal (comercial) en su componente técnico para que desarrolle una función, sino además complementarla en su experiencia emocional (Inteligencia Emocional).

Con respecto a lo anterior según Yonder (1956) la capacitación “es un medio para desarrollar la fuerza de trabajo de las organizaciones” (Página 9). Pero Chiavenato I. (2007) ofrece un concepto más amplio, definiendo la capacitación como “el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimiento, desarrollan habilidades y competencias en función de sus objetivos” (pag.385), es clara la importancia de capacitar a las personas y líderes de procesos para que se tenga el desarrollo de habilidades y competencias que le permitan afrontar los retos de su función no únicamente enfocado en el desarrollo de

su función técnica pero si complementado en el desarrollo del control de sus emociones y empatía por los demás procesos con que interactúa.

El equipo comercial de una compañía siendo un proceso clave, al interactuar con otras personas y procesos de trabajo deben mantener un comportamiento estable, un equilibrio en sus emociones, la empatía hacia otros y una actitud siempre positiva enfocada a la vocación de servicio, entonces , ¿Cómo generar empatía hacia otros procesos y personas? ¿Qué los prepara para esto? o ¿Cómo lograr el trabajo en equipo con otros procesos o personas? la respuesta no es precisa, más sin embargo se cuenta una herramienta llamada “inteligencia emocional”, Goleman, D.(2005) quien la define como “la capacidad de controlar las emociones propias, las de otros, empatizar y motivarse a sí mismo”.(p.30) La inteligencia emocional es sumamente importante y en un ámbito comercial es clave aprender a desarrollar habilidades que permitan encontrar un equilibrio, un manejo apropiado de las emociones conjuntamente con la capacidad de automotivación en función de la búsqueda del objetivo común de la compañía. Si se aplican correctamente estos conceptos se pueden lograr o generar resultados importantes. De acuerdo con lo antes expresado Goleman afirma:

Todas las personas pueden mejorar su inteligencia emocional en cualquier momento de su vida, como potencial a ser desarrollado como un conjunto de destrezas a optimizar, mediante un asertivo entrenamiento, cuando una organización aplica los principios de la inteligencia emocional consigue fomentar y desplegar las capacidades laborales y creativas de su equipo humano, adaptándose rápidamente a los cambios propios de la evolución, fomentando una dirección más flexible, competitiva y sana. (Daniel Goleman, 2005, p.39)

Si se busca mejorar la productividad de una compañía como lo muestra la Gran Encuesta PYME 2019, la formación o capacitación del personal de las PYMES, no debe estar enfocado únicamente en el desarrollo de la habilidades técnicas, es importante generar las herramientas para que paralelamente se fortalezcan las herramientas de empatía, automotivación y control de emociones enfocado en el logro

de objetivos, El uso conjunto de estas herramientas (I.E), permite identificar las falencias que se tienen en el proceso comercial y como se pueden mejorar para generar una estrecha empatía, un desarrollo del trabajo en equipo, tener claridad del objetivo a lograr y claro está, el tener un personal capacitado para afrontar conscientemente los desafíos diarios de su función, combinando perfectamente las habilidades técnicas con las habilidades blandas.

Dando alcance a la estructura metodológica de esta investigación se realiza una matriz de impacto denominada PESTEL-A, que significa Político, Económico, Social, Tecnológico y Ambiental, generando un cruce con la matriz de DOFA, el cual nos permite evidenciar un escenario más amplio de la participación de las Pymes en la economía Colombiana. (ver Tabla 2)

Tabla 2 Matriz PESTEL -A aplicados en las Pymes Colombia

| NUM | FACTOR | FACTOR DE ÉXITO | DESCRIPCIÓN | D.O.F A | MAGNITUD DE IMPACTO | GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS |
|-----|-------------------|---------------------|--|---------|---------------------|--|
| 1 | POLÍTICO LEGAL | Ley 1819 De 2016 | Compañías con utilidades menores a 800 millones de pesos: el gobierno propuso en 2017 una tarifa del 34 % (igual a la del 2016), para llegar al 32 % en 2019. Uno de los temas importantes en este caso es el impuesto CREE (orientado a la financiación del sistema de seguridad social). A pesar de la reestructuración tributaria estas condiciones se mantienen, si tenemos en cuenta que tras su derogación y para compensarlo se aumentó la tarifa del impuesto de renta de un 25% en 2016 a un 34% en 2017 (en este último las empresas beneficiadas con la exoneración del Creer notarían el descuento). Para las empresas que ya estaban creadas esta ley es un beneficio, para los nuevos empresarios, la carga tributaria sigue siendo alta. Noticias Sempli 2020 | O | 3 | Mantener e invertir estos beneficios |
| 2 | POLÍTICO LEGAL | LEY 2010 2019 | La Disminución gradual del impuesto a la renta del 33% al 30%, en los próximos 3 años. Se permitió el descuento en el impuesto de renta de los gastos en IVA de la inversión en capital y de los pagos del Impuesto de Industria y Comercio. En particular, el descuento del IVA pagado en bienes de capital reduce los costos de la inversión y mejora la estructura de este impuesto, al dejar de castigar la inversión. Se creó el mecanismo de tributación SIMPLE a través del cual se facilita el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las micro y pequeñas empresas (8.333 empresas inscritas). En un único formulario podrán liquidar sus obligaciones tributarias de renta e ICA, reduciendo sus costos y promoviendo la | O | 3 | Mantener e invertir estos beneficios |

| NUM | FACTOR | FACTOR DE ÉXITO | DESCRIPCIÓN | D.O.F A | MAGNITUD DE IMPACTO | GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS |
|-----|----------------|-----------------------------|---|---------|---------------------|--|
| | | | formalización, de igual forma, los pagos de pensiones por parte del empleador se descuentan del SIMPLE. Además, a través de este impuesto los restaurantes también podrán liquidar el impuesto al consumo. Reducción en el porcentaje de renta presuntiva para el año gravable 2020 del 1.5 por ciento al 0.5 por ciento, con miras de eliminarla. Lo anterior, beneficia principalmente a microempresas y emprendimientos, dado que disminuirían los riesgos en la sostenibilidad para el mediano plazo. De acuerdo con el comunicado de ACOPI 2020 | | | |
| 3 | POLÍTICO LEGAL | Salario Mínimo | Como bien se conoce el aumento del SMLMV para el año 2020 fue del 6%, pasando de \$828.116= a \$877.802= es un tema referente en la economía por la contratación de empleados o trabajadores el cual no debe ser inferior a la suma mencionada estipulada por la ley, a excepción de los casos en que se trabaje menos tiempo, con el aumento del salario mínimo todo tiende a subir. Dada la pandemia el gobierno de Colombia propone subsidiar el 40% de un salario mínimo a los trabajadores de las empresas que hayan tenido una disminución de al menos el 20% en su facturación en abril 2020. Revista Portafolio 2020 | O | 3 | Invertir estos beneficios en capacitaciones |
| 4 | ECONÓMICO | Inflación-Tasa de Desempleo | El Índice de Precios del Consumidor (IPC) del mes de julio 2020 fue de 0,0%, un dato mensual que no se veía desde agosto de 2005, según anunció el director del DANE, Juan Daniel Oviedo. | A | 3 | Se deben generar estrategias que ayuden a minimizar el |

| NUM | FACTOR | FACTOR DE ÉXITO | DESCRIPCIÓN | D.O.F A | MAGNITUD DE IMPACTO | GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS |
|-----|--------|-----------------|---|---------|---------------------|--|
| | | | <p>De acuerdo con el DANE, ese comportamiento se debe, principalmente, a las medidas de confinamiento que se han tomado en los últimos meses.</p> <p>Inflación anual 1,97% para el 2020.</p> <p>Esta situación se debe al bajo consumo por parte de los clientes en general dada la pandemia.</p> <p>Según ACOPI (Encuesta realizada en Bogotá – Pymes), dos de cada Pymes cerrarían por efectos de la pandemia. (figura XX Fuente ACOPI).</p> <p>Según las estimaciones de Fedesarrollo, el peor de los escenarios es llegar a 19,5% y en el mejor es 13,3% en la tasa de desempleo.</p> <p>“ACOPI Bogotá-Cundinamarca apoya las medidas del Gobierno Nacional y administraciones locales, pero manifiesta que con estas decisiones los niveles de desempleo en el corto plazo serán más del 25%”, explicó el gremio en el estudio.</p> <p>El informe resalta que solo menos del 19% de las empresas no reducirán su planta de personal ante la emergencia. “Esto, sin ninguna duda, será un golpe fuerte para el empleo nacional si se contempla que el total de los empleos registrados en la encuesta es de 1.661, aun cuando la muestra es pequeña”, indicó Acopi.</p> <p>Ante las medidas del Gobierno Nacional, 55,08% de las empresas encuestadas indicó que estas no ayudarán al desarrollo de su sector productivo, mientras que solo</p> | | | <p>impacto de la inflación y los costos que esto conlleva como la elevación de precios</p> |

| NUM | FACTOR | FACTOR DE ÉXITO | DESCRIPCIÓN | D.O.F A | MAGNITUD DE IMPACTO | GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS |
|-----|-----------|----------------------|--|---------|---------------------|--|
| | | | 14,41% afirmó que sí ayudarán. Acá las Pyme son 99% del tejido empresarial. | | | |
| 5 | ECONÓMICO | Nivel de Desarrollo | De acuerdo con un informe de Confecámaras, en el primer semestre de este año2020, la aparición de nuevas compañías bajó 26,3 % respecto a el semestre anterior, aunque en junio se registró el primer crecimiento en tres meses. Abril 2020, el peor mes hasta el momento. Estos datos no sorprenden al estar enmarcados en la pandemia por el COVID-19, que trae consigo la que se anuncia como la peor crisis en la historia económica global y del país. Las cuentas del Gobierno, contempladas en el Marco Fiscal de Mediano Plazo, dan cuenta de una contracción de la economía nacional de 5,5 %. Las proyecciones de entidades como el BBVA (que esta semana presentó sus análisis más recientes) hablan de un PIB de – 7,5 % para 2020. EL Espectador 2020 | A | 4 | Se deben aprovechar los beneficios brindados por el gobierno para mantener las empresas. |
| 6 | ECONÓMICO | Desarrollo Económico | En abril 2020, en Colombia el sector más afectado es el de comercio al detalle presentando una caída del 69%, seguido por entretenimiento y hotelería y turismo. Entretanto, el sector de asesoramiento y consultoría presentó una mayor oportunidad de crecimiento frente a la crisis, pues 51% de las empresas de este sector han vivido un incremento en facturación. La Republica 2020 | A | 4 | Acogerse a las medidas brindadas por el gobierno para reducir el impacto por la pandemia |
| 7 | ECONÓMICO | Tasa de cambio | En Colombia la devaluación del peso Colombiano frente al dólar, impacta a la mayoría de Las pymes en Colombia, esto debido a que la materia prima o | A | 3 | Se deben generar estrategias que permitan |

| NUM | FACTOR | FACTOR DE ÉXITO | DESCRIPCIÓN | D.O.F A | MAGNITUD DE IMPACTO | GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS |
|-----|------------|-----------------------|---|---------|---------------------|--|
| | | | productos con que trabajan son en su gran mayoría importados, esto finalmente impacta sobre el producto final. | | | minimizar el impacto de la devaluación, por ejemplo, acordar con los proveedores tasas promediadas o fijas |
| 8 | ECONÓMICO | Expectativa Económica | De acuerdo con las expectativas de los principales indicadores para el segundo trimestre del año, los empresarios Pymes se muestran pesimistas frente al futuro inmediato, debido a que más del 50%, estima decrecimiento a nivel general: Ventas (69%), producción (63%), inversión (64%), empleo (58%), exportaciones (71%) e importaciones (72%). ACOPI 2020 | A | 4 | Es necesario la diversificación y el buscar nuevos nichos de mercado. |
| 9 | TECNOLOGÍA | Desarrollo | En Colombia, el porcentaje de inversión en innovación es aproximadamente inferior al 2% de los ingresos. Pero es un hecho que las empresas que logran crecer más rápido invierten a tasas muy superiores. Las Pyme utilizan inicialmente soluciones cuyo nivel de inversión en dinero y esfuerzo es muy bajo, como pueden ser enlaces de pagos y microsítios. Estos le permiten a una marca vender sin necesidad de tener una página web. La estrategia es acercar el mundo virtual a los canales tradicionales y su público, haciendo uso de la omnicanalidad. La Republica 2020 | O | 2 | Continuar |
| 10 | TECNOLOGÍA | Innovación | Tres puestos ganaron este año Colombia en el Índice Global de Competitividad (IGC), del Foro Económico | O | 2 | Continuar y mejorar |

| NUM | FACTOR | FACTOR DE ÉXITO | DESCRIPCIÓN | D.O.F A | MAGNITUD DE IMPACTO | GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS |
|-----|-----------|------------------------|---|---------|---------------------|---|
| | | | Mundial (FEM) 2019. El país pasó de ocupar el lugar 60 en 2018 (entre 140 países) al lugar 57 este año (entre 141 países), de acuerdo con el informe que fue divulgado por el Foro Económico Mundial. Revista Dinero 2020 | | | |
| 11 | SOCIAL | Confianza | El Índice de Confianza Comercial se ubicó en -3% en junio, lo que representó una mejora de 6,3 puntos porcentuales frente al mes anterior, cuando era de -9,2%, reveló este miércoles la Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo. Dinero 2020 | A | 3 | Es necesario el buscar nuevos nichos de mercado |
| 12 | SOCIAL | Nivel de Ingresos | La metodología con la cual se clasifica para una empresa como micro, pequeña, mediana o grande tendrá un remezón en Colombia, que se comenzaría a sentir a partir del próximo año. Portafolio 2019 | O | 3 | Continuar |
| 13 | SOCIAL | Defensa del Consumidor | El productor que pretenda poner en el mercado deberá estar dispuesto a las normas técnicas y reglamentos que se tengan para la elaboración de estos, se busca que el consumidor conozca todos los objetivos que integran el bien a adquirir teniendo en cuenta los Art. 23 y 26 de la ley 1480 de 2011 y el artículo 29 del estatuto del Consumidor | O | 2 | Continuar |
| 14 | AMBIENTAL | Pymes y Sostenibilidad | Según el Global Reporting Initiative (GRI), organización que mide estos estándares en el mundo y que trabaja de forma directa en el país desde hace cinco años, en Colombia 204 empresas grandes reportan sus indicadores de sostenibilidad. Ahora busca que no solo las compañías de gran tamaño se comprometan con el tema, sino que apoyen a sus cadenas de suministro: las pymes. | O | 4 | Continuar |

| NUM | FACTOR | FACTOR DE ÉXITO | DESCRIPCIÓN | D.O.F A | MAGNITUD DE IMPACTO | GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS |
|-----|-----------|-----------------|--|---------|---------------------|---------------------------|
| | | | <p>A partir de 2016, con la financiación del Programa Suizo de Cooperación al Desarrollo Económico en Colombia, el GRI lanzó el Programa de Negocios Competitivos para pequeñas y medianas organizaciones. Esta iniciativa busca motivarlas a comprometerse con el desarrollo de reportes de sostenibilidad.</p> <p>El programa busca que puedan identificar, medir, gestionar y comunicar los aportes e impactos en sostenibilidad. Y de paso sumar valor a su operación, al fortalecer la relación con sus compradores y otros grupos de interés. “Si las pymes son responsables de más del 70 % del empleo del país, también deben serlo de los impactos positivos y negativos que generan desde el punto de vista social, ambiental y económico”, considera Pradilla. -Revista Semana 2019/04/12</p> | | | |
| 15 | AMBIENTAL | Teletrabajo | Con la aparición de una nueva realidad (COVID19), las compañías en general han empezado a implementar el teletrabajo para su fuerza laboral, esto impacta directamente en el consumo energético, el consumo de agua y el transporte público los cuales se ven reducidos por esta situación. | O | 4 | Continuar |

Nota: ** A: Amenaza, O: Oportunidad***Magnitud de Impacto del 1 al 6: 1 bajo Impacto, 6 alto impacto

Fuente de elaboración Propia, con fundamento en resultados económicos de Colombia

Una vez realizado el análisis de las Pymes en Colombia y viendo la necesidad de articular los conceptos de habilidades blandas, esta investigación fomenta la articulación de la habilidad de generar valor en las organizaciones, a través de la inteligencia emocional de los procesos comerciales de las organizaciones en especial atención de la empresa RX S.A.

El siguiente capítulo trata de dar a conocer conceptos, tipos de inteligencias, modelos, línea de tiempo de la inteligencia Emocional y enfocarlos en el desarrollo de un ambiente laboral inteligente.

5.2. LAS INTELIGENCIAS MÚLTIPLES

En este proceso de investigación se detecta las inteligencias múltiples que permiten dar una línea de tiempo en el descubrimiento de las diferentes inteligencias en ello para Edward L. Thorndike (1937) da a conocer el termino inteligencia social para describir la habilidad de comprender y motivar otras personas, en este punto ya se empieza a entrever la necesidad de comprender los comportamientos de las personas. Años posteriores en 1940, David Wechsler, enuncia la influencia de factores no intelectivos sobre el comportamiento inteligente y sostuvo, además, que los test de inteligencia no serían completos hasta que no se pudieran describir adecuadamente estos factores, Wechsler, D. (1940), claramente ya se empieza a entender que además de los comportamientos conocidos como inteligentes (razón sobre la acción), existen otro tipo de comportamientos que el autor define como no intelectivos que impactan el resultado final de un comportamiento o acción.

Articulando lo anterior se muestra la línea de tiempo propuesto por cada uno de los autores relacionados (ver figura 2)

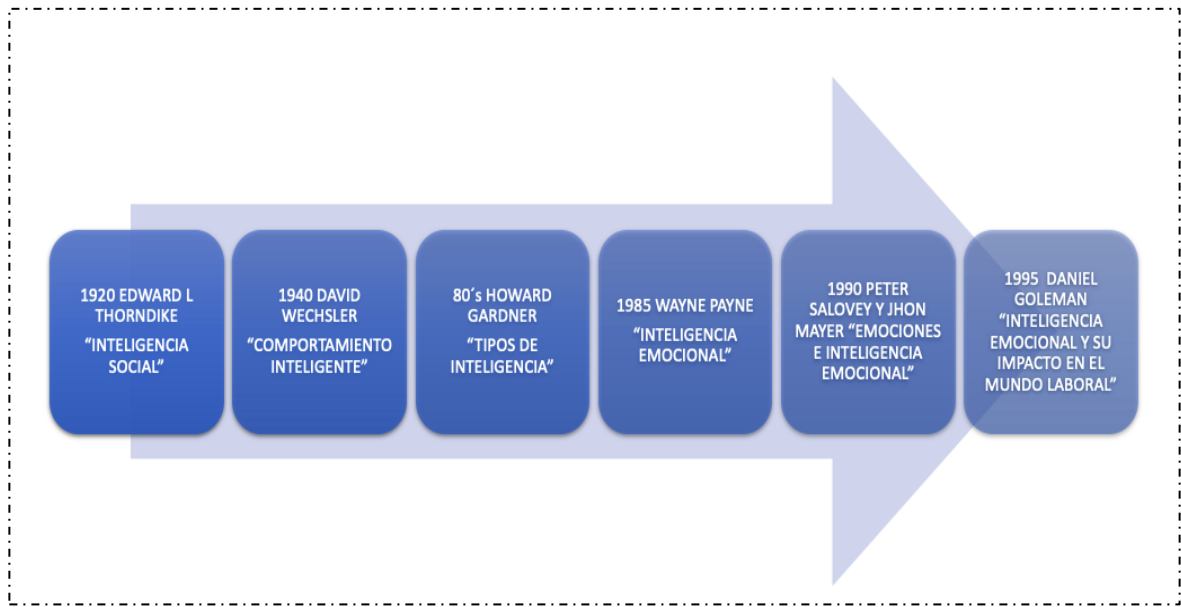


Figura 2 Línea de Tiempo Inteligencia Emocional y sus autores

Fuente de elaboración propia con sustento en cada autor relacionado

Con respecto a lo anterior, se afirma que hasta principios de los años 80's cuando Howard Gardner, formuló que existían varios tipos de inteligencia, entre ellos la inteligencia Intrapersonal e interpersonal definiendo que la inteligencia Interpersonal se define como la capacidad de entender las intenciones, motivaciones y deseos de otras personas. Esto les permite a las personas trabajar efectivamente unos con otros. Por otro lado, se determina la definición de Inteligencia Intrapersonal como la capacidad de entenderse a uno mismo, de apreciar los sentimientos propios, miedos y motivaciones. Smith, M.K. (2002).

De la misma manera Gardner define 8 tipos de inteligencias múltiples que sumadas a la Interpersonal y a la Intrapersonal ya descritas, se definen:

- Inteligencia Logico-Matemática: Corresponde a el pensamiento del hemisferio lógico, la capacidad de análisis numérico de manera efectiva. Propia de los financieros, ingenieros y científicos
- Inteligencia Lingüística: Es la capacidad de usar palabras de manera efectiva en forma oral o escrita, incluyendo la habilidad en la sintaxis, la semántica y la fonética. Propia de los Políticos, CEO's y Comerciales.

- Inteligencia Kinestésica: Se entiende como la capacidad de usar el cuerpo en la expresión de ideas y sentimientos. Propia de los bailarines, mimos y Gimnastas
- Inteligencia espacial: Es la capacidad de pensar en tres dimensiones y la capacidad de efectuar transformaciones sobre esas percepciones. La comprensión de un mapa, la orientación y la capacidad de imaginación. Propia de los pilotos y escultores.
- Inteligencia Musical: Capacidad de percibir, discriminar, transformar y expresar las formas musicales. Propia de los cantantes y los compositores.
- Inteligencia Naturalista: Habilidades de observación, experimentación, reflexión y cuestionamiento de nuestro entorno natural. Propia de los biólogos.

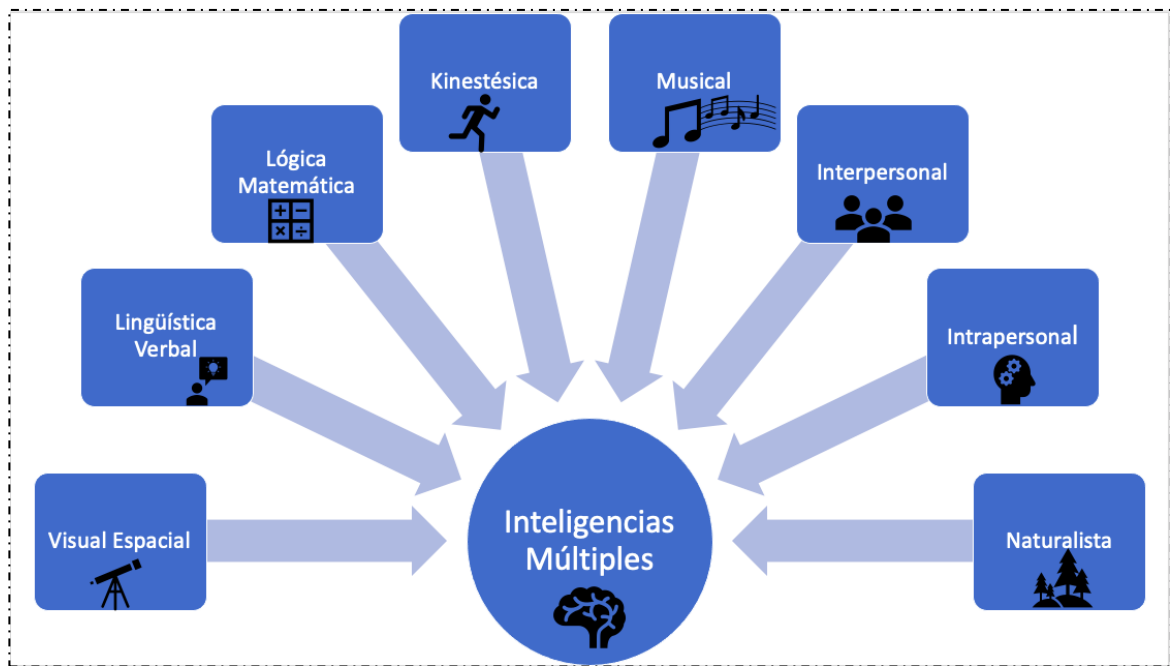


Figura 3 Inteligencias múltiples-

Fuente elaboración propia con base al modelo de Gardner

Como se puede observar en la figura 3. anterior Gardner (1986) empieza a perfilar más definidamente la importancia de auto conocerse y auto motivarse, mostrando el interés científico de conocer y explorar más profundamente las emociones de las personas y su impacto en la vida, pero su estudio va más enfocado a la parte cognitiva del sentimiento (comprensión del mismo) y no a la influencia o el papel que

desempeñan los sentimientos en el ser, dejando claro a su vez que indicadores como el coeficiente Intelectual CI, no son suficientes para definir el éxito de una persona a lo largo de su vida.

El término de Inteligencia Emocional aparece atribuido en 1985 a la publicación de Wayne Payne 1985 teniendo en cuenta que el término Inteligencia emocional, ya se había utilizado por otros autores como Beldoch (1964) y Leuner (1966), en donde Payne cita:

Este documento introduce el concepto de inteligencia emocional, una facultad de conciencia hasta ahora pasada por altos. Una rigurosa estructura teórica y filosófica es desarrollada para aclarar la naturaleza y características de la emoción y de la inteligencia emocional y para permitir explorar como uno va desarrollando la inteligencia emocional – en uno mismo, por medio de la educación, en otros.

Con respecto a lo anterior según W. Payne (1985) menciona los términos como “ignorancia emocional”, refiriéndose al conocimiento que tienen las personas acerca de sus emociones, generando en ellas conflictos como “depresión, adicción, enfermedades y conflictos de religión” y de cómo la sociedad ha impedido el desarrollo de la inteligencia emocional en las personas, siempre tratando de negar nuestra emoción natural la cual influye en cada aspecto de nuestras vidas.

Seguidamente Peter Salovey y Jhon Mayer (1990) utilizan el término inteligencia emocional y lo definen como: “la habilidad de las personas para percibir (en uno mismo y en los demás) y expresar las emociones de forma apropiada, la capacidad de usar dicha información emocional para facilitar el pensamiento, de comprender y razonar sobre las emociones y de regular las emociones en uno mismo y en los demás” Salovey, P y Mayer, D (1990 P.185-211), en donde los autores retoman el legado de Gardner y profundizan más en el reconocimiento de los sentimientos internos de cada ser y de los seres con que interactúa, este proceso, sin embargo, no tiene por qué producirse de manera espontánea. Por el contrario, suele requerir un esfuerzo consciente de la persona.

El concepto de las emociones sobre el mundo laboral, comienza a ganar fuerza y es Daniel Goleman quien finalmente catapulta el concepto de inteligencia emocional con su libro “Inteligencia emocional” en donde realiza un estudio de las emociones en relación a la razón, basado en el desarrollo del cerebro - debemos considerar la forma en que ha evolucionado el cerebro – Goleman, D (1996, p.17) y su estructura, planteada por primera vez por Paul MacLean (1990), en donde definió una estructura cerebral dividida en tres sistemas cerebrales. El cerebro, de acuerdo con Goleman, ha evolucionado a través del tiempo de acuerdo con las experiencias que el ser humano ha tenido que atravesar en su desarrollo y se encuentra en este punto tres estructuras de importancia:

5.2.1. Tallo Encefálico – Tronco encefálico

Está formado por el mesencéfalo, la protuberancia anular (o puente tronco encefálico) y el bulbo raquídeo (también llamado médula oblongada), ver figura 4

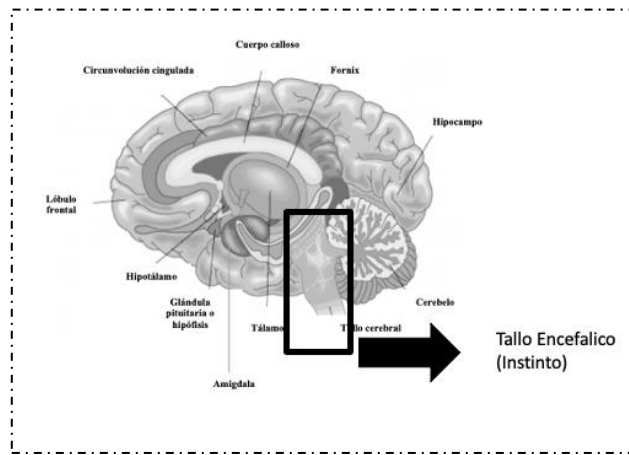


Figura 4 Tallo Encefálico

Fuente elaboración Propia adaptación Duque, 2011

Es la mayor ruta de comunicación del cerebro, la médula espinal y los nervios periféricos. También controla varias funciones incluyendo la respiración, regulación del ritmo cardíaco y aspectos primarios de la localización del sonido y del olfato. Formado por sustancia gris y blanca, el tallo encefálico no es una unidad cognitiva, su

función se enfoca, acorde a Goleman 1996- “mantener el funcionamiento del cuerpo y asegurar la supervivencia del individuo, Goleman 1996 (p.17). El cerebro reptiliano es considerado como una estructura ancestral regulando funciones instintivas como individuo (comer, respirar, dormir) y como especie (Impulsos y relaciones sexuales). En este punto todo ser humano que interrelaciona con otro ser humano, hacen uso del sistema encefálico, por lo que en las relaciones empresariales su uso es de manera instintiva y cotidiano.

5.2.2. Sistema límbico

Considerado como el centro de emociones, Está formado por partes del tálamo, hipotálamo, hipocampo, amígdala cerebral, cuerpo caloso, septo y mesencéfalo. Ver figura 9

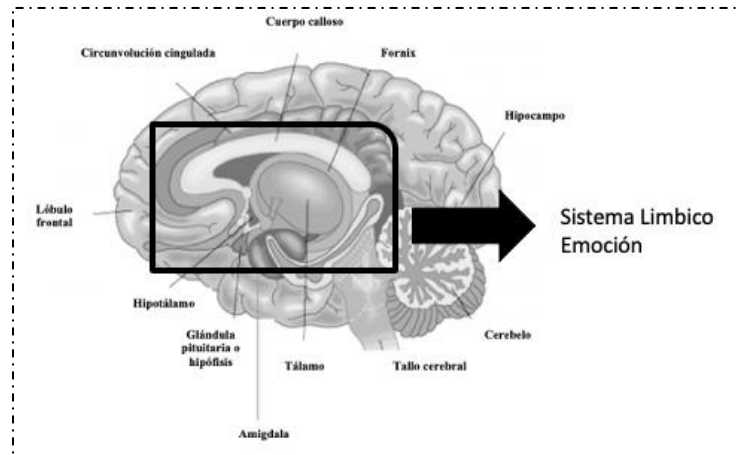


Figura 5 Sistema Límbico

Fuente elaboración Propia adaptación Duque, 2011

El sistema límbico interacciona muy velozmente (y al parecer sin que necesite mediar estructuras cerebrales superiores) con el sistema endocrino y el sistema nervioso periférico. (ver figura 5). El sistema límbico produce repuestas emocionales y genera aprendizaje a partir de la vivencia experiencial.

Según Goleman, la investigación llevada a cabo por LeDeoux explica la forma en que la amígdala asume el control cuando el cerebro pensante, el neocórtex, todavía no ha llegado a tomar ninguna decisión. Goleman (1996, p. 22), de acuerdo a esto el

sistema limbico es la segunda etapa en recibir los impulsos electricos enviados por el Tallo Encefalico generando una reacion inmediata y rapida a este impulso.

Asi mismo Hess enunciaba lo siguiente El Hipotalamo estaria implicado en el inicio de la respuesta de defensa, Hess, W.R (1957), pero estudios siguientes lograron demostrar que inyectando Glutamato al cerebro medio provoca la aparicion de la respuesta de defensa, mientras que la estimulacion del hipotalamo mediante este agente quimico no la provoca ,Sánchez-Navarro, J. P., & Román, F. (2004), lo cual lleva a concluir que existe otro elemento en el cerebro encargado de dirigir y manejar la reaccion defensiva, siendo el hipotalamo la estructura que acompaña la reaccion es la amigdala finalmente la directora de la reaccion defensiva.

El hecho de que la lesión bilateral de la amígdala produjese un efecto tanto de docilidad y sosiego como una reducción en el nivel de activación vegetativo, es interpretado en el sentido de considerar a la amígdala como una estructura encargada de mediar estos efectos en humanos, Sánchez-Navarro, J. P., & Román, F. (2004), estos estudios se han concluido a partir de pacientes en los cuales se hizo necesario la extirpación o estimulación de la amigdala, en donde se halla que la forma en que se reacciona emocionalmente (Miedo e ira) cambiaba totalmente y que finalmente se encuentra directamente ligada a la amigdala del cerebro limbico, de esta forma los resultados de estos estudios llevan a poner el foco de interes en esta importante area en donde se inician las emociones, tan importantes en el objetivo del presente estudio.

A nivel empresarial, generalmente esta es la area que mas se utiliza y con la que mas se interactua a diario, de ahí los inconvenientes que se presentan entre personas de un mismo grupo de trabajo o con personas de otros grupos. Es en este punto en donde se debe empezar a trabajar y desarrollar conciencia dejando la reactividad y la respuesta inmediata a los estímulos presentados.

5.2.3. Cerebro Racional o Neocórtex

La estructura racional y cognitiva, El neocórtex, neopallio o isocórtex es la denominación que reciben las áreas más evolucionadas de la corteza cerebral.

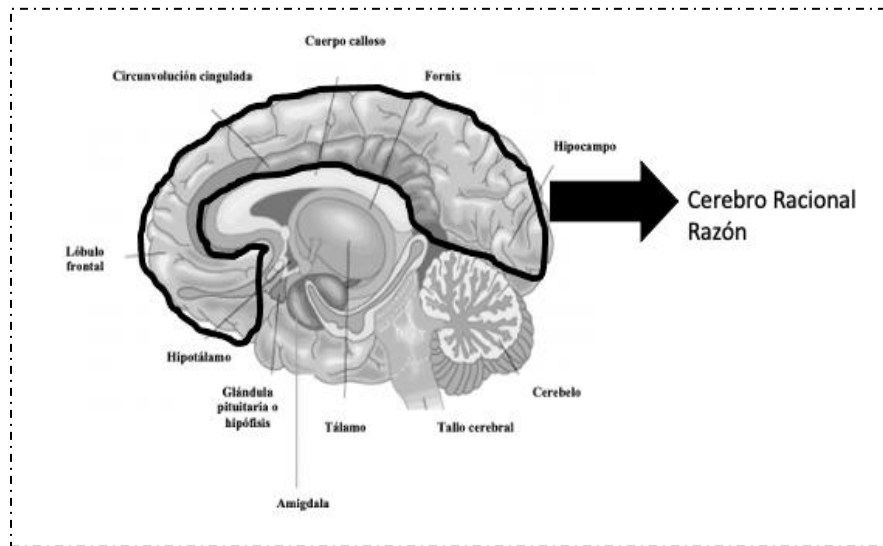


Figura 6 Cerebro Racional

Fuente elaboración Propia adaptación Duque, 2011

Las áreas de neocorteza constituyen el más reciente manto (palio) neuronal, que recubre cada lóbulo cerebral de los mamíferos. Se encuentra desarrollado en los primates y muy desarrollado en el género Homo. Se encarga de el proceso cognitivo y de la toma de emociones razonadas y Logicas, principalmente destacan dos estructuras, Hemisferio Izquierdo y Hemisgerio derecho. Según Paul MacLean el ser humano es el único orgnismo que tiene desarrollado el Neocortex, o el mas desarrollado hasta el momento. Las capacidades Logicas y las tomas de decision, estan a cargo de esta area, como tambien los procesos de autoconciencia, reflexion y autoorganizacion.

A este punto es donde deben llevarse todas las emociones para ser filtradas, a nivel empresarial generalmente no llegan a este punto y se quedan en el sistema limbico, lo ideal en el ambito empresarial es que toda persona cuente con las herramientas necesarias para llevar todas sus emociones correctamente a el cerebro emocional.

5.3.INTELIGENCIA EMOCIONAL

“Conciencia de uno mismo”- Goleman (1995)

Después de un arduo análisis de concepto de la inteligencia emocional se puede definir que el ser humano se compone de dos cerebros, uno Racional y el otro Emocional, igualmente se puede concluir que se cuenta en el ser humano básicamente con dos tipos de inteligencia una de tipo racional la cual se mide de acuerdo con el coeficiente intelectual (CI) y la segunda la Inteligencia Emocional (IE).

Con respecto a lo anterior la inteligencia emocional general el comúnmente llamado E.I Coeficiente Intelectual se mide a través de un test (test Binet-Standford), el cual asigna valores numéricos de acuerdo con la capacidad de aprendizaje y razonamiento, asignando valores numéricos a esta capacidad, en donde se encuentra determinada una escala de resultados que permiten definir el nivel de su coeficiente emocional

Por otro lado se tiene a la inteligencia emocional que de acuerdo a Goleman, no existe —ni jamás podrá existir— un solo test de papel y lápiz capaz de determinar el «grado de inteligencia emocional» Goleman (1996 p.45), ya que esta es una habilidad que se va desarrollando a través del tiempo, influyendo en gran parte el tipo de educación familiar recibida, pero en gran parte su crecimiento depende del desarrollo de conciencia que tenga el individuo para ser consciente de sus sentimientos y el impacto que estos tienen sobre él, se puede inferir que la inteligencia emocional, se desarrolla cuando hay conciencia de su existencia y del papel importante que juega en las vidas de las personas, claramente se ha demostrado que solo el contar con un CI superior, no es suficiente para lograr el éxito profesional, son muchos los casos en donde personas con alto CI, no logran obtener los resultados que personas con un CI inferior logran pero teniendo una inteligencia emocional superior, logran obtener desarrollos superiores.

En concordancia con lo anterior Daniel Goleman indica que gran parte de nuestra vida emocional es inconsciente y nuestros sentimientos no siempre logran

cruzar el umbral de la conciencia, Goleman (1996 p.54), esto muestra la importancia de tener conciencia de los sentimientos y la función que ellos cumplen en los individuos, pero más allá de reconocerlos está el cómo manejarlos y el cómo evitar que estos controlen el diario vivir de las personas.

Esta inteligencia emocional se desarrolla teniendo observación de uno mismo, de los estados de ánimo y de los pensamientos que se puede inducir que es necesario el realizar un cambio de chip emocional en donde la nueva información/herramienta que se le dé a la mente es el cómo desembarazarse de los estados de ánimo negativos y el tiempo debe permanecer con el individuo. Como ya se ha mencionado el punto de partida es identificar la emoción, reconocer el sentimiento y lo que genera en el ser (ira, ansiedad-miedo, tristeza y felicidad.) Ver tabla 3.

Tabla 3. Emociones en el ser humano

| Emociones | Descripción |
|-----------|--|
| Ira | <p>Se define como un sentimiento de enfado, pero el enfadarse es una situación normal que todo ser humano puede llegar a experimentar en algún momento de su vida, el gran problema está en permanecer en ese estado de ánimo y alimentarlo, en donde la ira o enfado se retroalimenta sobre un estado base y se vuelve cada vez más severa, “el enfado se construye sobre enfado” Goleman (1996, p.59), La retroalimentación de estados de ánimo con ira hacia la amígdala refuerzan el estado de ánimo primario, generando una sobrecarga anímica sobre el cerebro que finalmente pueden conllevar a una explosión de ira acompañada de violencia.</p> <p>En este punto el autoconocimiento juega un papel muy importante, porque al primer síntoma de ira (el cual se debe identificar), es el inicio en donde se debe empezar a cambiar de pensamiento, seguidamente si el impacto es demasiado alto, no está demás el salir a cambiar de actividad, retirarse y tomar un cambio de aire. Finalmente es supremamente para la mente, entregarle herramientas que le permita entender la razón de la situación, Con respecto a lo anterior se toma como ejemplo, en la situación laboral de encontrarse con un procedimiento desorganizado en el desarrollo de un proyecto, el mensaje que se le puede entregar a la mente es: “Esta persona hace lo mejor que puede con la información que tiene (en su cabeza), en este momento debe tener alguna urgencia que le impide dar cumplimiento a las normas”, de esta manera se le da una herramienta diferente a la mente para que maneje la situación y no se le alimenta con pensamientos ira hacia el otro ser, el segundo paso es buscar una distracción para buscar que la mente salga rápidamente de ese estado, como lo menciona Goleman “Las distracciones son un recurso sumamente eficaz para modificar nuestro estado de ánimo, por la sencilla razón de que es difícil seguir enfadado</p> |

| Emociones | Descripción |
|-----------------|--|
| | <p>cuando uno se lo está pasando bien” Goleman (1996, P.61), este proceso de enfriamiento o de distracción para la mente enfadada, se convierte en otra herramienta para lidiar con un estado de ira, pero principalmente requiere de un autoconocimiento y de una voluntad consiente de reconocer los sentimientos que se generan con cada acción que pueda llegar a molestar y generar estados de desarmonía.</p> |
| <p>Ansiedad</p> | <p>Según los especialistas del Hospital Universitario clínico de Barcelona, definen la ansiedad de la siguiente manera, “La ansiedad es una emoción que todo el mundo ha experimentado en algún momento y que ayuda a el organismo a prepararse para hacer alguna cosa importante. La ansiedad produce una reacción psicofisiológica de activación intensa del sistema nervioso central y de todo el organismo. Aparece cuando se ha de actuar en una situación que demanda un esfuerzo intenso y sostenido y sirve para activar o hacer frente a una amenaza o peligro que está ocurriendo en el presente o que puede pasar en el futuro”. (Clínica Barcelona).</p> <p>Nuevamente se tiene una emoción que en su estado natural es completamente sana, el problema es cuando esta emoción, como en el caso anterior se hace crónica y reiterativa, generando en el individuo una parálisis total y una rigidez que no le permite avanzar. Una vez más, en este caso aparece la importancia de tomar conciencia de uno mismo, identificando esos pensamientos que generan esta ansiedad y que a su vez generan esos estados de sudoración, palpitación, temblores etc. y como en el caso de la ira, es necesario entregar herramientas necesarias a la mente para salir de este estado, sumado que para la ansiedad es necesario contar con un entrenamiento, como lo sugiere Gervais en su publicación de Harvard Business Review (“Como Parar de Preocuparse Acerca de lo que la Gente Piensa Acerca de Ti) “Si tu comienzas a poner atención cada vez menos a lo que te hace ser “tu” – Tus talentos, creencias y valores- y empiezas a conformarte con lo que otros piensan de ti, lastimaras tu potencial”, Gervais 2019. Entendiéndolo desde el punto vista que el ser humano trabaja con un cerebro que aun continua siendo primitivo y que se ve influenciado por la aprobación de su entorno, por esta razón la herramienta en estos casos es entregar pensamientos diferentes a la mente, como por ejemplo; tengo habilidades para hablar en una conferencia, conozco el tema comercial que estoy exponiendo, tomando aire profundamente y mandando mensajes positivos a la mente, sacándola del estado de parálisis dada la ansiedad experimentada.</p> |
| <p>Tristeza</p> | <p>Si se busca en Internet la definición de tristeza, se encontrará: “Sentimiento de dolor anímico producido por un suceso desfavorable que suele manifestarse con un estado de ánimo pesimista, la insatisfacción y la tendencia al llanto”, al igual que las anteriores emociones, la tristeza es una emoción que es parte de la vida de todo ser humano y permite evaluar ciertas situaciones de perdida, llevando al individuo a un periodo de retiro en donde podemos ponderar la situación y tomar planes de acción. De nuevo se identifica la presencia de un sentimiento que en su estado natural no es dañino, pero que, si este estado se vuelve repetitivo y se alimenta una y otra vez, se puede llegar a caer en lo que se conoce como depresión, siendo</p> |

| Emociones | Descripción |
|-----------|--|
| | <p>esta ultima una enfermedad que requerirá un tratamiento médico especial y probablemente la formulación de ciertos medicamentos para tratar el estado de depresión. En lo que concierne a la inteligencia emocional en un grupo comercial, el enfoque se dirige más en la <i>tristeza</i> como emoción o estado de melancolía, pero teniendo en cuenta que si el individuo se concentra solo en el pensamiento de tristeza y las causas que lo provocan, sumado a un aislamiento voluntario, esto lo pueden llevar a fracasar en sus objetivos principales llámese objetivos laborales, personales, académicos, etc., citando a Goleman podemos encontrar formas de afrontar esta emoción; “Una de ellas consiste en aprender a afrontar los pensamientos que se esconden en el mismo núcleo de la emoción cuestionar su validez y considerar alternativas más positivas. La otra consiste en establecer deliberadamente un programa de actividades agradables que procure alguna clase de distracción” Goleman (1996, P.69), nuevamente se encuentra la importancia de tener conciencia de las emociones, para que una vez que aparezcan en la persona, esta cuente con las herramientas necesarias para manejarlas en donde el autoconocimiento juega un papel supremamente importante, porque permitirá identificar cuando empiezan a aparecer estos estados de tristeza y rápidamente generar un plan de acción, sumado a trabajar en tener actividades que permitan desconectarse de esa realidad de tristeza como por ejemplo (tocar un instrumento, salir a cine, conversar con otras personas etc..), en este punto se busca recalcar el autoconocimiento como base del cambio como lo cita Chris Lowney en su libro (El liderazgo al estilo de los Jesuitas); “solo quienes conocen sus debilidades pueden enfrentarse a ellas o incluso superarlas” Lowney (2013, p.89), el punto está en reconocer que está pasando en el interior de cada uno, como persona, como individuo, revisando que situaciones lo llevan a estados de tristeza o depresivos y estar en la capacidad de tomar un plan de acción para dar un giro total a la realidad en la cual se encuentra inmerso.</p> |
| Felicidad | <p>Según Aristóteles, “la Felicidad depende de nosotros mismos”, la felicidad es un estado ideal, en el cual todo ser humano quisiera estar indefinidamente en donde una persona se encuentra satisfecha por gozar de lo que tiene o lo que espera, pero no siempre encontramos gozo en lo que se tiene o en lo que se hace. Al igual que las otras emociones es un estado temporal que difiere con el concepto de tener paz (este si es un estado de prolongación muy saludable), pero el tener paz empieza con el saber reconocer y manejar el estado de felicidad sumado con las otras emociones. La felicidad no puede ser limitada a los eventos externos o supeditada a las personas que rodean a un ser, esta emoción es muy saludable y puede prolongarse en el tiempo hasta convertirse en un estado de paz, siempre y cuando se aprenda a aceptar el entorno, con todo lo que este trae (situaciones, personas, clima, política), entendiendo que hay situaciones que no se pueden cambiar y que no deben afectar internamente a la persona.</p> |

Fuente de elaboración propia, investigación propia del autor

Formulando la pregunta: ¿La Personalidad, se nace con ella o se forma?, partiendo de la idea que las sociedades son construidas por los seres humanos y que estas a su vez forman las personalidades de los individuos, de acuerdo con las necesidades de la misma sociedad, en este punto se enuncia el pensamiento de E. Fromm, “Fromm sugería que los problemas de personalidad eran causados por los conflictos entre las necesidades básicas humanas y las demandas de la sociedad”. Kagan, J & Segal, J. (1988, P.410), en donde se ratifica la gran influencia que tiene la sociedad en la formación de la personalidad, pudiendo indicar que un ser humano al nacer cuenta con una personalidad genética la cual viene como herencia de sus padres, pero gran parte de la personalidad que desarrolle, se la ofrecerá la sociedad, el entorno que lo rodea y que lo moldeara para su adaptación a la sociedad a la cual pertenece.

Se puede inferir que las sociedades al ser el resultado de varias generaciones, las cuales vienen formadas o sustentadas en creencias, pueden llegar a transmitir a los individuos, creencias y comportamientos no sanos, es en este punto en donde el autoconocimiento de sí mismo empieza a tomar fuerza, como la capacidad de tener autocontrol, entusiasmo, perseverancia, empatía y la automotivación como capacidad para afrontar a una estructura social con demasiadas falencias.

Con este marco de ideas, toma fuerza la “nueva ciencia” denominada Inteligencia Emocional que se define según Goleman: La inteligencia emocional característica como la capacidad de motivarnos a nosotros mismos, de perseverar en el empeño a pesar de las posibles frustraciones, de controlar los impulsos, de diferir las gratificaciones, de regular nuestros propios estados de ánimo, de evitar que la angustia interfiera con nuestras facultades racionales y, por último —pero no, por ello, menos importante—, la capacidad de empatizar y confiar en los demás. Goleman (2018, p42), llevando este concepto a la empresa, muestra la gran importancia que tienen el contar con talento humano capacitado no únicamente en lo concerniente a su capacidad intelectual, como ya se ha explicado anteriormente, más allá de la capacidad intelectual esta la capacidad de desarrollar la inteligencia emocional, siendo esta última una inteligencia que puede llegar a desarrollarse con el tiempo, teniendo conciencia de esta misma y de la necesidad de desarrollarla.

Siendo el departamento comercial de cualquier compañía, uno de los departamentos más importantes, dada su interacción con los demás procesos de una empresa, en donde las decisiones que se tomen comercialmente impactan directamente a cada uno de los departamentos de la empresa (logística, Financiero, ingeniería, crédito - Cartera y junta directiva) es realmente importante que todos sus integrantes compartan la misma filosofía y objetivo a cumplir, pero más allá del objetivo general, está el que todos y cada uno de sus integrantes desarrollen y se les ayude a desarrollar *la inteligencia emocional*, para poder abordar las diferentes situaciones con los diferentes departamentos de una forma exitosa sin generar traumas o malestares entre procesos, teniendo claro que la forma como un departamento comercial observa una situación (del diario vivir), esta misma puede llegar a ser muy diferente como la observan otros departamentos de la misma empresa, manteniendo un equilibrio en estas situaciones, se puede hablar de armonía empresarial en donde no se busca la perfección, pero si se busca el manejar armónicamente las situaciones y relaciones, siendo empático al sentir del resto de compañeros de trabajo, para tal fin se analizaran cada una de las competencias a trabajar y desarrollar.

5.3.1. Modelos de Inteligencia Emocional y los procesos comerciales en las organizaciones

“La principal tarea del ser humano en la vida es darse a luz a sí mismo para poder convertirse en lo que realmente es, en alguien más noble, más fuerte y libre” (Erich Fromm, 1976)

Para tal fin es necesario que cada individuo tome conciencia de su ser interior, el estar dispuesta a trabajar en ello, se debe desarrollar en cada colaborador el nivel de conciencia (despertar) que se hace necesario para poder desarrollar las competencias necesarias y el trabajo de inteligencia emocional. En este punto no se busca el alinear a las personas, pero si el compartir un ideal común en donde exista la automotivación y el autocontrol como punto de partida para llegar a ser el líder de su propio proceso y

función que realiza en la compañía donde labora. En lo que respecta a inteligencia emocional, se encuentran diferentes modelos en donde se resaltan los más importantes a continuación.

5.3.1.1. Modelo Inteligencia Emocional Mixto – Goleman

El modelo de inteligencia emocional mixto de Daniel Goleman está conformado por componentes, el primero Autoconciencia, autogestión, conciencia social y Gestión de las relaciones

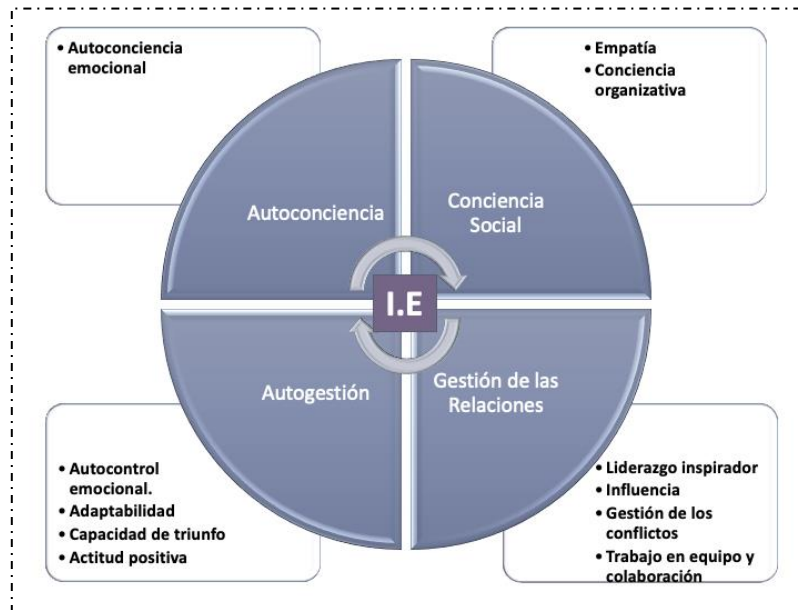


Figura 7 Modelo Inteligencia Emocional Goleman

Fuente Elaboración propia con fundamento en Liderando el poder de la inteligencia emocional Goleman D (2013, P.15)

En concordancia con lo anterior se realiza un análisis de cada una de las competencias emocionales del modelo Goleman (Ver tabla 4)

Tabla 4 Modelo Mixto de inteligencia Emocional Daniel Goleman.

| COMPETENCIA EMOCIONAL | ANÁLISIS |
|-----------------------|---|
| | El conocimiento de sí mismo como base del liderazgo- Lowney (2013, p.89), este es el punto de partida, el tener la voluntad de auto reconocerse como un ser de emociones y sentimientos e |

| COMPETENCIA EMOCIONAL | ANÁLISIS |
|----------------------------------|---|
| Autoconciencia | <p>identificar el cómo estas mismas impactan su vida y decisiones (autoconciencia emocional), seguido a esto se encuentra la <i>autoevaluación certera</i>, en donde la persona es capaz de identificar sus limitaciones y fortalezas, reconociendo sus puntos a mejorar, apreciándose a sí mismo como una persona de talento, finalmente se tiene a la <i>confianza en uno mismo</i> la cual permite desarrollar las actividades encomendadas aplicando lo anteriormente expuesto y confiando plenamente en sus capacidades.</p> |
| Conciencia Social | <p>Empezando con la <i>empatía</i> como la define Goleman – Capacidad para comprometerse con un amplio abanico de señales emocionales- Goleman, D. (2013, p.146) en donde se desarrolla la capacidad de interpretar las emociones para este caso, de los demás compañeros que pertenecen a otros procesos, es el contar con la capacidad de ponerse en los zapatos del otro entendiendo su “dolor” y no imponiendo solo el punto de vista comercial como puede ser el caso ante un departamento de logística o financiero. Solo con la empatía entre procesos, el proceso comercial puede llegar a encontrar la armonía con otros procesos (es como ponerse los lentes del otro proceso, para entender su forma de ver la situación, la cual puede ser completamente diferente a la del proceso comercial).</p> <p>Seguidamente se encuentra la conciencia organizativa entendida como la capacidad de identificar rápidamente el sistema político de la compañía y los roles de las fuerzas políticas que la comprenden. Por último, se encuentra el servicio como vocación no únicamente enfocada al cliente externo sino como un total de un proceso que finaliza con la entrega de un producto final al cliente tanto interno como externo.</p> |
| Gestión de las relaciones | <p>Contar con la capacidad influenciar positivamente a el equipo de trabajo o compañeros y conseguir el respaldo de estos especialmente de las personas claves. Generar inspiración en los equipos de trabajo, creando resonancia y un efecto multiplicador generando la experiencia de que todos trabajan por un mismo fin. Seguidamente se resalta la capacidad de gestión de conflictos desarrollando la capacidad de escucha, comprendiendo los diversos puntos de vista y llegando a un ideal común. Por último, se encuentra el trabajo en equipo y la colaboración, trabajo en equipo con armonía, respeto y cooperación como bases fundamentales.</p> |
| Autogestión | <p>Se encuentra el <i>autocontrol</i> de acuerdo con Goleman lo define como – Formas de gestionar los sentimientos y los impulsos perturbadores que los asaltan e incluso de canalizarlos para aprovecharlos – Goleman, D (2013, p.144), entendiéndose como la capacidad de permanecer en calma a pesar de estar en situaciones de alto estrés. Seguido se encuentra la <i>Transparencia</i></p> |

| COMPETENCIA EMOCIONAL | ANÁLISIS |
|-----------------------|---|
| | <p>– Franqueza auténtica ante los demás con respeto a lo que se siente, se cree y se hace – Goleman, D (2013, P144), siendo la capacidad de reconocer las faltas propias, haciendo frente a las conductas inmorales sin caer en la mal llamada empatía por amistad. Luego de la transparencia se encuentra la <i>Adaptabilidad</i> como mención Lowney, C en su libro <i>Le Liderazgo al estilo de los Jesuitas – Todo el mundo es nuestra casa</i> – Lowney, C (2013, p.120) y la adaptabilidad es la capacidad de ajustarse rápidamente a los cambios que se puedan presentar en una compañía o en un departamento y ajustarse rápidamente a las nuevas realidades. Seguidamente se encuentra la iniciativa como la capacidad de dar trámite oportuno a los requerimientos laborales y sugerir cambios en los procesos si esto llega a ser necesario, por último, se encuentra el optimismo, en donde la persona es capaz de recibir las situaciones con la capacidad afrontarlas como una oportunidad y con la visión de un futuro positivo.</p> |

Fuente de elaboración propia con fundamento en Inteligencia emocional Daniel Goleman (2013)

5.3.1.2. Modelo Inteligencia Emocional Mayer Y Salovey (1997)

El modelo de inteligencia emocional de Mayer y Solovey se define como un conjunto de habilidades emociones que están en capacidad de manejar actividades básicas como la atención a los estados fisiológicos y otras más complejas que buscan el manejo personal e interpersonal.

Para Salovey la define como “la habilidad para percibir, valorar y expresar emociones con exactitud; la habilidad para acceder y/o generar sentimientos que faciliten el pensamiento; la habilidad para comprender emociones y el conocimiento emocional; y la habilidad para regular las emociones promoviendo un crecimiento emocional e intelectual” Mayer y Salovey (1997, p.5)

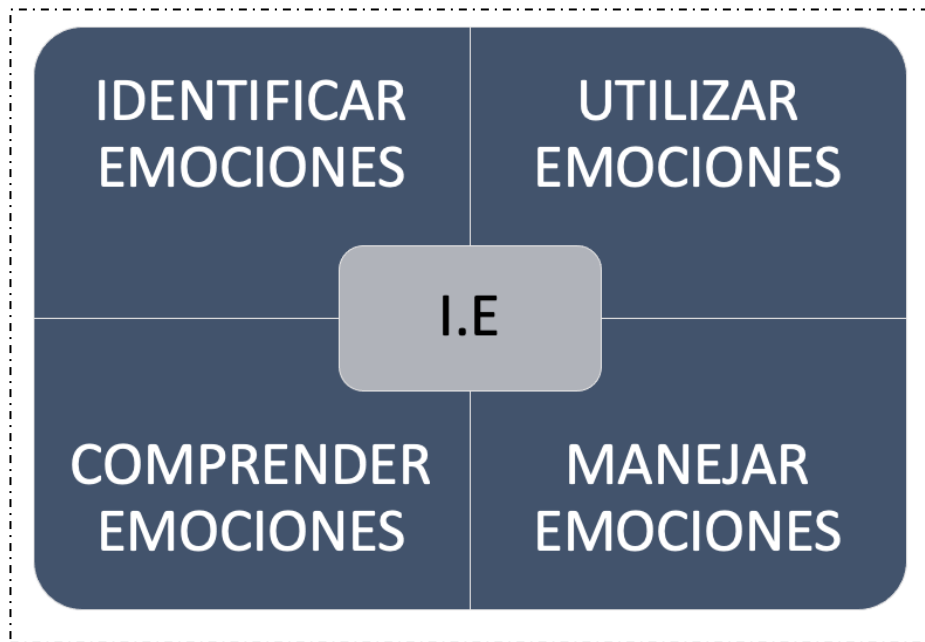


Figura 8 Modelo inteligencia emocional Mayer y Salovey

Fuente Elaboración Propia

Tabla 5 Modelo Mayer-Salovey

| COMPETENCIA EMOCIONAL | ANÁLISIS |
|---|---|
| <p>Percepción Emocional – Identificar emociones:</p> | <p>Se entiende como la capacidad o habilidad de percibir los sentimientos propios como también los sentimientos de las personas que están alrededor. Esta habilidad consiste en identificar y descifrar con precisión las señales de una persona como lo son los gestos faciales, tono de voz y movimientos corporales. Se refiere al grado (medición) en que un individuo puede identificar sus emociones propias, así como los estados y sensaciones cognitivas y fisiológicas que estas conllevan, de la misma manera el desarrollo de esta habilidad permitiría distinguir la sinceridad y honestidad de las emociones de los demás individuos.</p> |
| | <p>Es la habilidad para tener en cuenta los sentimientos cuando se razona, las emociones pueden cambiar la forma en que razona, creando positivos pensamientos cuando se es feliz o pensamientos negativos cuando se está triste, esto finalmente genera que se vean las cosas desde diferentes puntos de vista e igualmente los</p> |

| COMPETENCIA EMOCIONAL | ANÁLISIS |
|--|--|
| <p>Utilizar Emociones - Facilitación o Asimilación Emocional:</p> | <p>estados de ánimo influyen en las personas de diferentes formas, como es el caso de un trabajador que, para rendir en sus funciones diarias, necesita estar feliz. Caso contrario es el de un trabajador que, para avanzar en sus funciones, necesita cierto grado de presión o estrés, claramente algunos trabajadores dejan para el final sus obligaciones cuando el grado de estrés les hace enfocarse en el avanzar en el objetivo.</p> |
| <p>Comprender Emociones – Comprensión Emocional:</p> | <p>Las emociones forman un rico y complejo conjunto de símbolos, el comprender las emociones refleja la capacidad de etiquetar o categorizar las emociones y razonar con ellas en un efectivo y entendible nivel. Entender que es lo que conlleva a desencadenar varias emociones es un componente crítico de la inteligencia emocional, por ejemplo, la molestia e irritación pueden conllevar a la rabia o ira en un individuo si la causa de irritación continua y se intensifica. El conocimiento de cómo las emociones combinan y cambian en el tiempo es muy importante en el trato con otras personas y en el aumento del propio autoconocimiento. Laboralmente se pueden encontrar situaciones como, por ejemplo, un individuo el cual se siente con sobrecarga laboral y sumado a esto recibe más y más obligaciones, ese primer sentir de sobrecarga y el no tener una solución al respecto puede generar en el individuo sentimientos de frustración, resentimiento y apatía, que es el caso negativo. Por otro lado, la conciencia de un sentimiento, puede generar en un trabajador mayor nivel de responsabilidad en sus funciones, por ejemplo en el caso de un individuo con una responsabilidad en alguna tarea laboral, al entender que el no realizarla a tiempo no le va a permitir entregar un buen trabajo final (el cual no hablará bien de su profesionalismo) generaría en el sentimientos de culpabilidad y remordimiento, por esta razón la opción final del individuo es avanzar con tiempo suficiente y priorizar el final de la tarea laboral.</p> |
| | <p>Lo concerniente a manejar las emociones exitosamente y cuando sea apropiado, ya sean emociones positivas o negativas reflexionando sobre</p> |

| COMPETENCIA EMOCIONAL | ANÁLISIS |
|---|---|
| <p>Manejar Emociones – Regulación Emocional:</p> | <p>las mismos para descartar o aprovechar la información que las acompaña en función de su utilidad, abarcando el espacio intrapersonal de las emociones propias y el interpersonal de las emociones de las demás personas. Manejar las emociones se refiere a mantenerse alerta y abierto a la información de las emociones en momentos importantes y cerrado a ellas en otros momentos. Significa manejar y adaptarse exitosamente a las emociones, también significa el trabajar con los sentimientos de una forma juiciosa y atenta, en lugar de reaccionar a ellos sin pensar. Es importante el entender que la habilidad de manejar las emociones exitosamente en general implica el ser consciente de ellas, el aceptarlas y el uso de estas para la resolución de un problema. No se debe pensar que las emociones se deben suprimir o ser racionalizadas, el manejo de emociones comprende la participación de las emociones en el pensamiento y la habilidad de permitir al pensamiento incluir las emociones. Laboralmente se pueden encontrar situaciones como por ejemplo el caso de un trabajador que al momento de presentar un proyecto importante pueda desarrollar sensaciones de estrés y ansiedad, estas mismas en lugar de ser negadas o reprimidas, pueden ser aceptadas y compartidas con algún compañero de trabajo, solicitando ayuda abiertamente, desdramatizar la presentación del proyecto, practicar algún deporte o escuchar música.</p> |

Elaboración propia, con base a el modelo de Mayer-Salovey

5.3.1.3. Modelo De Inteligencia Emocional Reuven Bar-On

Según Bar-On (1997-2000), la inteligencia emocional se define como un conjunto de habilidades emocionales, personales e interpersonales que influyen en la capacidad de enfrentarse a las exigencias y presiones del medio ambiente. De este modo, la inteligencia emocional es un factor importante para determinar la capacidad de éxito en la vida e influye directamente con el bienestar emocional. Según este modelo, “las personas emocionalmente inteligentes son hábiles para reconocer y expresar sus propias emociones, poseen una autoestima positiva y son capaces de actualizar su potencial de habilidades y llevar una vida feliz. Asimismo, tienen gran

capacidad para entender la forma en la que otros sienten y mantener relaciones satisfactorias interpersonales, sin depender de los otros. Son personas optimistas, flexibles, realistas y exitosas resolviendo problemas y lidiando con el estrés sin perder el control. Bar-On, R. y Parker, J.D (2018, p. 9-10)

El modelo de Bar-On sobre la inteligencia emocional incluye cinco escalas: Intrapersonal, Interpersonal, Adaptabilidad, Manejo de Estrés y Estado de Ánimo. Cada una de ellas a su vez está formada por un grupo de subescalas, relacionadas con habilidades y destrezas.

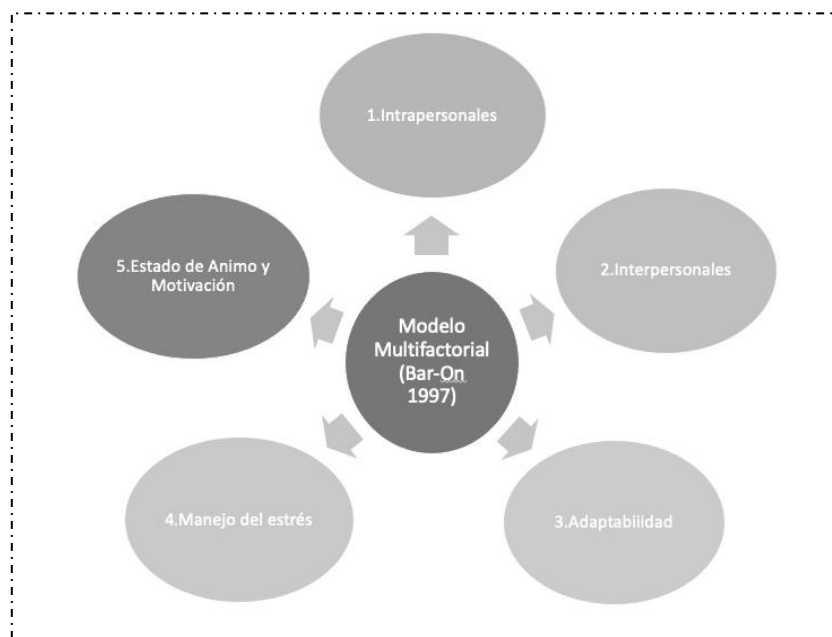


Figura 9 Modelo de Bar-On

Fuente, Elaboración Propia basado en el modelo

Tabla 6 Modelo Bar-On

| HABILIDADES | DEFINICIÓN |
|------------------------------|--|
| Intrapersonales | Reúne varios conceptos a nombrar: Comprensión emocional de sí mismo, asertividad, auto concepto, autorrealización e independencia. |
| Interpersonales | Reúne: Empatía, Relaciones interpersonales y responsabilidad social. |
| Adaptabilidad | Reúne: Prueba de la realidad, Solución de problemas y flexibilidad |
| Manejo del Estrés | Reúne: Tolerancia del estrés y control de impulsos. |
| Estado de ánimo y motivación | Reúne: Felicidad y Optimismo |

Elaboración propia con base al modelo de Bar-On

Es así como durante el desarrollo de esta investigación se toma como referente el modelo mixto por competencias de Daniel Goleman quien, a la luz de la aplicación de instrumentos de medición y recolección de datos, genera el análisis de un perfil necesario al momento de vincular personal a el área comercial de la empresa RX S.A-Colombia. Se da a conocer la estructura orgánica, planeación estratégica y proceso comercial de la organización objeto de este estudio.

5.4.RESEÑA HISTÓRICA RX.SA

Inició su actividad comercial en la década de los 80, en la ciudad de Cali. Cuenta con más de 35 años en el mercado nacional comercializando productos médicos dirigidos al área de imágenes diagnósticas. Su objetivo es llevar a las Entidades Prestadoras de Servicios de Salud productos de alta calidad y confiabilidad que contribuyan al adecuado diagnóstico de los pacientes.

En la actualidad cuenta con amplio portafolio de productos y servicios, entre los cuales se destacan los equipos de alta tecnología, los medios de contraste, insumos y servicios de ingeniería para el área de imágenes diagnósticas; esto enmarcado en la calidad, confiabilidad y compromiso con nuestros clientes.

Así mismo la organización se encuentra entre las primeras 500 empresas del departamento del Valle del Cauca y tiene presencia en todo el territorio colombiano con personal altamente calificado y entrenado directamente con proveedores internacionales, con el fin de prestar un servicio oportuno y eficiente a nuestros clientes. A continuación, se da a conocer su planeación estratégica

La organización es tomada como objeto de esta investigación avalada por las altas directivas para la generación de conocimiento en la investigación en las organizaciones

5.4.1. Misión

RX S.A es una compañía especializada en proveer soluciones de imágenes diagnósticas para el sector salud, contribuyendo al mejoramiento de las condiciones de salud de la población, ofreciendo un amplio portafolio de productos y servicios altamente calificados, con las últimas innovaciones científicas y/o tecnológicas del mercado y talento humano competente, comprometido con la vocación de servicio oportuno.

Se puede observar que la misión de la empresa RX S.A es muy clara en su función y en el compromiso claro que se tiene con la vocación de servicio a sus clientes.

5.4.2. Visión

Seguir siendo reconocida como líder a nivel nacional en el mercado de las imágenes diagnósticas, en búsqueda del crecimiento continuo, por medio de la modernización de la infraestructura tecnológica, ampliación del portafolio de productos y servicios, mejorando cada día la satisfacción de nuestros clientes y el bienestar laboral.

El objetivo y definido, la empresa RX S.A buscar seguir siendo reconocida como una empresa líder de imágenes diagnosticas, su objetivo es igualmente claro en lo que respecta a la ampliación de su portafolio, pero sería conveniente que contara con tiempos definidos para el logro de los objetivos propuestos.

5.4.3. Objetivos Calidad

- Velar por la satisfacción de los clientes suministrando un amplio portafolio de productos y servicios que cumpla con sus necesidades
- Proporcionar a los clientes productos y servicios de la más alta tecnología, calidad y confiabilidad.
- Monitorear periódicamente los proveedores para desarrollar un proceso sistemático que mejore la conformidad de la prestación

- Mantener un talento humano competente y comprometido con la calidad en el servicio
- Velar por el mejoramiento continuo de los procesos y procedimientos buscando el logro de los objetivos

Los Objetivos de Calidad están enfocados a la satisfacción del cliente a través de productos, servicio y talento humano competente. Se encuentra que son objetivos bien enfocados y se percibe una alta vocación de servicio.

5.4.4. Valores corporativos

- Lealtad
- Honestidad
- Confianza

Tres valores corporativos presentan la empresa RX S.A, los cuales hacen la invitación a su personal a mantener estos conceptos dirigidos al objetivo institucional. Se hace necesario que la empresa defina qué significado tiene cada valor corporativo y como estos impactan a la compañía

5.4.5. Política De Calidad

Buscar continuamente la satisfacción del cliente mediante un amplio portafolio que cumpla con sus necesidades, brindando una solución completa en el mundo de las imágenes diagnósticas con productos y servicios de la más alta tecnología, calidad y confiabilidad, contando con un talento humano competente, proveedores calificados, infraestructura adecuada, encaminados diariamente al mejoramiento continuo del Sistema de Gestión de la Calidad para el logro de los objetivos institucionales.

La política de calidad que presenta la compañía RX S.A, es clara en buscarla satisfacción del cliente, soportado en la estructura empresarial que tiene la compañía,

con su talento humano y sus productos de alta calidad, igualmente enfocado en el cumplimiento de los objetivos institucionales.

5.4.6. Estructura Orgánica

Rx S.A cuenta con tres macroprocesos, cada uno con procesos internos, ver figura 11. Dentro del Macroproceso Clave se encuentran: Gestión Comercial, Servicios Profesionales, Gestión Cartera y Gestión Logística, este macroproceso es el encargado de recibir y dar trámite a las necesidades de los clientes. (Ver figura 11)

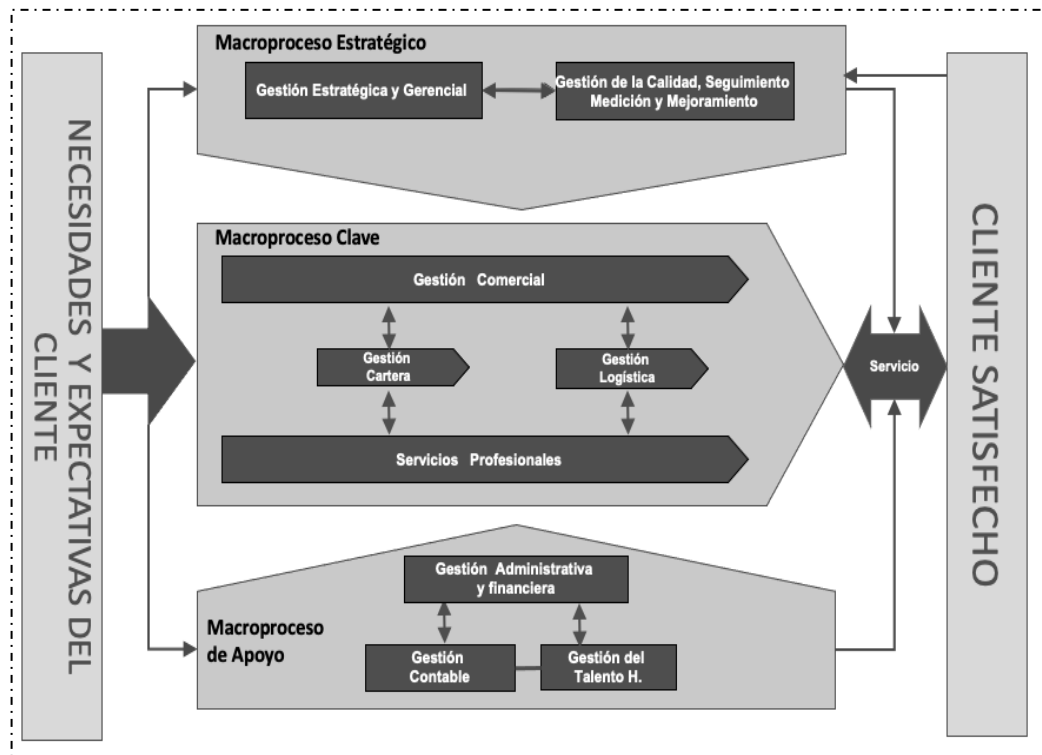


Figura 10. Mapa de Procesos de la empresa RX S.A

Proporcionado por la RX S.A

5.4.7. Análisis estratégico mediante herramienta DOFA -RX S.A

En la siguiente tabla se presentan las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas de la empresa RX S.A.

Tabla 7. DOFA RX S.A

| DOFA | ANÁLISIS | ESTRATEGIAS MEJORAMIENTO |
|----------------------|--|--|
| DEBILIDADES | <ul style="list-style-type: none"> ❖ No es fabricantes es distribuidores. ❖ Debido al alto costo de los repuestos no se puede mantener un stock adecuado ❖ Rotación del Personal: Procesos Clave ❖ Fallas en la comunicación entre los Procesos. ❖ Direccionamiento de Procesos de Mercadeo y Publicidad. ❖ Falta establecimiento de controles en los Procesos ❖ Precios de venta por encima de la Competencia ❖ Solo tenemos 1 proveedor para medios de contraste y para película. Distribuidores exclusivos ❖ La persona encargada de la parte de Sistemas esta por Contrato de Prestación de Servicios lo que no garantiza el tiempo completo en las actividades ni un plan de desarrollo adecuado para Sistemas. ❖ Existen riesgos relacionados con la parte de Sistemas de la Compañía y su infraestructura | <p>Se debe seguir reforzando las fortalezas de la empresa como es el buen Good Will que mantiene en el mercado de imágenes diagnosticas en donde la última variable a revisar es el precio de las soluciones que se comercializan.</p> <p>Se debe reforzar el tema de mercadeo tercerizándolo.</p> <p>La falta de comunicación entre procesos se puede trabajar mejorando el indicador de inteligencia emocional de los colaboradores.</p> |
| OPORTUNIDADES | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Ampliación del portafolio de productos ❖ Importación directa de equipos y medios de contraste. Mercado potencial para el crecimiento en la venta de equipos de la línea Agfa (DR, Flat Panel, TI). ❖ Crecimiento de la base instalada de equipos y cobertura de servicios de Mantenimiento. ❖ Convenios financieros con los bancos para la venta de equipos a los clientes. ❖ Nuevas modalidades de financiación directa por la empresa. ❖ Prestación de servicios de instalación y mantenimiento para | <p>Se debe continuar con la ampliación del portafolio de proveedores y productos. Se debe continuar explotando el Good Will de la compañía, para continuar con su crecimiento.</p> <p>Es necesario seguir apalancando las negociaciones con el apoyo financiero y su figura de financiación</p> |

| DOFA | ANÁLISIS | ESTRATEGIAS MEJORAMIENTO |
|-------------------|--|--|
| | <p>Equipos DR y Flat Panel por personal de RX S.A</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Distribución del medio de contraste de Resonancia de marca Guerbet. | |
| Fortalezas | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Sistematización de Procesos. ❖ Implementación de diferentes asesorías: Jurídica, Financiera, Tributaria. ❖ Fortalecimiento de la Revisoría Fiscal a través de auditoria financiera. ❖ Comercialización y distribución a nivel nacional de productos y servicios. ❖ Productos de alta calidad ❖ Posicionamiento de los productos en el mercado: Presencia comercial en Clientes de referencia en el sector salud. ❖ Certificaciones: ISO, CCAA. ❖ Diferencial de producto con Jeringa Prellenada. ❖ Política de stock de seguridad en el inventario de película, químicos, medios de contraste, conectores, rollos, equipos. ❖ Indicador de satisfacción del Cliente con resultados óptimos y línea de crecimiento ❖ Infraestructura adecuada para el almacenamiento y distribución de productos. ❖ Personal de Ingeniería certificado por casa matriz de los dos proveedores principales. ❖ Adición a la estructura organizacional del cargo “Especialista Comercial”. ❖ Talento humano competente. ❖ Buenas relaciones con los proveedores, alianzas estratégicas ❖ Promesa de entrega de producto en tiempos óptimos. ❖ Liquidez Financiera. ❖ Implementación del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo. | <p>Las fortalezas enunciadas se deben mantener y deben buscar el lograr reducir las amenazas que se puedan presentar.</p> <p>La empresa es reconocida en el mercado de imágenes diagnosticas como una empresa de productos de calidad y esto es base a el servicio postventa que prestan con su departamento de ingeniería, sumado a que cuenta con el stock suficiente para cubrir las necesidades de sus clientes.</p> <p>Es importante el continuar reforzando a el talento humano, no únicamente en la parte técnica, sino también en su parta humana y de inteligencia emocional, lo cual logrará una mayor sinergia entre todos sus integrantes.</p> |

| DOFA | ANÁLISIS | ESTRATEGIAS MEJORAMIENTO |
|-----------------|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Cobertura a nivel nacional de Servicios de Ingeniería. ❖ Asignación de los recursos para el adecuado funcionamiento de los Procesos. ❖ Ampliación del portafolio Con soluciones de generación de imagen | |
| Amenazas | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Desabastecimiento de medios de contraste desde fabrica. ❖ Alto costo de productos: Repuestos, insumos, equipos. ❖ Cambios operativos y administrativos por transferencia de propiedad Corporativa del Proveedor Mallinckrodt a Guerbet (Incertidumbre de la continuidad de los productos y la marca). ❖ Regulación de precios de medicamentos y dispositivos médicos. ❖ Procesos de intervención de Entidades de Salud, actualmente Saludcoop. ❖ Tasa de cambio: Devaluación del peso frente al dólar, lo que repercute en los precios de los productos fabricados a nivel internacional. ❖ Migración de la impresión (película) a digitalización, lo que genera disminución de consumo de película. ❖ Incumplimiento en la entrega de producto debido a factores naturales como invierno el cual afecta el tránsito en las vías. ❖ Manifestaciones del sector transportador, el cual afecta el servicio o tránsito en las vías. ❖ Los proveedores Agfa y Mallinckrodt no cuentan con stock de seguridad de los Productos para solución de inconvenientes de abastecimiento. | <p>La compañía se debe enfocar en sus fortalezas, en que cuenta con un excelente servicio y atención post venta. Respecto al desabastecimiento, debe generar políticas de cumplimiento con s proveedor y stock suficiente que le permita dar cubrimiento a las necesidades de los clientes.</p> |

Fuente, elaboración propia con Información suministrada por RX S.A

6. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

6.1.Método

El método de investigación que se desarrollará en este trabajo de investigación es el modelo es el método de investigación cuantitativo (ver Figura 10), que de acuerdo con Sampieri, Collado y Lucio “Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Sampieri, Collado, Lucio 1998. P 5).

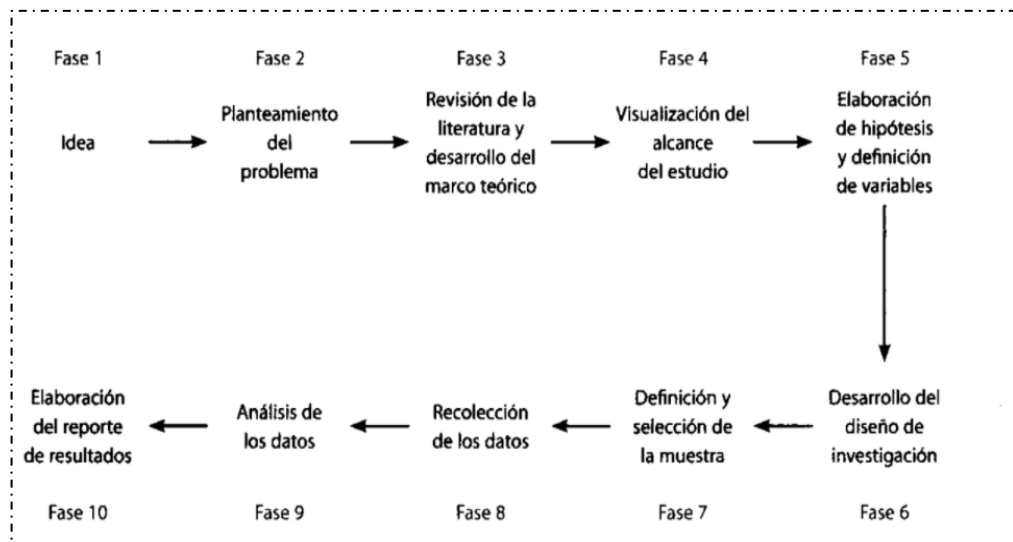


Figura 11 Proceso Cuantitativo

Fuente, Sampieri, Collado, Lucio (1998, p. 23)

Recolectando los datos de información a través de la aplicación de una prueba o test de inteligencia emocional específica dirigida a un grupo de funcionarios que tiene responsabilidad en el manejo de comercial de una compañía como son Ejecutivos de cuenta, asistentes comerciales y jefes de área de la empresa RX S.A de la ciudad de Cali.

6.2.Diseño

El presente estudio es un diseño de tipo no experimental transversal no paramétrico, que, de acuerdo con Sampieri, Collado, Lucio (1998, p.207) “En la investigación no experimental los sujetos ya pertenecían a un grupo o nivel determinado de la variable independiente por autoselección” en otras palabras la muestra tomada se recolecta pura y no tiene intervención alguna por parte del área de investigación. Para Sampieri, Collado, Lucio... (1998, p. 208), Describen el diseño transversal donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. En cuanto a la prueba no paramétrica se opta por esta misma, teniendo en cuenta que la muestra no es lo suficientemente grande y cuenta con datos ordinales.

La realización de recolección y obtención de datos se obtuvo sin intervenir o maniobrar las variables expuestas.

6.3.Tipo de Investigación.

El presente estudio es de tipo de investigación descriptivo y de correlación (Coeficiente de correlación de Pearson) para Tamayo (2002, p. 46), afirma que los estudios descriptivos, “Comprende la descripción, registro, análisis, e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente” (p. 46), la investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta. Citando a Hernández Lalinde, J. D., Espinosa Castro, J. F., Peñaloza Tarazona, M. E., Fernández González, J. E., Chacón Rangel, J. G., Toloza Sierra, C. A., ... & Bermúdez Pirela, V. J. (2018) –

Los términos relación o asociación son equivalentes y se usan para designar aquella área de la estadística en la que se evalúa la covariancia entre al menos dos variables. Dentro de este grupo, la correlación lineal es un caso particular en el que tal

correspondencia tiene características bien definidas y que suele medirse mediante el coeficiente R de Pearson. Originalmente desarrollado por Karl Pearson en 1895, quien se basó en las investigaciones de Sir Francis Galton publicadas diez años antes - El coeficiente de Pearson parte de la comparación de dos variables cuantitativas que cuentan con dos Hipótesis (Ho Nula y Ha Alternativa), el coeficiente de Pearson parte de la Covarianza, la cual se define matemáticamente como de acuerdo con Snedecor G.W & Cochran, W.G (1980- p.180):

$$\text{cov}(X, Y) = \sum_{i=1}^N \frac{(x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{N}$$

Figura 12 – Covarianza, Snedecor G.W & Cochran, W.G (1980-p.180)

En donde esta sumatoria puede llegar a ser positiva, negativa o cero. A partir de la covarianza, se tiene:

$$\rho_{X,Y} = \frac{\sigma_{XY}}{\sigma_X \sigma_Y} = \frac{\text{Cov}(X, Y)}{\sqrt{\text{Var}(X) \text{Var}(Y)}}$$

Donde:

- σ_{XY} es la covarianza de (X, Y)
- σ_X es la desviación estándar de la variable X
- σ_Y es la desviación estándar de la variable Y

si;

Figura 13 - Coeficiente de Correlación de Pearson – Edwards, A.L (1976, p. 33-46)

$\rho < 0$, se tiene una relación lineal inversa

$\rho > 0$, Se tiene una relación lineal directa

$\rho = 0$, no se tiene relación y se entienden como variables independientes.

Este coeficiente es usado para medir la fuerza de relación entre dos o más variables, obtenidos durante el ejercicio de aplicación de la prueba con los funcionarios participantes de la empresa RX S.A

6.4. Variables

En consonancia con Tamayo & Tamayo (2003 p.163) - El termino variable, en su significado más general, se utiliza para designar cualquier característica de la realidad que pueda ser determinada por observación y que pueda mostrar diferentes valores de una unidad de observación a otra- En el presente estudio se emplearan variables de tipo nominal para el sector, cargo, genero estado civil, estudios realizados y nivel socioeconómico. Se utilizan variable de escala con preguntas cerradas dicotómicas en escala de Likert para las preguntas de inteligencia emocional; Autoconciencia, Autogestión, Conciencia social y Gestión de Relaciones, basado en el modelo de Goleman (2013).

Tabla 8. Variables de estudio, definición y nivel de medición

| Variable | DEFINICION | NIVEL DE MEDICION |
|-----------------------------|--|-------------------|
| Empresa donde labora | Empresa es la más común y constante actividad organizada por el ser humano, la cual, involucra un conjunto de trabajo diario, labor común, esfuerzo personal o colectivo e inversiones para lograr un fin determinado. Romero R. (1997, P.9) | Nominal |
| Sector | Conjunto de empresas o negocios que se engloban en un área diferenciada dentro de la actividad económica y productiva | Nominal |
| cargo | Conjunto de empresas o negocios que se engloban en un área diferenciada dentro de la actividad económica y productiva. Chiavenato (2000) | Nominal |
| Genero | Esta variable busca identificar si el encuestado es de sexo masculino y femenino, sin entrar a evaluar el concepto de Genero como tal, se buscará identificar si esta variable tiene correlación con las demás variables. | Nominal |
| Estado civil | Busca identificar si el encuestado es casado, soltero, divorciado o vive en unión libre. Se buscará identificar si esta variable tiene correlación con las demás. | Nominal |

| Variable | DEFINICION | NIVEL DE MEDICION |
|-----------------------------|--|-------------------|
| Estudios realizados | Se busca identificar qué nivel de estudios tiene el encuestado e identificar si tiene correlación alguna con las demás variables | Nominal |
| Nivel socioeconómico | Busca identificar a que nivel estrato pertenece el encuestado. Estratificación es el proceso y resultado de la división de la sociedad en estratos o capas. C. Gómez Jaldón, y J. A. Domínguez Gómez (2001). | Nominal |
| Autoconciencia | El modelo de Goleman busca medir la autoconciencia emocional. El reconocer los sentimientos, Ver figura 8. | Escala |
| Autogestión | El modelo de Goleman busca medir el autocontrol emocional, la capacidad de adaptabilidad, la gestión responsable y la actitud Positiva. Ver figura 8 | Escala |
| Conciencia social | El modelo de Goleman busca medir la empatía y la conciencia organizativa. Ver figura 8. | Escala |
| Gestión de relaciones | De acuerdo con Goleman, busca medir el Liderazgo inspirador, la influencia, la gestión de conflictos y el trabajo en equipo. Ver figura 8. | Escala |

Nota De: Fuente de elaboración propia. Objeto del estudio.

Relación entre las competencias que orientan la inteligencia emocional y los componentes del liderazgo transformacional en el área comercial de la empresa RX S.A

6.5.Población y muestra

Para la selección de la muestra se realizó un muestreo no probabilístico de tipo intencional (Hernández, 2000) teniendo en cuenta que el universo es de 19 funcionarios y para determinar la muestra se tomó una muestra total del 100% del total del universo es decir 19 participantes con criterios de inclusión de las funciones propias de manejo de personal a cargo en posición de gerente, director o jefe en cualquiera de las áreas administrativa y administrativa asistencial del área comercial de la empresa RX S.A de la ciudad de Cali - Colombia, entendida como una empresa de distribución y venta de equipos e insumos médicos, dotada de personería jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa.

La empresa RX S.A cuenta con un departamento comercial conformado por (1) Gerente comerciales de línea (Gerente Línea Equipos y Película radiográfica), 11 ejecutivos de cuenta distribuidos en las principales ciudades de Colombia y 6 asistentes comerciales encargados de dar soporte a las actividades administrativas de los ejecutivos comerciales.

Durante la ejecución de del instrumento de medición tipo TEST se incluyen preguntas sociodemográficas, Inteligencia Emocional y de Liderazgo Transformacional a los diferentes cargos del departamento comercial de la empresa RX S.A.

Tabla 9. Ficha Técnica de Investigación

| POBLACIÓN OBJETIVO | |
|---|---|
| UNIDAD MUESTRAL | Gerentes Comerciales, Ejecutivos de cuenta y Asistentes Comerciales |
| AMBITO | RX S.A Empresa Colombiana de distribución y venta de equipos e insumos médicos |
| METODOLOGÍA DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN | Prueba con preguntas cerradas dicotómicas en la escala de Likert, disponible en enlace virtual en la plataforma googleform. La encuesta se suministró a los correos electrónicos corporativos de cada uno de los Gerentes, Ejecutivos de cuenta y asistentes. |
| CENSO POBLACIONAL | 19 |
| TAMAÑO DE LA MUESTRA | 19 |
| ERROR MUESTRAL | 5% |
| NIVEL DE CONFIANZA | 95% Z1.96; P=q=0.5 |
| PROCEDIMIENTO DE MUESTREO | La elección del sector fue discrecional, se contactó a la Gerencia General de la empresa RX S.A en Cali, para obtener su visto bueno. |
| FECHA DE TRABAJO DE CAMPO | 2 marzo 2021 |

Nota De: Fuente de elaboración propia. Objeto del estudio.

Relación entre las competencias que orientan la inteligencia emocional y la interrelación con el equipo comercial de la empresa RX S.A de Cali

6.6. Técnica e Instrumentos

El Test se construye con preguntas cerradas dicotómicas en la escala de Likert, que de acuerdo a Bertram - Las llamadas “escalas Likert” son instrumentos psicométricos donde el encuestado debe indicar su acuerdo o desacuerdo sobre una afirmación, ítem o reactivo, lo que se realiza a través de una escala ordenada y unidimensional – Bertram, 2008. Se estructurada con preguntas de aspectos sociodemográficos tales como empresa donde labora, sector, cargo, genero, nivel socioeconómico etc.; así mismo preguntas específicas de acuerdo con el modelo de Inteligencia Emocional (Goleman 1995) con un total de 40 preguntas. (Ver apéndice A).

6.7. Procedimiento

6.7.1. Validación del instrumento.

El presente instrumento de medición se aprobó a través de Jueces Expertos el cual radica en la revisión de la encuesta por un grupo de personas con conocimientos en el proceso pregunta y respuesta, las variables objeto de estudio y las características de la población, a continuación, se detallan el perfil de los jueces expertos que participaron en la validación del instrumento

Juez experto 1: Julián Francisco Figueroa Espinel profesional en Ecología con Maestría en Gestión Ambiental, candidato Doctor en Administración con más de 5 de experiencia en el campo de la investigación y docencia universitaria.

Juez Experto 2: Paula Brigitte Mendoza Montes es Administradora de Empresas comerciales, Magister en Administración con más 5 años de experiencia en el sector público- privado especial atención el área de Gestión del Talento Humano.

Con base a las sugerencias dadas por el grupo de expertos se realizan los ajustes recomendados y se estructuro la prueba en una plataforma virtual googleform (Ver apéndice A).

6.7.2. Recolección de los datos.

Se realiza acercamiento con la Gerencia General de la empresa RX S.A, con la autorización de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomas, solicitando autorización igualmente, para la aplicación de esta investigación y diligenciamiento del instrumento de medición al personal de directivos de esta institución.

Una vez autorizado el proceso para la aplicación de la investigación, se procede a socializar el test de inteligencia emocional con los integrantes del grupo comercial de la empresa RX S.A, en total 19 personas y se les solicita que den su autorización para utilizar los datos recolectados con fines investigativos en lo que a la inteligencia emocional se refiere (Ver Apéndice A) de cada uno de los participantes.

El proceso de recolección de datos se realizó del 2 al 14 de marzo de 2021 en las instalaciones de la empresa RX S.A y se acompañó con orientación permanente a cada uno de los participantes en el manejo de la plataforma virtual Google Forms.

La información obtenida fue utilizada y transcrita de manera cómo fue adquirida y sin realizar cambios en los datos, en el programa Excel y programa estadístico SPSS V22. (Ver Apéndice E)

6.7.3. Transcripción de los datos.

La transcripción de los datos se ejecutó en el orden que se obtuvieron los datos, realizado a través de la plataforma Googleform, estos datos se trasladaron a el programa Excel y se organizaron de acuerdo con las fechas de elaboración.

La información o datos arrojados durante la investigación se organizaron y se alimentaron a él en el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS de IBM).

6.7.4. Análisis de datos

Se realiza análisis de la información obtenida partiendo de la estadística descriptiva para la obtención de información general (ver Apéndice B, C y D) y seguidamente se realiza análisis de la correlación entre variables ordinales, basado en la teoría de la prueba de Rho de Pearson en variables ordinales bivariadas y del Alfa de Cronbach haciendo uso del programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS V22) (ver apéndice B, E)

6.7.5. Consideraciones éticas.

Se considera la ley 1581 de 2012; Cuando hablamos de datos personales nos referimos a toda aquella información asociada a una persona y que permite su identificación. Por ejemplo, su documento de identidad, el lugar de nacimiento, estado civil, edad, lugar de residencia, trayectoria académica, laboral, o profesional. Existe también información más sensible como su estado de salud, sus características físicas, ideología política, vida sexual, entre otros aspectos. Para tal fin se solicita al participante el contar con su visto bueno para utilizar los datos de una manera correcta a través de un consentimiento previo e informando que la información será utilizada responsablemente y de forma privada.

La anterior consideración ética es socializada previa realización de la prueba con el personal del grupo comercial de la empresa RX S.A

7. RESULTADOS

Los resultados que se muestran a continuación describen aspectos sociodemográficos como género, edad, tiempo de experiencia, nivel socioeconómico, cargo, nivel de estudio y estado civil. Seguidamente se realiza análisis de resultados de variable por variable de una forma descriptiva para luego obtener una medición del coeficiente de inteligencia emocional basado en el modelo de Goleman, obteniendo resultados para el grupo total, en subgrupos (Grupo de asistentes y Grupo de comerciales) y resultados de manera individual.

Así mismo se evalúa el coeficiente de correlación Pearson en análisis bivariadas con los datos obtenidos con el fin de encontrar los puntos más significativos que muestren la correlación que existe entre las variable de la inteligencia emocional, teniendo como punto de partida el indicador Alfa de Cronbach ($>0,8$), el índice de Rho de Pearson ($> 0,5$) y su correspondiente nivel de significancia ($< 0,05$), con el fin de encontrar los valores más significativos que permitan mejorar el coeficiente de inteligencia emocional del grupo comercial de la empresa RX S.A

Se da inicio al análisis de cada una de las variables mediante resultado de la estadística descriptiva. El proceso de aplicación fue exitoso y se contó con la participación de 19 personas. (Ver Apéndice B, C, D, E).

7.1. Análisis resultados de la aplicación de la prueba

A continuación, se exponen los datos recopilados durante el ejercicio de la aplicación del instrumento de medición. En primera instancia de las 19 Personas encuestadas se asume el género femenino 7 y 12 son masculino lo que corresponde al 36,84% femenino y el 63,16% masculino respectivamente, así mismo el 10.53% están en el rango 1-2 años de experiencia en el cargo, 21.05% de 3-5 años, 10.53% de 6-8 años y 9 o más años es el 57.89% (ver Ilustración 4 y 5).

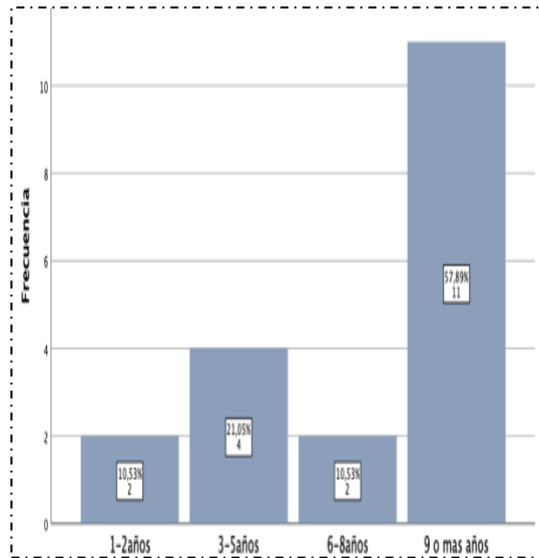


Ilustración 4- Tiempo de Experiencia en el Cargo

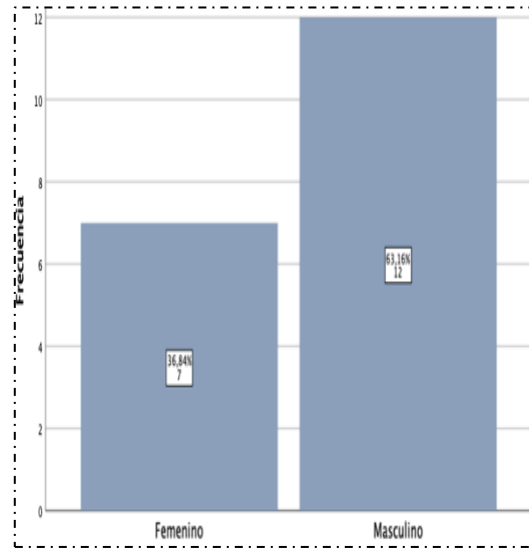


Ilustración 5 - Participación del Genero

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS.

En segunda instancia se identifica que el 63,16% son mayores de 45 años, el 26.32 % en el rango de edades entre 36-45, el 13.3% entre 26-35 años. Y en cuanto al estado civil se observa el 26.32% son solteros (a) y el 42.11% casado (a), el 10.53% Divorciado y el 21.05% Unión Libre (Ver Ilustración 6 y 7)

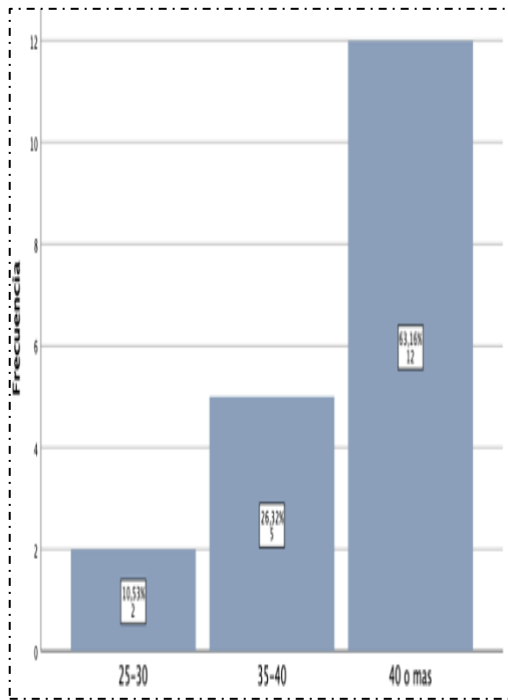


Ilustración 7 - Frecuencia de Edades

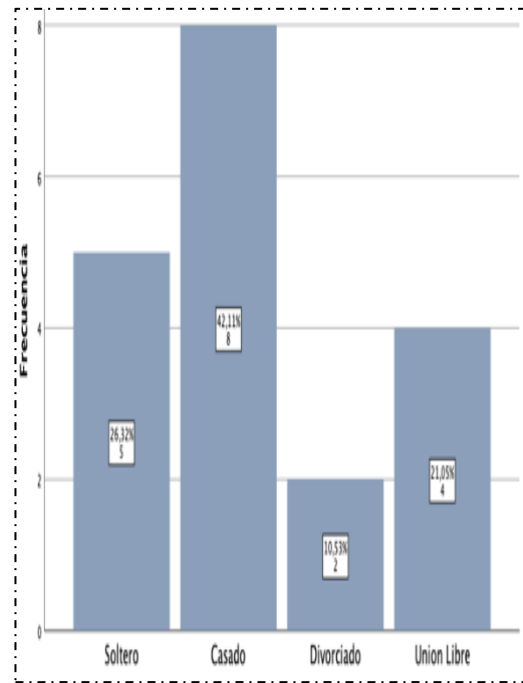


Ilustración 6 – Frecuencia Estado Civil

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS.

En tercera instancia se observa que el nivel socioeconómico de los participantes está distribuido de la siguiente manera el 5.26% estrato 2, 36.84% estrato 3, 31.58% estrato 4 y el 26.32% en estrato 5, así mismo el cargo que manejan se observa que el 36.84% son asistentes comerciales, el 57.89% son ejecutivos de cuenta y el 5.26% gerente comercial. (Ver Ilustración 8 y 9).

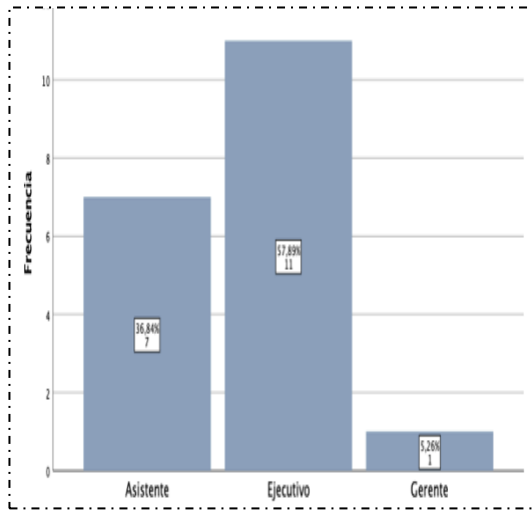


Ilustración 8 Frecuencia del Cargo

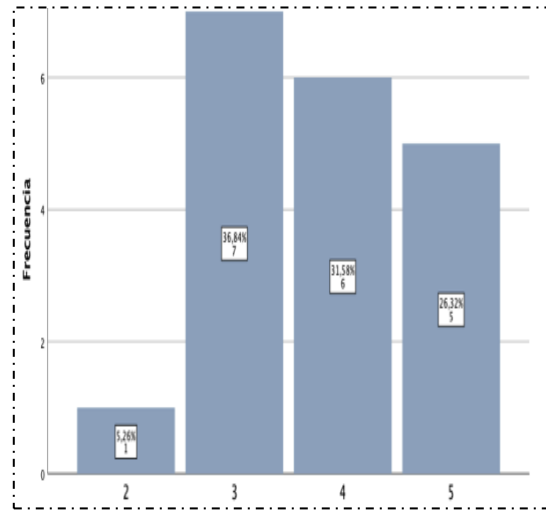


Ilustración 9 Nivel Socio Económico

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS.

Seguidamente se tiene el nivel de estudios el cual presenta al 68.42% en nivel de Pregrado, el 21.05% en Postgrado y el 10.53% en maestría (ver Ilustración 10)

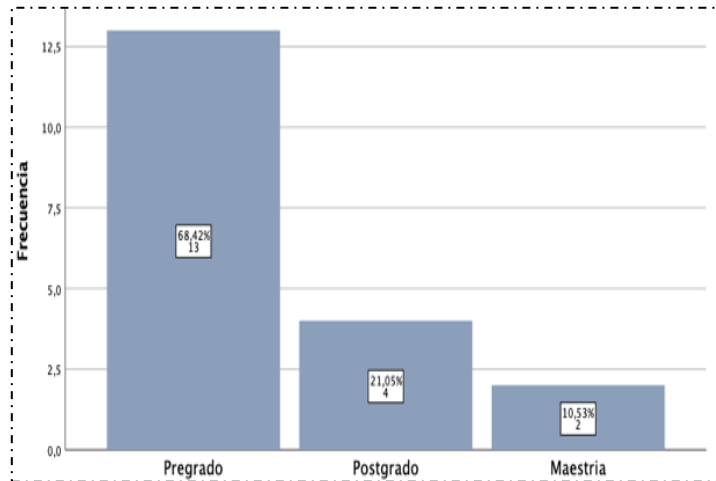


Ilustración 10 - Nivel de Estudios

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS

Frente a la pregunta, en situaciones en donde su jefe, compañeros y clientes demandan al mismo tiempo atención inmediata por parte suya, ¿es consciente de las emociones que este tipo de situaciones despiertan en usted?, el 42.11% respondió con frecuencia, el 31.5 respondió siempre y el 26.32 a veces. Respecto a la pregunta, se presenta un debate en donde usted tiene la razón, pero su contraparte insiste en que usted está equivocado, lo que dificulta llegar a un consenso. ¿Puede identificar la emoción que esta acción le genera y comunicársela a su contraparte?, el 47.37% respondió que siempre lo podía identificar, el 26.32 con frecuencia y el 26.32 restante respondió a veces. (ver Ilustración 11 y 12).

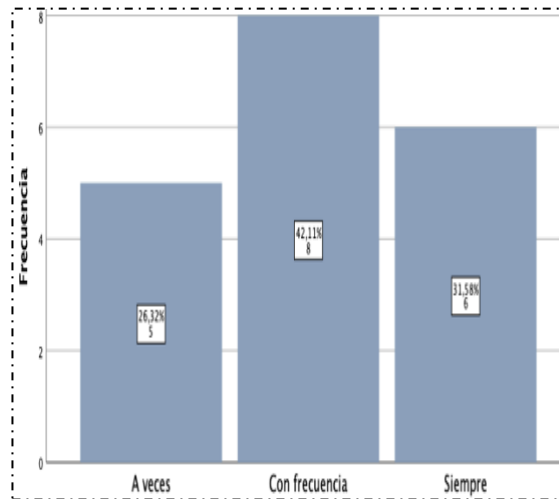


Ilustración 12 -En situaciones en donde su jefe, compañeros y clientes demandan al mismo tiempo atención inmediata por parte suya, ¿Es consciente de las emociones que este tipo de situaciones despiertan en usted? (Ira, Ansiedad, estrés, Frustración, etc.)

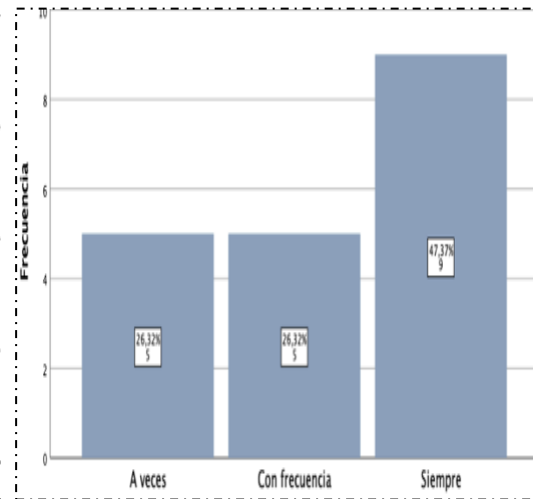


Ilustración 11 - Se presenta un debate en donde usted tiene la razón, pero su contraparte insiste en que usted está equivocado, lo que dificulta llegar a un consenso. ¿puede identificar la emoción que esta acción le genera y comunicarla a su contraparte?

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS

En cuanto a la pregunta, Recibe usted un correo por parte de un proceso de apoyo, en donde de manera imperativa le exigen abstenerse de avanzar en un proyecto en el cual usted considera se tiene alto porcentaje de triunfo. ¿Inmediatamente responde el correo argumentando las razones por las cuales usted considera tiene la razón, haciendo ver lo equivocada de la decisión? Frente a la pregunta, un compañero de proceso de apoyo a su área rechaza su solicitud por considerarla riesgosa para la compañía, esta decisión incide directamente sus metas propias, generando emociones como Frustración, Estrés, Ira, tristeza etc., ¿Identifica que el mantener estas emociones, afectan su tranquilidad por lo tanto trata de pensar en otro asunto?, el 47.37% manifestó con frecuencia, el 31.58% siempre, el 15.79% a veces y el 5.26% nunca. (ver Ilustración 13 y 14).

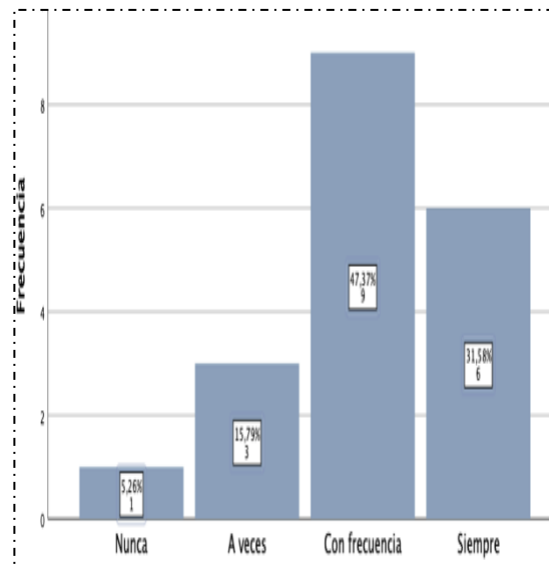
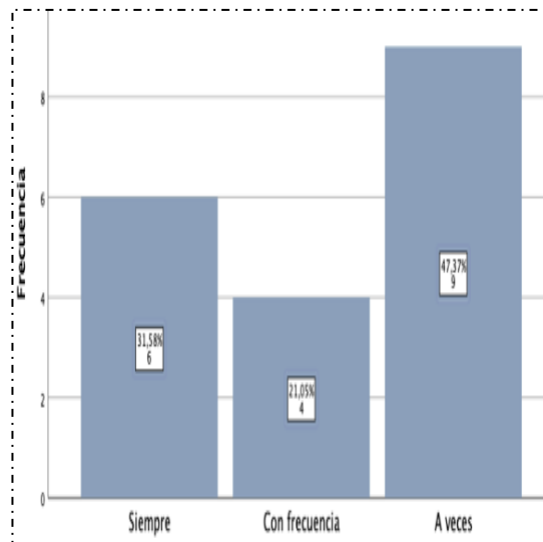


Ilustración 13 - Recibe usted un correo por parte de un proceso de apoyo, en donde de manera imperativa le exigen abstenerse de avanzar en un proyecto en el cual usted considera se tiene alto porcentaje de triunfo. ¿Inmediatamente responde el correo argumentando las razones por las cuales usted considera tiene la razón, haciendo ver lo equivocada de la decisión?

Ilustración 14 - un compañero de proceso de apoyo a su área, rechaza su solicitud por considerarla riesgosa para la compañía, esta decisión incide directamente sus metas propias, generando emociones como Frustración, Estres, Ira, tristeza etc, ¿Identifica que el mantener estas emociones, afectan su tranquilidad por lo tanto trata de pensar en otro asunto?

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-

SPSS.

Frente a la pregunta, Finalizada una confrontación laboral en donde no queda satisfecho con la decisión tomada, ¿Le es fácil retomar actividades y pasar al siguiente tema con la misma persona que mantuvo la confrontación?, el 52.63% respondió con frecuencia, el 42.11% siempre y el 5.26% a veces. A la pregunta, Al iniciar o finalizar la jornada laboral en la compañía, ¿dedica algo de tiempo para reflexionar acerca de los sentimientos expresados con sus compañeros? (ansiedad, ira, felicidad, etc.) (ver Ilustración 15 y 16)

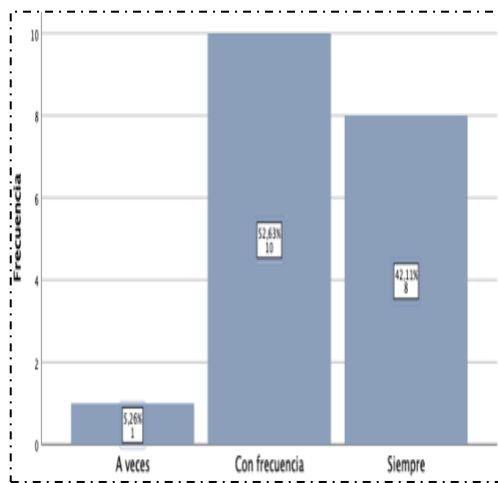


Ilustración 15 -Finalizada una confrontación laboral en donde no queda satisfecho con la decisión tomada, ¿Le es fácil retomar actividades y pasar al siguiente tema con la misma persona que mantuvo la confrontación?

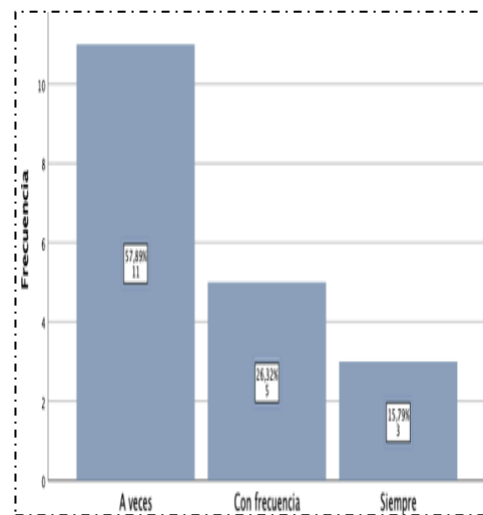


Ilustración 16 - Al iniciar o finalizar la jornada laboral en la compañía, ¿dedica algo de tiempo para reflexionar acerca de los sentimientos expresados con sus compañeros? (ansiedad, ira, felicidad, etc.)

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPS

Para el caso de la pregunta, ¿Para usted es más importante la satisfacción propia de haber hecho las cosas bien, que el reconocimiento permanente de su superior?, el 63.16% respondió siempre, el 21.05% con frecuencia, el 10.53% a veces y el 5.26%

nunca. Respecto a la pregunta, ¿Puede controlar las emociones que se presentan en el trabajo y no mezclarlas al momento de tomar una decisión? ((Ira, Angustia, depresión, felicidad, etc.), el 42.11% respondió siempre, el 31.58% con frecuencia, el 21.05 a veces y el 5.26% nunca (ver Ilustración 17 y 18).

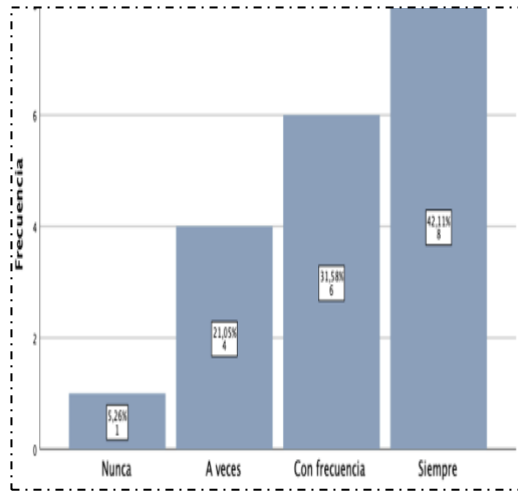


Ilustración 17 - ¿Para usted es más importante la satisfacción propia de haber hecho las cosas bien, que el reconocimiento permanente de su superior?

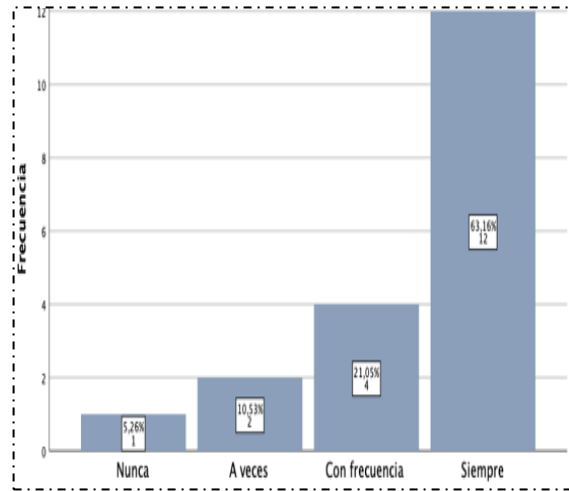


Ilustración 18 - Puede controlar las emociones que se presentan en el trabajo y no mezclarlas al momento de tomar una decisión? ((Ira, Angustia, depresión, felicidad, etc.)

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS.

Frente a la pregunta, ¿Es consiente que el estado de felicidad no es una situación indefinida en el tiempo?, el 78.95% respondió siempre, el 5.26% con frecuencia, el 10.53% a veces y el 5.26% nunca. A la pregunta, ¿Le es fácil solicitar ayuda a compañeros de trabajo que no comparten sus mismos ideales o su punto de vista? el 52.63% respondió siempre, el 31.58% con frecuencia, el 10.53% a veces y el 5.26% nunca. (Ver ilustraciones 19 y 20)

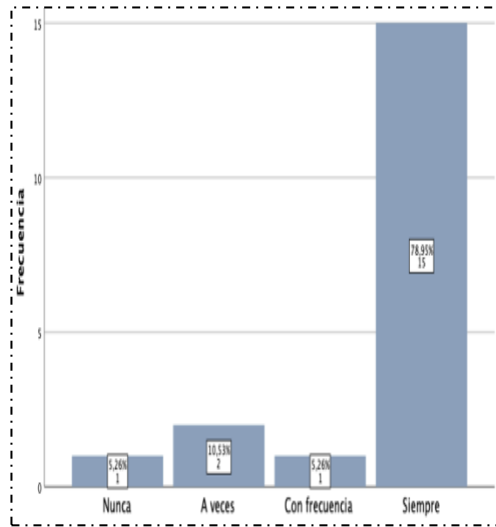


Ilustración 20 - ¿Es consiente que el estado de felicidad no es una situación indefinida en el tiempo?

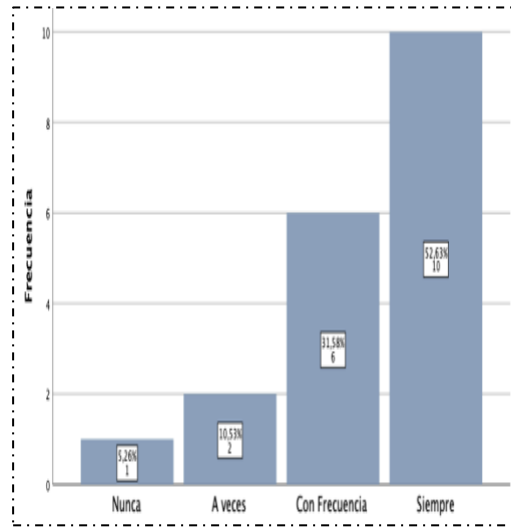


Ilustración 19 - ¿Le es fácil solicitar ayuda a compañeros de trabajo que no comparten sus mismos ideales o su punto de vista?

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS.

Frente a la pregunta, En el desarrollo de un proyecto o actividad comercial, se presenta un inconveniente, ¿Prefiere enfocarse en buscar una solución resaltando el lado positivo del tema? El 68.42% respondió siempre y el 31.58% con frecuencia. A la pregunta, En sus labores diarias cuando comete un error en las funciones que tiene a cargo, ¿Le resulta fácil reconocer cuando se equivoca en la ejecución sus funciones y tiene la capacidad de ofrecer disculpas ante estas situaciones? El 84.21% respondió siempre, el 10.53% con frecuencia, el 5.26% a veces. (Ver ilustraciones 21 y 22).

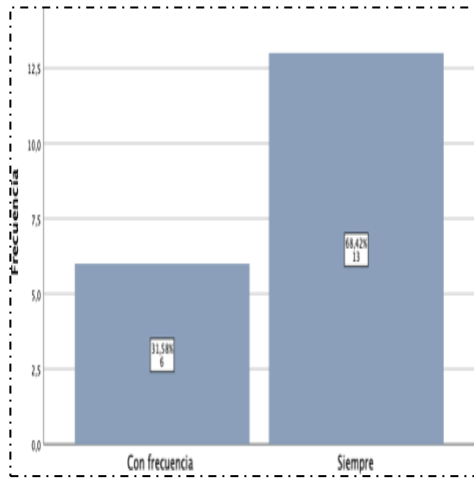


Ilustración 21 - En el desarrollo de un proyecto o actividad comercial, se presenta un inconveniente, ¿Prefiere enfocarse en buscar una solución resaltando el lado positivo del tema?

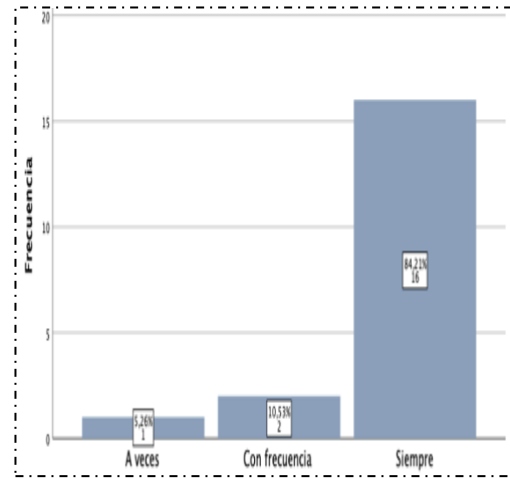


Ilustración 22- En sus labores diarias cuando comete un error en las funciones que tiene a cargo, ¿Le resulta fácil reconocer cuando se equivoca en la ejecución sus funciones y tiene la capacidad de ofrecer disculpas ante estas situaciones?

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS.

A la pregunta, ¿Considera que los objetivos comerciales de la compañía están a cargo de las gerencias, por ende, son estos los que deben liderar 100% el proceso? El 36.84% respondió nunca, el 26.32% a veces, el 10.53% con frecuencia, y el 26.32% siempre. Respecto a la pregunta, ¿Considera que el trabajo que realiza es importante para el logro de los objetivos de la compañía? El 100% de los encuestados respondió - siempre. (ver Ilustración 23 y 24).

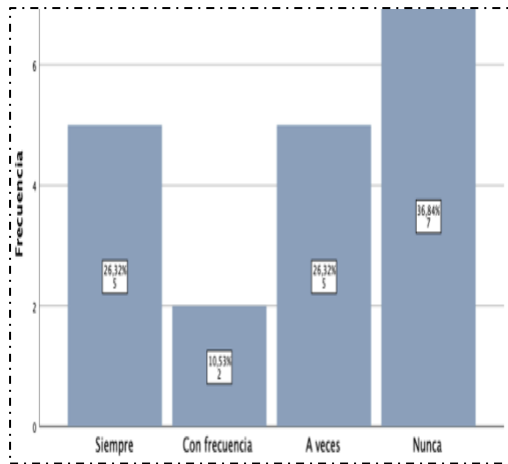


Ilustración 24 - ¿Considera que los objetivos comerciales de la compañía están a cargo de las gerencias, por ende, son estos los que deben liderar 100% el proceso?

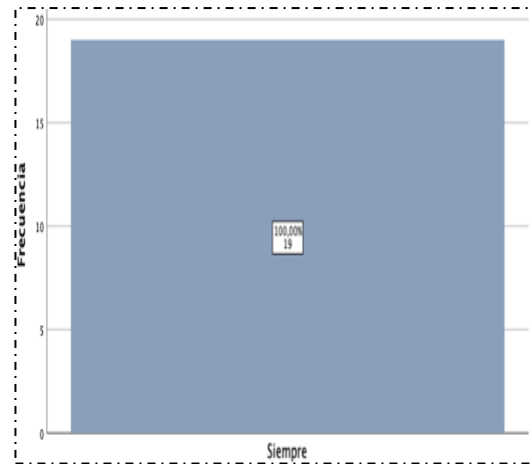


Ilustración 23 - ¿Considera que el trabajo que realiza es importante para el logro de los objetivos de la compañía?

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS.

En cuanto a la pregunta, ¿Considera que una vez ha delegado una tarea a un compañero o proceso de la compañía, este debe hacerse cargo de la función encomendada, desligándose usted de la responsabilidad? El 63.16% respondió nunca, el 31.58% a veces y el 5.26% siempre. Respecto a la pregunta, Si se encuentra trabajando en un proyecto en el que se deben tomar decisiones importantes y su jefe no se encuentra ¿Le resulta fácil tomarlas de forma ágil y asumir el resultado de estas? El 31.58% respondió siempre, el 57.89% con frecuencia y el 10.53% a veces. (ver Ilustración 25 y 26)

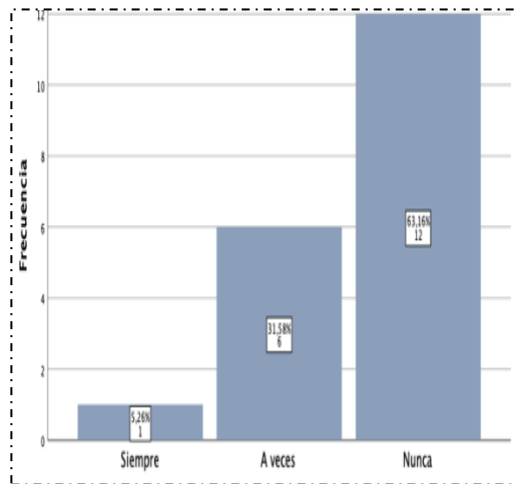


Ilustración 25 - ¿Considera que una vez ha delegado una tarea a un compañero o proceso de la compañía, este debe hacerse cargo de la función encomendada, desligándose usted de la responsabilidad?

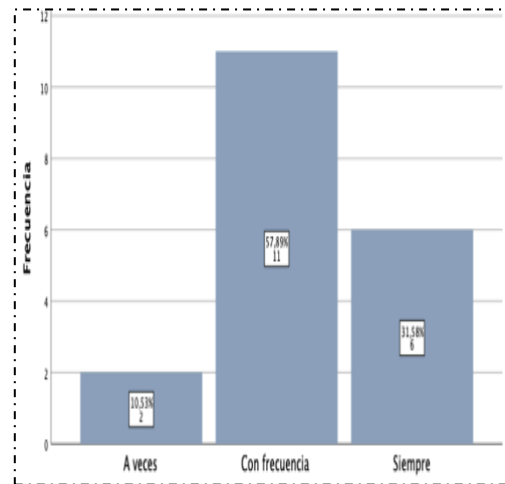


Ilustración 26 - Si se encuentra trabajando en un proyecto en el que se deben tomar decisiones importantes y su jefe no se encuentra ¿Le resulta fácil tomarlas de forma ágil y asumir el resultado de las mismas?

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS.

Respecto a, en el proceso comercial para el que trabaja, ¿Se siente más cómodo si cuenta con un líder que lo acompañe en las funciones que realiza? El 42.11% respondió siempre, el 10.53% con frecuencia, el 42.11% a veces y el 5.26% nunca. Respecto a la pregunta, ¿Considera que la motivación debe ser impulsada exclusivamente por los jefes y gerentes de la compañía? El 36.84% respondió nunca, el 36.84% a veces, en 5.26% con frecuencia y el 21.04% siempre (ver Ilustración 27 y 28)

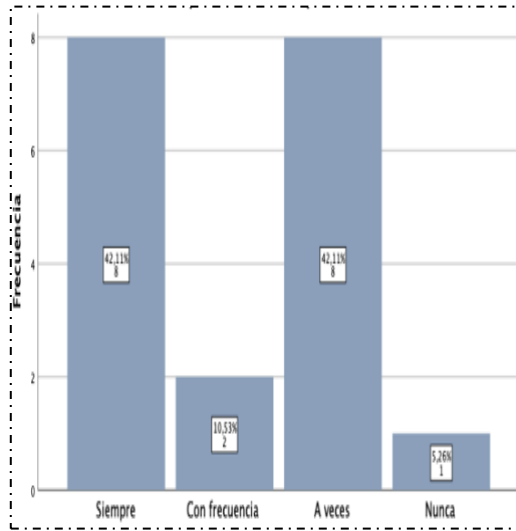


Ilustración 27 - En el proceso comercial para el que trabaja, ¿Se siente más cómodo si cuenta con un líder que lo acompañe en las funciones que realiza?

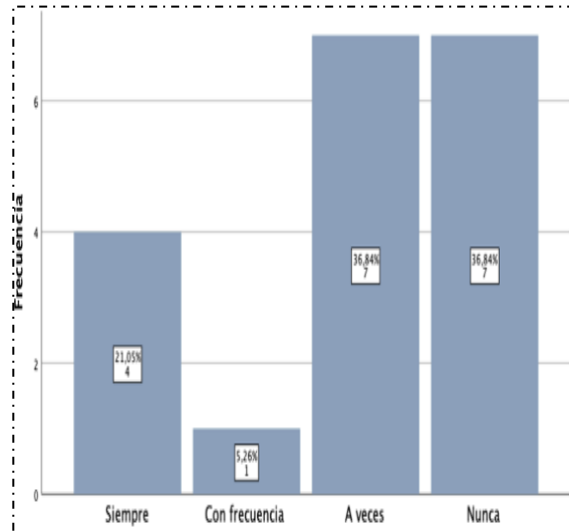


Ilustración 28 - ¿Considera que la motivación debe ser impulsada exclusivamente por los jefes y gerentes de la compañía?

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS.

Frente a la pregunta, ¿Usted valora y reconoce las cosas buenas que realiza en su trabajo? 89.47% respondió siempre y el 10.53% respondió con frecuencia. A la pregunta, En las evaluaciones de tipo 360 que realiza la compañía, ¿siente que sus compañeros no valoran su función y que en la mayoría de los casos son demasiado fuertes al calificarle? El 47.37% respondió nunca, el 36.84% con frecuencia, el 10.53% a veces y el 5.26% siempre. (Ver ilustraciones 29 y 30).

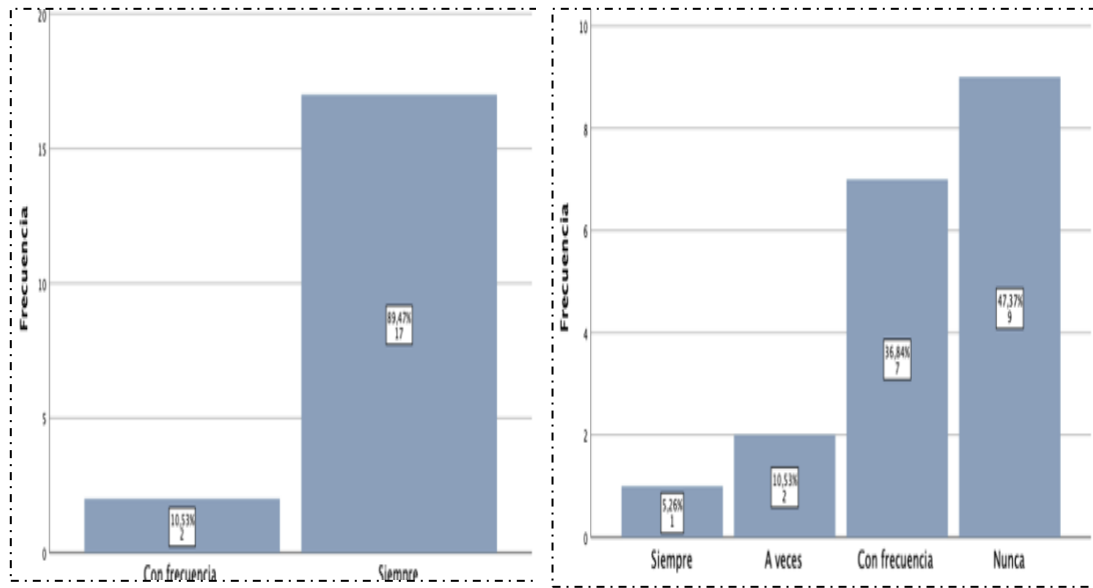


Ilustración 29 - ¿Usted valora y reconoce las cosas buenas que realiza en su trabajo?

Ilustración 30 - En las evaluaciones de tipo 360 que realiza la compañía, ¿siente que sus compañeros no valoran su función y que en la mayoría de los casos son demasiado fuertes al calificarle?

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS

Para el caso, Ingresa una persona nueva al grupo que parece introvertida y reservada, ¿a usted le cuesta trabajo acercarse e iniciar una conversación? El 78.95% respondió nunca y el 21.05% respondió a veces, Para la pregunta, En la presentación de una solicitud comercial ante un compañero de la empresa (logística, cartera, contabilidad, etc.), ¿Tiene usted la capacidad de identificar la reacción que genera en la persona, esta solicitud (malestar, alegría, inconformidad, etc.)? El 31.58% respondió siempre, el 47.37% con frecuencia, el 15.79% a veces y el 5.26% nunca. (Ver ilustraciones 31 y 32).

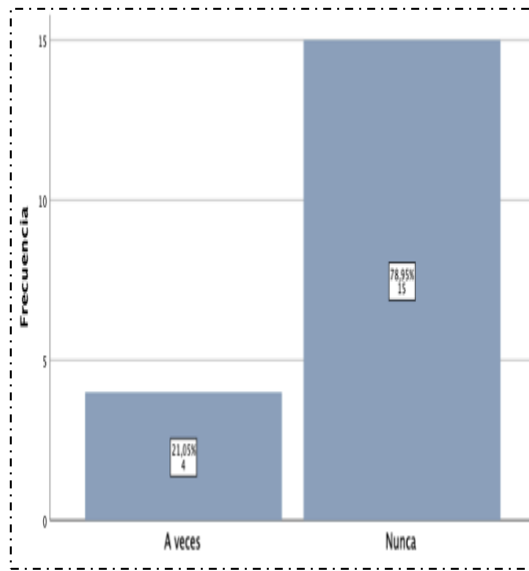


Ilustración 32 - Ingresa una persona nueva al grupo que parece introvertida y reservada, ¿a usted le cuesta trabajo acercarse e iniciar una conversación?

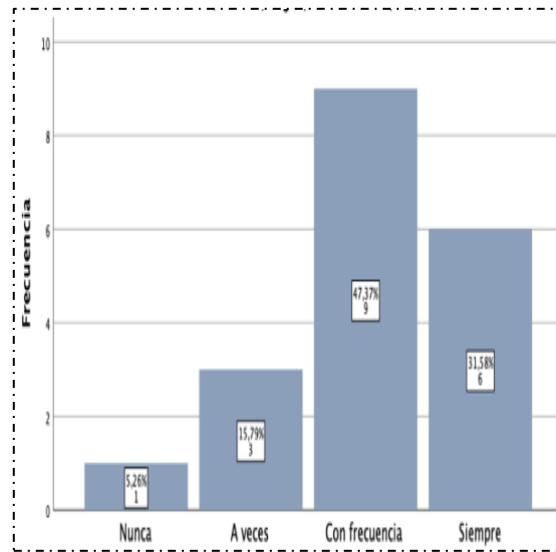


Ilustración 31- En la presentación de una solicitud comercial ante un compañero de la empresa (logística, cartera, contabilidad, etc.), ¿Tiene usted la capacidad de identificar la reacción que genera en la persona, esta solicitud (malestar, alegría, inconformidad, etc.

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS

En cuanto a la pregunta, Un compañero suyo, que generalmente es una persona alegre, de repente se empieza a mostrar distante y retraído. ¿Le es fácil acercarse a esta persona y preguntarle las razones por las cuales ha cambiado su actitud? El 47.37% respondió siempre, el 42.11% con frecuencia y el 10.53% a veces. Respecto a la pregunta, Alguien le informa que uno de sus compañeros lo considera a usted como una persona fría, distante y poco amigable. ¿Deja que la persona que realizó el comentario se dé cuenta por si misma de lo equivocada que estaba? El 36.84% respondió siempre, el 21.05% con frecuencia, el 36.84% a veces y el 5.26% nunca (ver Ilustración 33 y 34).

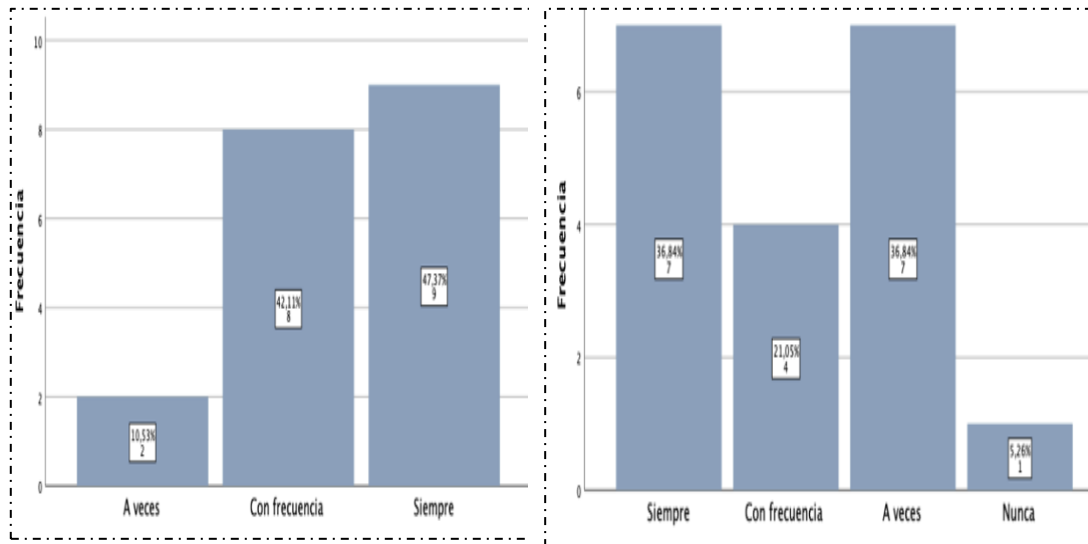


Ilustración 34 - Un compañero suyo, que generalmente es una persona alegre, de repente se empieza a mostrar distante y retraído. ¿Le es fácil acercarse a esta persona y preguntarle las razones por las cuales ha cambiado su actitud?

Ilustración 33 - Alguien le informa que uno de sus compañeros lo considera a usted como una persona fría, distante y poco amigable. ¿Deja que la persona que realizó el comentario se dé cuenta por sí misma de lo equivocada que estaba?

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS

Respecto a la pregunta, ¿Trata de mantener relaciones y conversaciones con todas las personas, aun cuando no sean de su completo agrado? El 68.42% respondió con frecuencia, el 26.32% con frecuencia y el 5.26% a veces. A la pregunta, Se presenta una excelente oportunidad comercial, pero al realizar esta negociación se obviaron varios procesos de la compañía, la oportunidad finalmente es aprobada por Gerencia General. ¿Considera usted importante el sentarse a aclarar y explicar por qué debe avanzarse en este proyecto a los procesos que no se tuvieron en cuenta? El 57.89% respondió siempre, el 21.05 con frecuencia y el 21.05 a veces. (Ver ilustraciones 35 y 36).

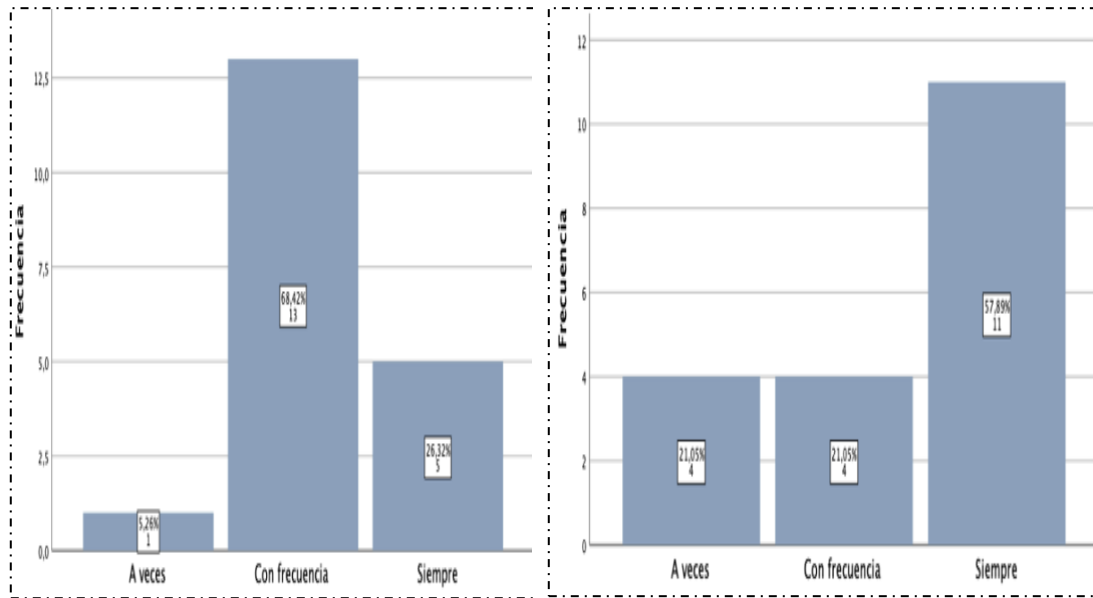


Ilustración 35 - ¿Trata de mantener relaciones y conversaciones con todas las personas, aun cuando no sean de su completo agrado?

Ilustración 36 - Se presenta una excelente oportunidad comercial, pero al realizar esta negociación se obviaron varios procesos de la compañía, la oportunidad finalmente es aprobada por Gerencia General. ¿Considera usted importante el sentarse a aclarar y explicar por qué debe avanzarse en este proyecto a los procesos que no se tuvieron en cuenta?

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS

En el caso de, Se encuentra en un día laboral muy ocupado y un compañero se acerca porque necesita su consejo. ¿Le es difícil apartarse de sus obligaciones para escuchar activamente a su compañero? El 52.63% respondió nunca, el 26.32% siempre, el 10.53% con frecuencia y el 10.53% a veces. Respecto a la pregunta, Se presenta un altercado, por un error el cual es responsabilidad de un compañero (comercial o de apoyo) ¿Trata de escuchar y entender la situación de su compañero, a pesar de que no

tenga razón? El 47.37% respondió Siempre, el 47.37% con frecuencia y el 5.26% a veces (ver Ilustración 37 y 38)

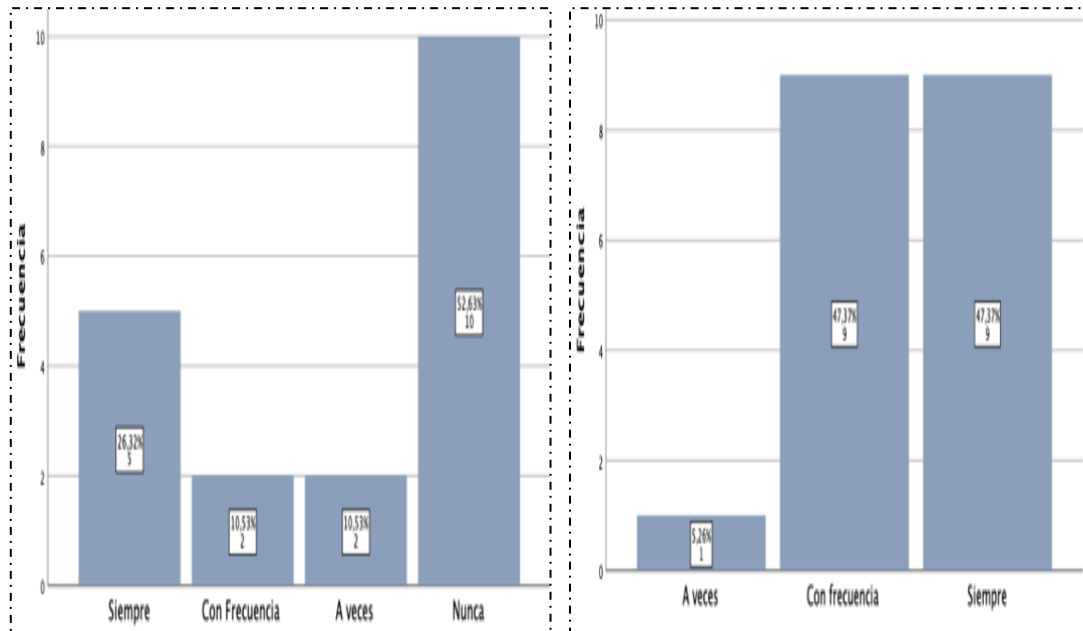


Ilustración 38 - Se encuentra en un día laboral muy ocupado y un compañero se acerca porque necesita su consejo. ¿Le es difícil apartarse de sus obligaciones para escuchar activamente a su compañero?

Ilustración 37 - Se presenta un altercado, por un error el cual es responsabilidad de un compañero (comercial o de apoyo) ¿Trata de escuchar y entender la situación de su compañero, a pesar de que no tenga razón?

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS

Frente a la pregunta, Un cliente argumenta que se va de la compañía por su responsabilidad y, a pesar de que la empresa ya constató que no fue su responsabilidad, ¿insiste usted en aclarar la situación directamente con el cliente? El 42.11% respondió nunca, 26.32% siempre, el 15.79% con frecuencia y el 15.79% a veces. A la pregunta, ¿Se considera usted una persona comunicativa, que se puede relacionar fácilmente con cualquier persona? El 63.16% respondió Siempre, el 31.58% respondió con frecuencia y el 5.26% A veces. (Ver ilustraciones 39 y 40)

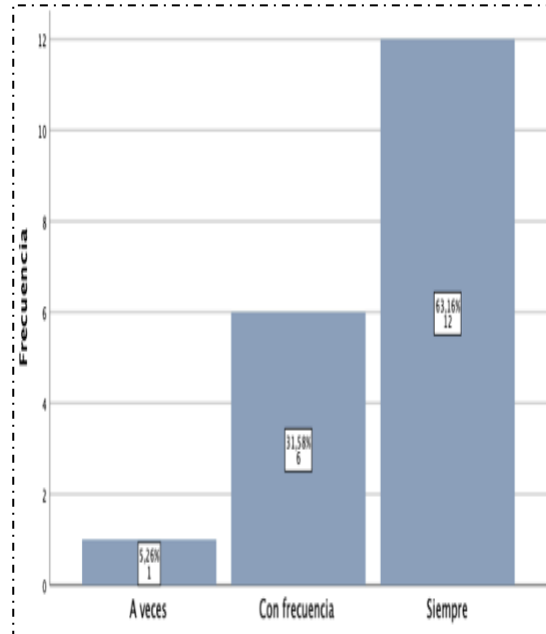
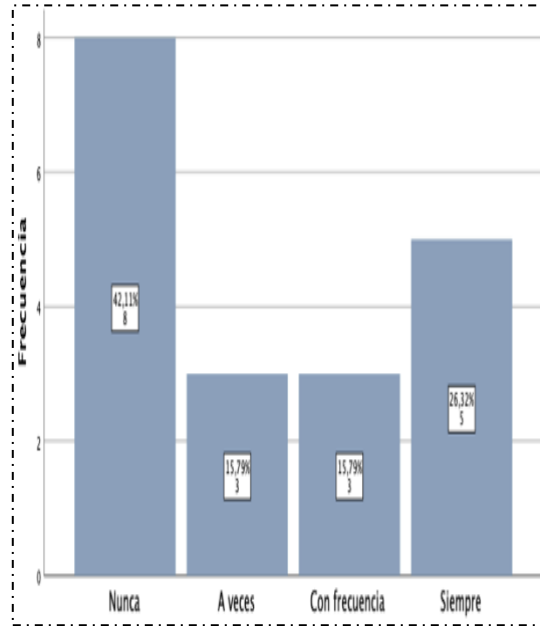


Ilustración 39 - Un cliente argumenta que se va de la compañía por su responsabilidad y, a pesar de que la empresa ya constató que no fue su responsabilidad, ¿insiste usted en aclarar la situación directamente con el cliente?

Ilustración 40 - ¿Se considera usted una persona comunicativa, que se puede relacionar fácilmente con cualquier persona?

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS

En cuanto a, Se presenta un proyecto en el cual usted tiene que trabajar con un compañero el cual considera que no es una buena oportunidad para la compañía. ¿Generalmente, puede persuadir eficazmente a su compañero, para que adopten su punto de vista sin coacciones? El 52.63% respondió con frecuencia, el 36.84% a veces,

el 5.26% a veces y el 5.26% a veces. Respecto a la pregunta, ¿Se considera una persona creativa, que genera ideas y las desarrolla? El 47.39% respondió siempre, el 36.84% con frecuencia y el 15.79 a veces (ver Ilustración 41 y 42).

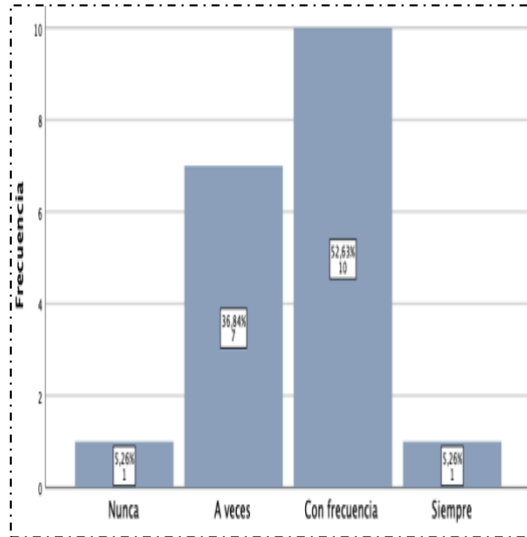


Ilustración 42 - Se presenta un proyecto en el cual usted tiene que trabajar con un compañero el cual considera que no es una buena oportunidad para la compañía. ¿Generalmente, puede persuadir eficazmente a su compañero, para que adopten su punto de vista sin coacciones?

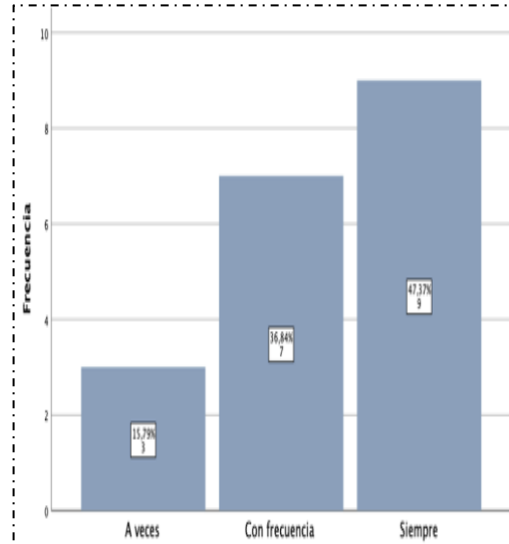


Ilustración 41 ¿Se considera una persona creativa, que genera ideas y las desarrolla?

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS

Frente a la pregunta, Uno de los clientes más importantes de la zona, le pide realizar presentación sobre la empresa de forma inmediata, y su jefe le solicita que avance durante su ausencia. ¿se siente intimidado ante la situación de iniciar la presentación y liderar la reunión? El 63.16% respondió nunca, el 23.32% a veces y el 10.53% con frecuencia. A la pregunta, Se presenta un conflicto entre dos personas por una decisión comercial en la cual usted está involucrado, ¿prefiere tomar distancia y

permitir que ellos solucionen sus diferencias? El 36.84% respondió nunca, el 31.58% a veces, el 21.05% con frecuencia y el 10.53% siempre (Ver ilustraciones 43 y 44)

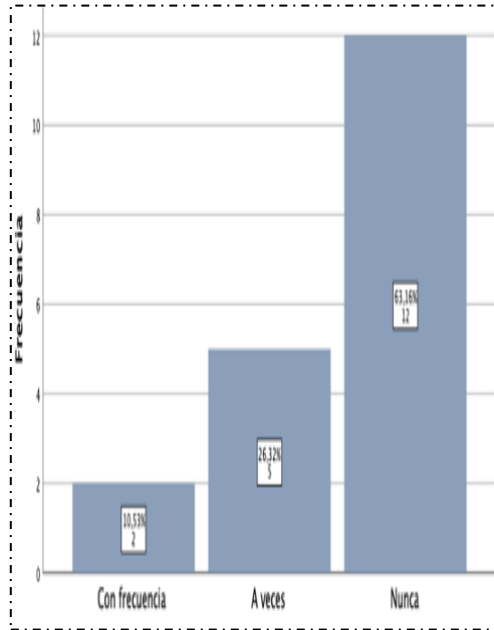


Ilustración 43 - Uno de los clientes más importantes de la zona, le pide realizar presentación sobre la empresa de forma inmediata, y su jefe le solicita que avance durante su ausencia. ¿se siente intimidado ante la situación de iniciar la presentación y liderar la reunión?

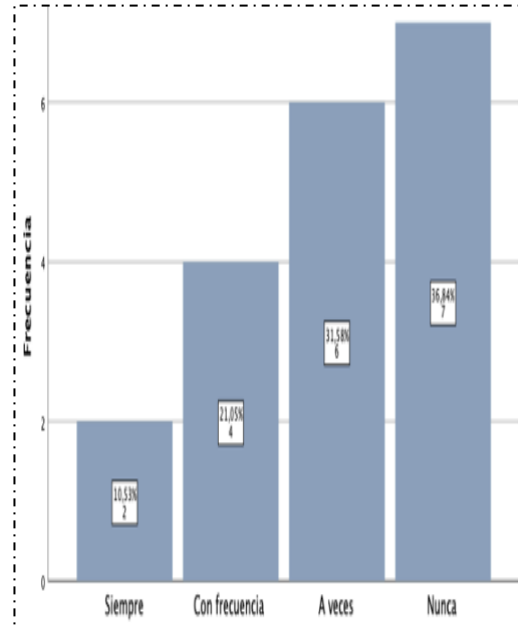


Ilustración 44- Se presenta un conflicto entre dos personas por una decisión comercial en la cual usted está involucrado, ¿prefiere tomar distancia y permitir que ellos solucionen sus diferencias?

Nota "Fuente de elaboración propia". Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS

Para el caso de, Usted viene trabajando muy bien con un grupo/área de personas con las cuales tiene gran empatía, su jefe toma la decisión de cambiarlo a un nuevo grupo/área. ¿Le es fácil adaptarse rápidamente al cambio con sus nuevos compañeros? Respecto a la pregunta, En una reunión empresarial en donde están cuestionando su

trabajo, ¿Tiene la capacidad de lograr acuerdos razonables con sus compañeros a pesar de tener posturas contrarias? (ver Ilustración 45 y 46).

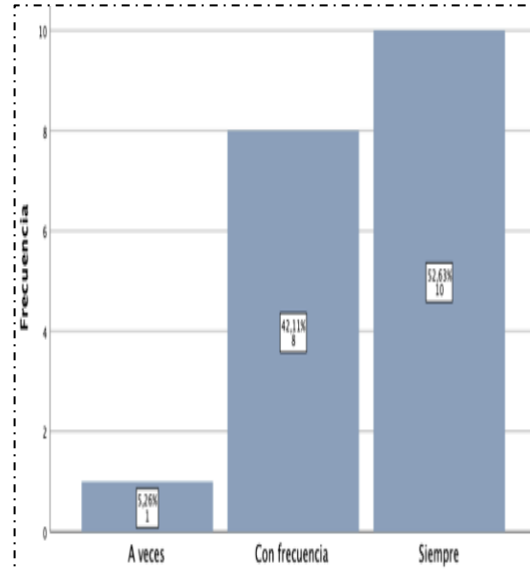
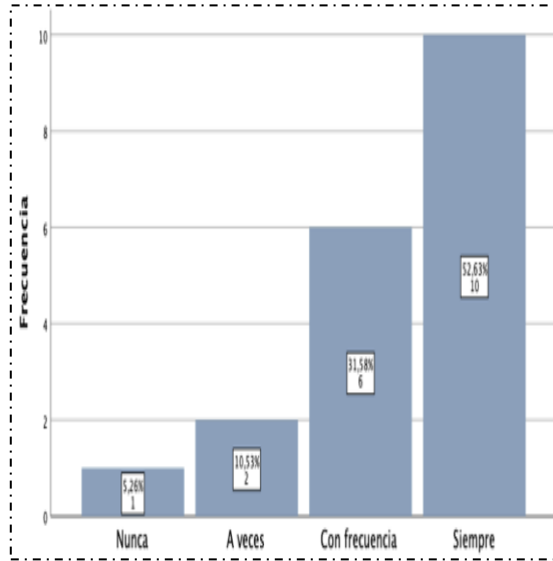


Ilustración 46 - Usted viene trabajando muy bien con un grupo/área de personas con las cuales tiene gran empatía, su jefe toma la decisión de cambiarlo a un nuevo grupo/área. ¿Le es fácil adaptarse rápidamente al cambio con sus nuevos compañeros?

Ilustración 45 - En una reunión empresarial en donde están cuestionando su trabajo, ¿Tiene la capacidad de lograr acuerdos razonables con sus compañeros a pesar de tener posturas contrarias?

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S.A. Transcripción programa IBM-SPSS

Frente a la pregunta, Considera usted que, para tener éxito, ¿es completamente necesario el pasar por periodos de alto estrés y tensión como parte del precio a pagar por el reconocimiento? El 47.37% respondió a veces, el 26.32% nunca, el 21.05% con frecuencia y el 5.26% siempre. A la pregunta, ¿Considera que sus acciones inspiran a sus compañeros de trabajo? El 52.63% respondió que siempre, el 31.58% a veces y el 15.79% a veces. (Ver ilustraciones 47 y 48)

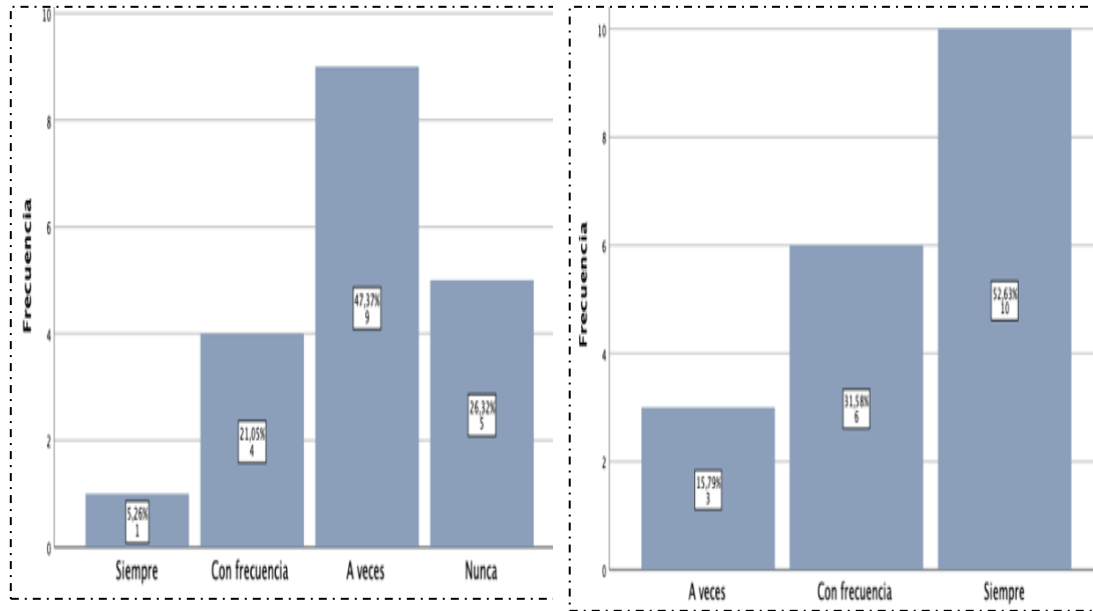


Ilustración 48 - Considera usted que, para tener éxito, es completamente necesario el pasar por periodos de alto estrés y tensión como parte del precio a pagar por el reconocimiento?

Ilustración 47 - ¿Considera que sus acciones inspiran a sus compañeros de trabajo?

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S. A Transcripción programa IBM-SPSS

A la pregunta, Se ha presentado un problema de difícil solución en la función que realiza, ¿considera conveniente exponerlo a su grupo de trabajo para buscar una solución? El 52.63% respondió siempre, el 31.58% con frecuencia, el 15.79% a veces. Finalmente, respecto a la pregunta, Finalizada su jornada laboral, usted ¿busca actividades de esparcimiento o grupales, para compartir intereses o afines? El 47.37% respondió con frecuencia, el 31.58% a veces y el 21.05% siempre. (ver Ilustración 49 y 50)

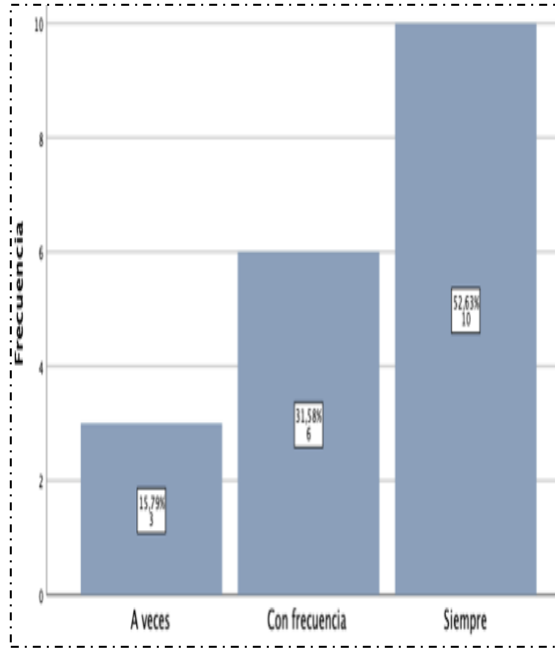


Ilustración 50 - Se ha presentado un problema de difícil solución en la función que realiza, ¿considera conveniente exponerlo a su grupo de trabajo para buscar una solución?

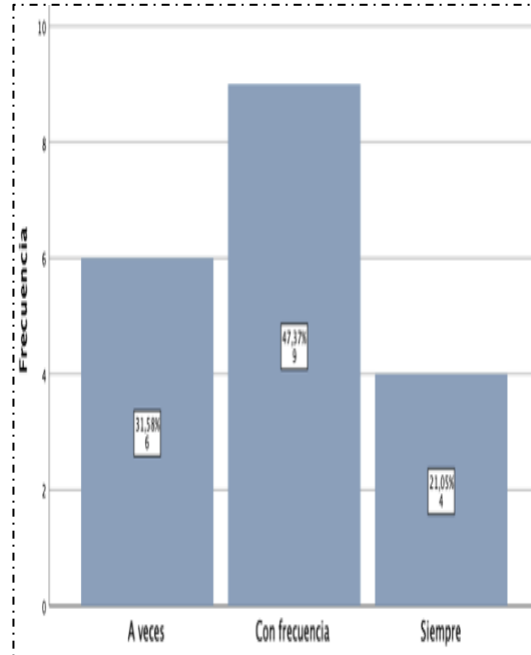


Ilustración 49 - Finalizada su jornada laboral, usted ¿busca actividades de esparcimiento o grupales, para compartir intereses o afines?

Nota “Fuente de elaboración propia”. Con datos recolectados en la aplicación del instrumento de medición en el personal comercial de la empresa RX.S. A Transcripción programa IBM-SPSS

Realizando el análisis global de los resultados y con base a el modelo de inteligencia emocional de Goleman (2013), ver figura 12

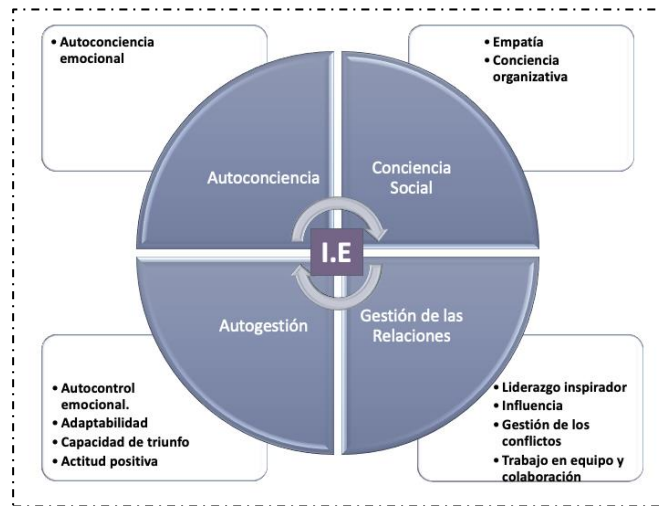


Figura 14 - Modelo inteligencia emocional Goleman

Fuente Elaboración propia con fundamento en Liderando el poder de la inteligencia emocional Goleman D (2013, P.15)

7.2. Análisis de coeficiente emocional del equipo

Se encuentran los siguientes resultados, ver tabla 10 y 11 – Ilustración 51

Tabla 10 - Resultados Globales

| I.E | Pregunt a | RESULTAD O | OBJETIVO | PORCENT AJE | TOTAL RESULTAD O | TOTAL OBJETIVO | TOTAL PORCENTAJ E |
|-----------------------|--------------|---------------|----------|----------------|------------------------|-------------------|-------------------------|
| AUTOCONCIENCIA | P11 | 39 | 57 | 68% | 396 | 570 | 69% |
| | P12 | 42 | 57 | 74% | | | |
| | P13 | 39 | 57 | 68% | | | |
| | P14 | 22 | 57 | 39% | | | |
| | P15 | 45 | 57 | 79% | | | |
| | P16 | 30 | 57 | 53% | | | |
| | P17 | 40 | 57 | 70% | | | |
| | P18 | 46 | 57 | 81% | | | |
| | P19 | 49 | 57 | 86% | | | |
| | P20 | 44 | 57 | 77% | | | |
| AUTOGESTION | P21 | 53 | 57 | 93% | 439 | 570 | 77% |
| | P22 | 51 | 57 | 89% | | | |
| | P23 | 57 | 57 | 100% | | | |
| | P24 | 33 | 57 | 58% | | | |
| | P25 | 48 | 57 | 84% | | | |
| | P26 | 42 | 57 | 74% | | | |
| | P27 | 36 | 57 | 63% | | | |
| | P28 | 21 | 57 | 37% | | | |
| | P29 | 43 | 57 | 75% | | | |
| | P30 | 55 | 57 | 96% | | | |
| CONCIENCIA SOCIAL | P31 | 39 | 57 | 68% | 400 | 570 | 70% |
| | P32 | 53 | 57 | 93% | | | |
| | P33 | 21 | 57 | 37% | | | |
| | P34 | 45 | 57 | 79% | | | |
| | P35 | 45 | 57 | 79% | | | |
| | P36 | 42 | 57 | 74% | | | |
| | P37 | 46 | 57 | 81% | | | |
| | P38 | 36 | 57 | 63% | | | |
| | P39 | 49 | 57 | 86% | | | |
| | P40 | 24 | 57 | 42% | | | |
| GESTION DE RELACIONES | P41 | 44 | 57 | 77% | 413 | 570 | 72% |
| | P42 | 30 | 57 | 53% | | | |
| | P43 | 37 | 57 | 65% | | | |
| | P44 | 48 | 57 | 84% | | | |
| | P45 | 47 | 57 | 82% | | | |
| | P46 | 44 | 57 | 77% | | | |
| | P47 | 45 | 57 | 79% | | | |
| | P48 | 37 | 57 | 65% | | | |
| | P49 | 45 | 57 | 79% | | | |
| | P50 | 36 | 57 | 63% | | | |

Tabla 11- Resumen resultados Globales

| APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE EMOCIONAL | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------|---------|------------|---------|
| AUTOCONCIENCIA | CAUTELA | 69% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| AUTOGESTION | VULNERABLE | 77% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| CONCIENCIA SOCIAL | VULNERABLE | 70% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| GESTION DE RELACIONES | VULNERABLE | 72% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| COEFICIENTE EMOCIONAL | VULNERABLE | 72% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

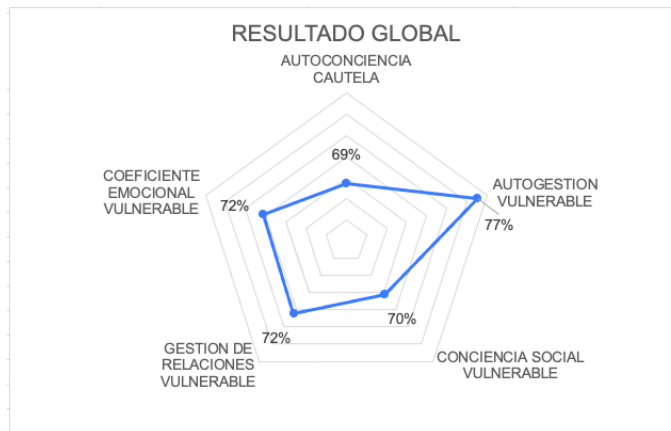


Ilustración 51 Resultados Globales Pruebas I.E personal comercial RX S.A

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

Como se puede observar en los resultados de la prueba aplicado al grupo comercial de la empresa RX S.A, en todas las competencias se observa que están por debajo del promedio ideal, siendo la autoconciencia el valor más bajo que se encuentra con un 69%, seguido de la conciencia social con un 70%, la gestión de relaciones con un 72% y finalmente con el mejor valor que es la autogestión con un 77%.

- Autoconciencia 69%: De acuerdo con Goleman, la autoconciencia implica comprender en profundidad las emociones, los puntos fuertes, las debilidades, las necesidades y los

impulsos de uno mismo – Goleman D (2013, p.35), es importante que el grupo de trabajo en este punto sea consciente de sus emociones, que reconozca sus limitaciones, sus puntos fuertes y que este en capacidad de autoevaluarse con franqueza y valorarse con sinceridad.

- **Autogestión 77%:** En este punto el grupo presenta su mejor puntaje, mostrando que esta por el camino de auto gestionarse, es importante reforzar el trabajar en la automotivación, en el positivismo y en la confianza en sí mismo, para seguir mejorando esta competencia.
- **Conciencia social 70%:** Es necesario el trabajar la empatía en el grupo comercial y con los demás compañeros de trabajo para gestionar correctamente las relaciones con los demás procesos, con el fin de lograr compenetración laboral, entendiendo que trabajando unitariamente no se logran avances significativos. Es importante el aprender a reconocer las emociones en los demás y generar esa empatía que dista la mera simpatía que no aporta al crecimiento.
- **Gestión de Relaciones 72%:** En este punto se deben trabajar aspectos como el liderazgo inspirador, la capacidad de influencia en los demás y la autoconfianza.

Seguido a esto se entrará a revisar los resultados por grupos de trabajo, en este punto se revisan los resultados divididos en dos grupos (comerciales, pero con diferentes roles:

- Asistentes Comerciales: Back office
- Ejecutivos de cuenta: Vendedores en contacto con el cliente

Se encuentran los siguientes resultados para el grupo asistencial de RX S.A, ver tabla 12 y 13 – Ilustración 52

Tabla 12- Resultados Grupo Asistencial Conformado por 7 personas

| I.E | Pregunta | RESULTADO | OBJETIVO | PORCENTAJE | TOTAL RESULTADO | TOTAL OBJETIVO | TOTAL PORCENTAJE |
|-----------------------|----------|-----------|----------|------------|-----------------|----------------|------------------|
| AUTOCONCIENCIA | P11 | 16 | 21 | 76% | 152 | 210 | 72% |
| | P12 | 18 | 21 | 86% | | | |
| | P13 | 16 | 21 | 76% | | | |
| | P14 | 7 | 21 | 33% | | | |
| | P15 | 16 | 21 | 76% | | | |
| | P16 | 12 | 21 | 57% | | | |
| | P17 | 14 | 21 | 67% | | | |
| | P18 | 17 | 21 | 81% | | | |
| | P19 | 19 | 21 | 90% | | | |
| | P20 | 17 | 21 | 81% | | | |
| AUTOGESTION | P21 | 21 | 21 | 100% | 153 | 210 | 73% |
| | P22 | 21 | 21 | 100% | | | |
| | P23 | 21 | 21 | 100% | | | |
| | P24 | 10 | 21 | 48% | | | |
| | P25 | 19 | 21 | 90% | | | |
| | P26 | 15 | 21 | 71% | | | |
| | P27 | 8 | 21 | 38% | | | |
| | P28 | 3 | 21 | 14% | | | |
| | P29 | 15 | 21 | 71% | | | |
| | P30 | 20 | 21 | 95% | | | |
| CONCIENCIA SOCIAL | P31 | 17 | 21 | 81% | 145 | 210 | 69% |
| | P32 | 19 | 21 | 90% | | | |
| | P33 | 4 | 21 | 19% | | | |
| | P34 | 15 | 21 | 71% | | | |
| | P35 | 21 | 21 | 100% | | | |
| | P36 | 14 | 21 | 67% | | | |
| | P37 | 17 | 21 | 81% | | | |
| | P38 | 15 | 21 | 71% | | | |
| | P39 | 18 | 21 | 86% | | | |
| | P40 | 5 | 21 | 24% | | | |
| GESTION DE RELACIONES | P41 | 14 | 21 | 67% | 145 | 210 | 69% |
| | P42 | 10 | 21 | 48% | | | |
| | P43 | 10 | 21 | 48% | | | |
| | P44 | 15 | 21 | 71% | | | |
| | P45 | 21 | 21 | 100% | | | |
| | P46 | 16 | 21 | 76% | | | |
| | P47 | 19 | 21 | 90% | | | |
| | P48 | 12 | 21 | 57% | | | |
| | P49 | 17 | 21 | 81% | | | |
| | P50 | 11 | 21 | 52% | | | |

Tabla 13 - Resumen Resultados grupo asistencial

| APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|-----------------------|------------------------|------------------------|---------|---------|------------|---------|
| AUTOCONCIENCIA | VULNERABLE | 72% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| AUTOGESTION | VULNERABLE | 73% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| CONCIENCIA SOCIAL | CAUTELA | 69% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| GESTION DE RELACIONES | CAUTELA | 69% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| COEFICIENTE EMOCIONAL | VULNERABLE | 71% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A



Ilustración 52 - Grafica de los Resultados Grupo Asistencial

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

Comparando los resultados globales con los del grupo asistencial, se encuentra:

- Autoconciencia 72%: Mejora respecto al resultado global, indica que este grupo de personas reconocen de una forma más efectiva los propios sentimientos al momento de interrelacionarse con los demás grupos o personas.
- Autogestión 73%: Respecto al resultado global baja 4 puntos porcentuales, indicando que este grupo de personas necesitan contar con más positivismo hacia las labores que realizan, trabajar en aprender a reconocer los errores y auto motivarse.
- Conciencia social 69%: Comparado con el resultado global, baja un punto porcentual y se convierte en la competencia más baja, lo cual indica que este grupo debe trabajar en la empatía hacia el resto del equipo, aprendiendo a reconocer los sentimientos de los demás entendiendo que trabajando unitariamente no se logran avances significativos.

- Gestión de Relaciones 69%: En comparación con los resultados globales, se encuentra que baja tres puntos porcentuales, indica que este grupo debe aprender a proyectar liderazgo al resto de compañeros y ser más influyente al momento de tomar decisiones o trabajar en equipo.

Por último, se presentan los resultados del grupo de comerciales, conformado por 11 personas, realizando un análisis similar al presentado con los resultados Globales y el del grupo asistencial.

Se encuentran los siguientes resultados para el grupo de ejecutivos comerciales de RX S.A, ver tabla 14 y 15 – Ilustración 53

| I.E | Pregunta | RESULTADO | OBJETIVO | PORCENTAJE | TOTAL RESULTADO | TOTAL OBJETIVO | TOTAL PORCENTAJE |
|-----------------------|----------|-----------|----------|------------|-----------------|----------------|------------------|
| AUTOCONCIENCIA | P11 | 21 | 33 | 64% | 222 | 330 | 67% |
| | P12 | 22 | 33 | 67% | | | |
| | P13 | 21 | 33 | 64% | | | |
| | P14 | 13 | 33 | 39% | | | |
| | P15 | 27 | 33 | 82% | | | |
| | P16 | 16 | 33 | 48% | | | |
| | P17 | 24 | 33 | 73% | | | |
| | P18 | 26 | 33 | 79% | | | |
| | P19 | 27 | 33 | 82% | | | |
| | P20 | 25 | 33 | 76% | | | |
| AUTOGESTION | P21 | 30 | 33 | 91% | 257 | 330 | 78% |
| | P22 | 27 | 33 | 82% | | | |
| | P23 | 33 | 33 | 100% | | | |
| | P24 | 20 | 33 | 61% | | | |
| | P25 | 26 | 33 | 79% | | | |
| | P26 | 24 | 33 | 73% | | | |
| | P27 | 25 | 33 | 76% | | | |
| | P28 | 15 | 33 | 45% | | | |
| | P29 | 25 | 33 | 76% | | | |
| | P30 | 32 | 33 | 97% | | | |
| CONCIENCIA SOCIAL | P31 | 20 | 33 | 61% | 234 | 330 | 71% |
| | P32 | 32 | 33 | 97% | | | |
| | P33 | 15 | 33 | 45% | | | |
| | P34 | 28 | 33 | 85% | | | |
| | P35 | 22 | 33 | 67% | | | |
| | P36 | 26 | 33 | 79% | | | |
| | P37 | 27 | 33 | 82% | | | |
| | P38 | 19 | 33 | 58% | | | |
| | P39 | 29 | 33 | 88% | | | |
| | P40 | 16 | 33 | 48% | | | |
| GESTION DE RELACIONES | P41 | 27 | 33 | 82% | 245 | 330 | 74% |
| | P42 | 18 | 33 | 55% | | | |
| | P43 | 25 | 33 | 76% | | | |
| | P44 | 30 | 33 | 91% | | | |
| | P45 | 24 | 33 | 73% | | | |
| | P46 | 26 | 33 | 79% | | | |
| | P47 | 23 | 33 | 70% | | | |
| | P48 | 23 | 33 | 70% | | | |
| | P49 | 26 | 33 | 79% | | | |
| | P50 | 23 | 33 | 70% | | | |

Tabla 15 - Resultados Grupo ejecutivos comerciales conformado por 11 personas

| APTITUD | DESARROLLO | DESARROLLO COEFICIENTE | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|-----------------------|------------|------------------------|---------|---------|------------|---------|
| AUTOCONCIENCIA | CAUTELA | 67% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| AUTOGESTION | VULNERABLE | 78% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| CONCIENCIA SOCIAL | VULNERABLE | 71% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| GESTION DE RELACIONES | VULNERABLE | 74% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| COEFICIENTE EMOCIONAL | VULNERABLE | 73% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

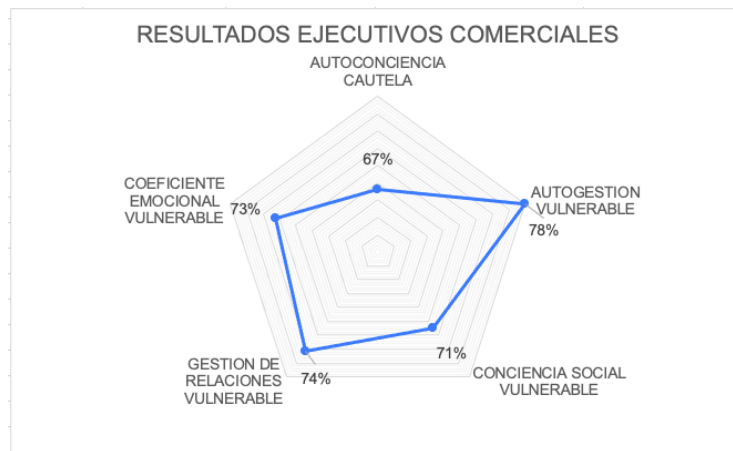


Ilustración 53 - Resultados Ejecutivos comerciales

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del

Tabla 14 - Resumen Resultado Ejecutivos Comerciales

test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A.

Comparando los resultados globales con los de los ejecutivos comerciales, se encuentra:

- Autoconciencia 67%: baja dos puntos, indica que este grupo de personas se les dificulta identificar de una forma efectiva los propios sentimientos al momento de interrelacionarse con los demás grupos o personas.

- **Autogestión 78%:** Respecto al resultado global mejora 1 punto porcentuales, indicando que este grupo de personas cuentan con más positivismo hacia las labores que realizan, reconocen de una mejor manera los errores y tienden a auto motivarse.
- **Conciencia social 71%:** Comparado con el resultado global, suben un punto porcentual, lo cual indica que este grupo maneja de una manera más efectiva la empatía hacia el resto del equipo, reconociendo los sentimientos de los demás, entendiendo que trabajando unitariamente no se logran avances significativos.
- **Gestión de Relaciones 74%:** En comparación con los resultados globales, se encuentra que sube tres puntos porcentuales, indica que este grupo presenta proyección de liderazgo al resto de compañeros y llega a ser más influyente al momento de tomar decisiones o trabajar en equipo.

En el apéndice C, se mostrarán los resultados individuales del personal del equipo comercial de RX S.A

Hasta el momento se han analizado los datos de una manera lineal, seguidamente se realizará un estudio más profundo enfocado en la relación de cada variable con el resto de las variables, basado en el coeficiente de Alfa de Cronbach y la Correlación de Pearson.

7.3. Impacto en el grupo comercial la correlación entre las aptitudes de inteligencia emocional del modelo de Daniel Goleman

En este apartado se buscará el encontrar las correlaciones más significativas del instrumento utilizado. Partiendo como se explica con anterioridad, el contar con un Alfa de Cronbach superior a 0,7 (El definido en este ejercicio es de 0,8).

Apoyado en el uso de la herramienta SPSS de IBM, se procede a realizar los cálculos para obtener un Alfa de Cronbach logrando obtener 0,8

Una vez obtenido el Alfa de Cronbach deseado, se procede a obtener las correlaciones con base al coeficiente de Pearson (ρ), que de acuerdo con Hernández Lalinde, J. D., Espinosa Castro, J. F., Peñalosa Tarazona, M. E., Fernández González,

J. E., Chacón Rangel, J. G., Toloza Sierra, C. A., ... & Bermúdez Pirela, V. J. (2018), se tiene la siguiente tabla:

Tabla 16 - Índices de interpretación de coeficiente de Pearson ρ_{xy} , Ibídem 2018

| Rango de Valores de ρ_{xy} | Interpretación |
|---------------------------------|----------------------|
| $0 \leq \rho_{xy} < 0,1$ | Correlación nula |
| $0,1 \leq \rho_{xy} < 0,3$ | Correlación débil |
| $0,3 \leq \rho_{xy} < 0,5$ | Correlación Moderada |
| $0,5 \leq \rho_{xy} < 1$ | Fuerte |

Fuente tomada de autor Pearson

Todos los valores se tomarán con valor de significancia $< 0,05$ (p-Valor)

Tabla elaborada por el autor.

Para el presente estudio se trabajará con las correlaciones fuertes con ρ mayor o igual a 0,5 y con significancia de (p-Valor) $< 0,05$, lo cual garantiza una mayor correlación entre variables.

Se inicia el análisis con la variable Cargo, que identifica tres niveles: Asistentes Comerciales, Ejecutivos de Cuenta y Gerencia Comercial. (Ver tabla 18)

En todas las correlaciones de la variable Cargo se observa que se cumple con el valor de significancia P-valor < 0.05 en la tabla se identifica como Sig. (bilateral)

Se puede observar que en la pregunta ¿Considera que la motivación debe ser impulsada exclusivamente por los jefes y gerentes de la compañía? (Ver tabla 18). Se tiene correlación directa con la variable Cargo, lo cual indica que, a mayor cargo, se tiene más nivel de conciencia en la autogestión de automotivación, lo cual invita a reforzar este punto en los cargos base del grupo comercial de la empresa Rx S.A.

De la misma manera se realiza el análisis con la variable Cargo y su correlación con la pregunta: En el proceso comercial para el que trabaja, ¿Se siente más cómodo si cuenta con un líder que lo acompañe en las funciones que realiza? (Ver tabla 18).

Revisando el coeficiente de Pearson (0.603) de alta confiabilidad, se concluye que se tiene relación directa entre variables y por lo tanto es necesario como se concluyó con la anterior pregunta, el reforzar en los cargos base la autogestión de sus funciones.

Seguidamente se realiza el mismo análisis de la variable Cargo y su correlación con la pregunta: Se presenta una excelente oportunidad comercial, pero al realizar esta negociación se obviaron varios procesos de la compañía, la oportunidad finalmente es aprobada por Gerencia General. ¿Considera usted importante el sentarse a aclarar y explicar por qué debe avanzarse en este proyecto a los procesos que no se tuvieron en cuenta? (Ver tabla 18). Revisando el coeficiente de Pearson (-0.550), se puede deducir que se tiene una relación inversamente proporcional entre variables, esto indica que los cargos base, tienden a tener más empatía con los demás procesos de la compañía y a su vez que los cargos más altos deben desarrollar la empatía de entender a los demás procesos.

Finalmente se encuentra el análisis de la variable Cargo y su correlación con la pregunta: En una reunión empresarial en donde están cuestionando su trabajo, ¿Tiene la capacidad de lograr acuerdos razonables con sus compañeros a pesar de tener posturas contrarias? (Ver tabla 18). Revisando el Coeficiente de Pearson (-.0648), se puede inferir una relación inversamente proporcional, en donde los cargos bases (asistentes comerciales) manejan de una mejor manera las posturas contrarias que se puedan presentar con los demás procesos de la compañía.

Tabla 17 - Correlación de la variable Cargo

| | Cargo | |
|---|-------------------------------|---------------------------|
| Cargo | Correlación de Pearson | 1 |
| | Sig. (bilateral) | |
| | N | 19 |
| ¿Considera que la motivación debe ser impulsada exclusivamente por los jefes y gerentes de la compañía? | Correlación de Pearson | ,528[*] |
| | Sig. (bilateral) | ,020 |
| | N | 19 |
| En el proceso comercial para el que trabaja, ¿Se siente mas cómodo si cuenta con un líder que lo acompañe en las funciones que realiza?. | Correlación de Pearson | ,603^{**} |
| | Sig. (bilateral) | ,006 |
| | N | 19 |
| Se presenta una excelente oportunidad comercial, pero al realizar esta negociación se obviaron varios procesos de la compañía, la oportunidad finalmente es aprobada por Gerencia General. ¿Considera usted importante el sentarse a aclarar y explicar el porq | Correlación de Pearson | -,550[*] |
| | Sig. (bilateral) | ,015 |
| | N | 19 |
| En una reunión empresarial en donde están cuestionando su trabajo, ¿Tiene la capacidad de lograr acuerdos razonables con sus compañeros a pesar de tener posturas contrarias? | Correlación de Pearson | -,648^{**} |
| | Sig. (bilateral) | ,003 |
| | N | 19 |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

**.. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

En la pregunta P11 (ver tabla 19), a mayor nivel de autoconciencia en la identificación de emociones, se tiene igual nivel de capacidad de reflexionar acerca de los sentimientos que se tienen durante el día, igualmente se relaciona directamente proporcional a la empatía de conciencia social en la capacidad de identificar los sentimientos de los demás. Esto indica que, si se cuenta con la intensión de identificar los sentimientos y emociones propios, se logrará avanzar en la empatía de identificar los sentimientos de los demás compañeros de trabajo.

Tabla 18 Correlación. En situaciones donde su jefe, compañeros y clientes demandan al mismo tiempo atención inmediata por parte suya, ¿Es consciente de las emociones que este tipo de situaciones despiertan en usted? (ira, ansiedad, estrés, frustración, etc.)

| | | Al iniciar o finalizar la jornada laboral en la compañía, ¿dedica algo de tiempo para reflexionar acerca de los sentimientos expresados con sus compañeros? (ansiedad, ira, felicidad, etc.) | En la presentación de una solicitud comercial ante un compañero de la empresa (logística, cartera, contabilidad, etc.), ¿Tiene usted la capacidad de identificar la reacción que genera en la persona, esta solicitud (malestar, alegría, inconformidad, etc.) | |
|---|------------------------|--|--|---------------------|
| En situaciones donde su Jefe, compañeros y clientes demandan al mismo tiempo atención inmediata por parte suya, ¿Es consciente de las emociones que este tipo de situaciones despiertan en usted ? (ira, ansiedad, estrés, frustración, etc.) | Correlación de Pearson | ,502 [*] | ,500 [*] | AUTOCONCIENCIA/ P11 |
| | Sig. (bilateral) | 0,028 | 0,029 | |
| | N | 19 | 19 | |
| | | AUTOCONCIENCIA/P16 | CONCIENCIA SOCIAL/P31 | |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

En la pregunta P12 (ver tabla 20), en la identificación de emociones y la capacidad de comunicarlas a la contraparte, se tiene una alta correlación de manera directa con la autogestión de estar enfocado a la solución de inconvenientes, por lo tanto, entre mayor sea la capacidad de identificar emociones y comunicarlas, mayor será el enfoque para buscar soluciones, este punto es vital si se enfoca en la resolución de inconvenientes de manera efectiva.

De la misma manera, el identificar emociones y contar con la capacidad de comunicarlas a la contraparte, tiene una alta correlación de manera directa con la empatía hacia otros procesos, la persona que es capaz de identificar emociones y

además comunicarlas efectivamente, estará en capacidad de generar empatía con otros procesos. (Ver tabla 20).

Por último, el identificar emociones y contar con la capacidad de comunicarlas efectivamente, va directamente relacionado a la gestión de relaciones que generan liderazgo. (Ver tabla 20)

Tabla 19 - Se presenta un debate en donde usted tiene la razón, pero su contraparte insiste en que usted esta equivocado, lo que dificulta llegar a un consenso. ¿Puede identificar la emoción que esta acción le genera y comunicársela a su contraparte?

| | | En el desarrollo de un proyecto o actividad comercial, se presenta un inconveniente, ¿Prefiere enfocarse en buscar una solución resaltando el lado positivo del tema? | Se presenta una excelente oportunidad comercial, pero al realizar esta negociación se obviaron varios procesos de la compañía, la oportunidad finalmente es aprobada por Gerencia General. ¿Considera usted importante el sentarse a aclarar y explicar el porq | Se ha presentado un problema de difícil solución en la función que realiza, ¿considera conveniente exponerlo a su grupo de trabajo para buscar una solución? | | | |
|---|------------------------|---|---|--|---------------------|--|--|
| Se presenta un debate en donde usted tiene la razón, pero su contraparte insiste en que usted esta equivocado, lo que dificulta llegar a un consenso. ¿Puede identificar la emoción que esta acción le genera y comunicársela a su contraparte? | Correlación de Pearson | ,716** | ,589** | ,557 | AUTOCONCIENCIA/ P12 | | |
| | Sig. (bilateral) | 0,001 | 0,008 | 0,013 | | | |
| | N | 19 | 19 | 19 | | | |
| | | AUTOGESTION/P22 | CONCIENCIA SOCIAL/P35 | GESTION DE RELACIONES /P49 | | | |
| **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). | | | | | | | |
| *. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral). | | | | | | | |

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

En la Pregunta P13 (ver tabla 21),el controlar y enrutar los sentimientos y emociones correctamente, está ligado directamente proporcional a la reflexión de los sentimientos expresados, una persona del grupo comercial que enruta los sentimientos y emociones correctamente, enfocándose en no mantener una emoción negativa, estará en capacidad de analizar los sentimientos expresados durante una jornada laboral e igualmente el enfocarse en mantener emociones positivas, le permitirá mantener una

automotivación elevada sin la búsqueda de la aprobación o reconocimiento de un superior. Ver tabla 21.

Finalmente, el controlar y enrutar los sentimientos y emociones correctamente dando paso a mantener emociones sanas, este ligado directamente proporcional a la empatía de la conciencia social de mantener una comunicación sana con los demás procesos. Una persona que identifica sus emociones pero que además las enruta a sentimientos más positivos, estará en capacidad de visualizar una mejor empatía a sus compañeros de trabajo en lo que respecta a la comunicación, esta variable es de alta correlación. (Ver tabla 21).

Tabla 20 - Un compañero de proceso de apoyo a su área, rechaza su solicitud por considerarla riesgosa para la compañía, esta decisión incide directamente sus metas propias, generando emociones como Frustración, Estrés, Ira, tristeza etc., ¿Identifica que el mantener estas emociones afectan su tranquilidad, por lo tanto, trata de pensar en otro asunto?

| | | Al iniciar o finalizar la jornada laboral en la compañía, ¿dedica algo de tiempo para reflexionar acerca de los sentimientos expresados con sus compañeros? (ansiedad, ira, felicidad, etc.) | ¿Para usted es más importante la satisfacción propia de haber hecho las cosas bien, que el reconocimiento permanente de su superior?* | Se presenta una excelente oportunidad comercial, pero al realizar esta negociación se obviaron varios procesos de la compañía, la oportunidad finalmente es aprobada por Gerencia General ¿Considera usted importante el sentarse a aclarar y explicar el porq | | | |
|--|------------------------|--|---|--|--|--|--------------------|
| Un compañero de proceso de apoyo a su área, rechaza su solicitud por considerarla riesgosa para la compañía, esta decisión incide directamente sus metas propias, generando emociones como Frustración, Estres, ira, tristeza etc, ¿Identifica que el mantener estas emociones, afectan su tranquilidad por lo tanto trata de pensar en otro asunto? | Correlación de Pearson | .547 | .551 | .681** | | | |
| | Sig. (bilateral) | 0,015 | 0,015 | 0,001 | | | AUTOCONCIENCIA/P13 |
| | N | 19 | 19 | 19 | | | |
| | | AUTOCONCIENCIA /P16 | AUTOCONCIENCIA /P18 | CONCIENCIA SOCIAL /P35 | | | |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).
 **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

En la pregunta P15 del área de Autoconciencia (ver tabla 22), el mantener las relaciones laborales positivamente, independiente de las emociones, está directamente ligada proporcionalmente a la empatía hacia el resto de compañeros en el aspecto de estar interesado en saber los cambios de actitud de su compañero, este punto muestra

una correlación alta, por lo tanto, una persona que maneje estos puntos va a estar muy seguramente en posibilidad de manejar un buen nivel de Autoconciencia y Conciencia social, alineándose a la tendencia del grupo.

De la misma manera, la pregunta P15 está relacionada directamente proporcional con la conciencia social P37 con una correlación alta la cual nuevamente muestra una correlación alta con la empatía de sintonizarse con los sentimientos y sentir del compañero ligada a la autoconciencia.

En esta correlación podemos ver un índice de Pearson alto y una correlación muy significativa (ver tabla 22)

Tabla 21 - Finalizada una confrontación laboral en donde no queda satisfecho con la decisión tomada, ¿Le es fácil retomar actividades y pasar al siguiente tema con la misma persona que mantuvo la confrontación?

| | | Un compañero suyo, que generalmente es una persona alegre, de repente se empieza a mostrar distante y retraído. ¿Le es fácil acercarse a esta persona y preguntarle las razones por las cuales ha cambiado su actitud? | Se presenta un altercado, por un error el cual es responsabilidad de un compañero (comercial o de apoyo) ¿ Trata de escuchar y entender la situación de su compañero, a pesar de que no tenga razón? | | | |
|---|------------------------|--|--|-------------------------|--|---------------------|
| Finalizada una confrontación laboral en donde no queda satisfecho con la decisión tomada, ¿Le es fácil retomar actividades y pasar al siguiente tema con la misma persona que mantuvo la confrontación? | Correlación de Pearson | | ,601** | | | |
| | Sig. (bilateral) | | 0,006 | | | |
| | N | | 19 | | | |
| | | CONCIENCIA SOCIAL / P34 | | CONCIENCIA SOCIAL / P37 | | AUTOCONCIENCIA/ P15 |

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

En la pregunta P16 (ver tabla 23), se indaga por la capacidad de reflexionar sobre los sentimientos expresados en la jornada laboral, se encuentra que está

relacionado directamente proporcional con las preguntas P11 y P13, en donde P11 indaga por el tipo de emociones que se despiertan en situaciones de estrés alto y P13 la conciencia de entender que el mantener cierto tipo de emociones es perjudicial para el individuo en sí. Se puede concluir que un individuo que reflexiona diariamente sobre sus emociones del día es más consciente de las emociones que el alto estrés le pueden generar y a su vez ser consciente que no es saludable el mantener cierto tipo de emociones por largos periodos de tiempo.

De la misma manera P16 (ver tabla 23), es directamente proporcional a la empatía (P37) con los demás compañeros de trabajo, mostrando que un individuo que reflexiona acerca de sus sentimientos diarios está en igual capacidad de escuchar y entender las necesidades de los demás.

Tabla 22 - Al iniciar o finalizar la jornada laboral en la compañía, ¿dedica algo de tiempo para reflexionar acerca de los sentimientos expresados con sus compañeros? (ansiedad, ira, felicidad, etc.)

| | | En situaciones donde su Jefe, compañeros y clientes demandan al mismo tiempo atención inmediata por parte suya, ¿Es consciente de las emociones que este tipo de situaciones despiertan en usted ? (ira, ansiedad, estrés, frustración, etc.) | Un compañero de proceso de apoyo a su área, rechaza su solicitud por considerarla riesgosa para la compañía, esta decisión incide directamente sus metas propias, generando emociones como Frustración, Estres, Ira, tristeza etc. ¿ Identifica que el mantener estas emociones, afectan su tranquilidad por lo tanto trata de pensar en otro asunto? | ¿Considera que sus acciones inspiran a sus compañeros de trabajo? | | | |
|--|------------------------|---|---|---|---------------------|--|--|
| Al iniciar o finalizar la jornada laboral en la compañía, ¿dedica algo de tiempo para reflexionar acerca de los sentimientos expresados con sus compañeros? (ansiedad, ira, felicidad, etc.) | Correlación de Pearson | ,502* | ,547* | ,565* | Autoconciencia/ P16 | | |
| | Sig. (bilateral) | 0,028 | 0,015 | 0,012 | | | |
| | N | 19 | 19 | 19 | | | |
| | | Autoconciencia /P11 | Autoconciencia/ P13 | Gestion Relaciones/ P47 | | | |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

En la pregunta P17 (ver tabla 24), al indagarse por el control de emociones y el no mezclarlas al momento de tomar una decisión, se encuentra una correlación directamente proporcional con las preguntas P21 y P34. En donde P21 indaga por la autogestión de reconocer los errores propios y la capacidad de ofrecer una disculpa, mostrando que un individuo que es capaz de dar manejo a sus emociones al momento

de tomar una decisión igualmente desarrollara la capacidad de reconocer sus errores y ofrecer una disculpa, lo cual facilitara la integración de equipo.

Igualmente, P17 (ver tabla 24), muestra una correlación directamente proporcional alta con la pregunta P34 de Conciencia social, mostrando que el dar control a las emociones al momento de tomar decisiones permite generar empatía con los individuos del grupo que se encuentran pasando momentos de dificultad emocional. Mostrando como el controlar e identificar emociones, se relaciona con la capacidad de reconocer un error y a su vez ofrecer una disculpa. Igualmente, un individuo del equipo comercial del RX S.A, entre menos tenga la capacidad de identificar sus emociones, menos tendrá la capacidad de ofrecer una disculpa o reconocer un error.

Tabla 23 - Puede controlar las emociones que se presentan en el trabajo y no mezclarlas al momento de tomar una decisión? ((Ira, Angustia, depresión, felicidad, etc.)

| | | En sus labores diarias cuando comete un error en las funciones que tiene a cargo, ¿Le resulta fácil reconocer cuando se equivoca en la ejecución sus funciones y tiene la capacidad de ofrecer disculpas ante estas situaciones? | Un compañero suyo, que generalmente es una persona alegre, de repente se empieza a mostrar distante y retraído. ¿Le es fácil acercarse a esta persona y preguntarle las razones por las cuales ha cambiado su actitud? | |
|---|------------------------|--|--|----------------------|
| Puede controlar las emociones que se presentan en el trabajo y no mezclarlas al momento de tomar una decisión? ((Ira, Angustia, depresión, felicidad, etc.) | Correlación de Pearson | ,601** | ,543* | Autoconciencia / P17 |
| | Sig. (bilateral) | 0,007 | 0,016 | |
| | N | 19 | 19 | |
| | | Autogestion /P21 | Conciencia Social/ P34 | |
| **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). | | | | |
| *. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral). | | | | |

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

En la pregunta P20 (ver tabla 25) del área de Autoconciencia, se pregunta por la capacidad de solicitar ayuda a personas que no comparten los mismos ideales de trabajo y se encuentra correlación directamente proporcional con la P45 del área de gestión de relaciones, en donde se indaga por la capacidad de lograr acuerdos con compañeros que están en desacuerdo. Esta correlación indica como el contar con la capacidad de solicitar ayuda está directamente ligada a la capacidad de lograr acuerdos entre compañeros de trabajo.

Tabla 24 - ¿Le es fácil solicitar ayuda a compañeros de trabajo que no comparten sus mismos ideales o su punto de vista?

| | | En una reunión empresarial en donde están cuestionando su trabajo, ¿Tiene la capacidad de lograr acuerdos razonables con sus compañeros a pesar de tener posturas contrarias? | |
|---|------------------------|---|--------------------|
| ¿Le es fácil solicitar ayuda a compañeros de trabajo que no comparten sus mismos ideales o su punto de vista? | Correlación de Pearson | ,529* | AutoConciencia/P20 |
| | Sig. (bilateral) | 0,020 | |
| | N | 19 | |
| | | Gestion de Relaciones /P45 | |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

La pregunta P21 (ver tabla 26) del área de Autogestión, indaga por la capacidad de reconocer un error ante una situación y contar con la capacidad de ofrecer una disculpa, la cual encuentra correlación directamente proporcional con la P34 del área de conciencia social, la cual indaga por la empatía hacia un compañero que atraviesa por un mal momento. Esta correlación muestra como el tener la capacidad de reconocer un error y ofrecer una disculpa tiende a generar la empatía hacia los demás compañeros.

De la misma manera P21 (ver tabla 26), se encuentra en correlación directamente proporcional a la Autoconciencia P17, con una alta correlación, caso ya revisado anteriormente.

Tabla 25. En sus labores diarias cuando comete un error en las funciones que tiene a cargo, ¿Le resulta fácil reconocer cuando se equivoca en la ejecución sus funciones y tiene la capacidad de ofrecer disculpas ante estas situaciones?

| | | Un compañero suyo, que generalmente es una persona alegre, de repente se empieza a mostrar distante y retraído. ¿Le es fácil acercarse a esta persona y preguntarle las razones por las cuales ha cambiado su actitud? | Puede controlar las emociones que se presentan en el trabajo y no mezclarlas al momento de tomar una decisión? ((Ira, Angustia, depresión, felicidad, etc.) | |
|--|------------------------|--|---|-----------------|
| En sus labores diarias cuando comete un error en las funciones que tiene a cargo, ¿Le resulta fácil reconocer cuando se equivoca en la ejecución sus funciones y tiene la capacidad de ofrecer disculpas ante estas situaciones? | Correlación de Pearson | ,527* | ,601** | Autogestion P21 |
| | Sig. (bilateral) | 0,020 | 0,007 | |
| | N | 19 | 19 | |
| | | Conciencia Social/ P34 | Autoconciencia /P17 | |
| *. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral). | | | | |
| **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). | | | | |

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

En la pregunta P22 (Ver tabla 27), se encuentra correlación alta directamente proporcional con la pregunta P35, muestra como la capacidad de autogestión en el concentrarse en una solución se relaciona con la empatía de socializar y comunicar efectivamente a los demás compañeros de trabajo.

Tabla 26. En el desarrollo de un proyecto o actividad comercial, se presenta un inconveniente, ¿Prefiere enfocarse en buscar una solución resaltando el lado positivo del tema?

| | | | | | |
|---|------------------------|---|--------|-----------------|--|
| | | Se presenta una excelente oportunidad comercial, pero al realizar esta negociación se obviaron varios procesos de la compañía, la oportunidad finalmente es aprobada por Gerencia General. ¿Considera usted importante el sentarse a aclarar y explicar el porq | | | |
| En el desarrollo de un proyecto o actividad comercial, se presenta un inconveniente, ¿Prefiere enfocarse en buscar una solución resaltando el lado positivo del tema? | Correlación de Pearson | | ,590** | Autogestion/P22 | |
| | Sig. (bilateral) | | 0,008 | | |
| | N | | 19 | | |
| | | Conciencia Social/P35 | | | |
| ** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). | | | | | |

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

En la Pregunta P24 (ver tabla 28), se observa correlación alta directamente proporcional a la pregunta P27, ambas preguntas corresponden al segmento de Autogestión y su correlación muestra la tendencia de como un individuo del equipo comercial, tiende a manejar de una mejor manera la autogestión si la automotivación es su eje principal de trabajo, al no considerar que los objetivos de la compañía, son exclusivos de las gerencias, siendo el parte activa de los mismos y a su vez que la motivación no es un aspecto que viene del exterior y si del interior del ser.

Tabla 27. ¿Considera que los objetivos comerciales de la compañía están a cargo de las gerencias, por ende, son estos los que deben liderar 100% el proceso?

| | | ¿Considera que la motivación debe ser impulsada exclusivamente por los jefes y gerentes de la compañía? | | | |
|--|------------------------|---|--------|-----------------|--|
| ¿Considera que los objetivos comerciales de la compañía, están a cargo de las gerencias, por ende son estos los que deben liderar 100% el proceso? | Correlación de Pearson | | ,759** | Autogestion P24 | |
| | Sig. (bilateral) | | 0,000 | | |
| | N | | 19 | | |
| | | Autogestion P27 | | | |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la pregunta P25 (ver tabla 29) correspondiente a Autogestión, se encuentra correlación inversamente proporcional a la P36 de Conciencia Social de donde se concluye que la tendencia de mantener un seguimiento a las actividades delegadas se relaciona de manera inversa con la empatía del mantener relaciones y conversaciones con los compañeros de trabajo. Lo cual podría indicar que se debe buscar un equilibrio entre las buenas relaciones y la capacidad de mantener el seguimiento a las actividades que se delegan entre compañeros, ya que el exceso de buen relacionamiento pareciera hacer tender a olvidar de alguna manera las responsabilidades laborales.

Por otro lado, P25 (ver tabla 29) correspondiente a Autogestión, tiene correlación directamente proporcional con P45 de Gestión de relaciones, mostrando que el alto nivel de Autogestión en el seguimiento de las actividades delegadas tiende a relacionarse directamente con la gestión de relaciones y su capacidad de lograr acuerdos razonables con los compañeros a pesar de tener posturas diferentes.

Igualmente, P25 (ver tabla 29) correspondiente a la autogestión, tiene correlación directamente proporcional con P47 de gestión de relaciones. La relación directa de la autogestión de delegar correctamente manteniendo el seguimiento con la gestión de relaciones muestra como un individuo el cual sus acciones inspiran a sus

compañeros, tiende a mantener seguimiento a sus actividades delegadas, mostrando que la inspiración hacia los demás va relacionado con la responsabilidad.

Tabla 28 ¿Considera que una vez ha delegado una tarea a un compañero o proceso de la compañía, este debe hacerse cargo de la función encomendada, desligándose usted de la responsabilidad?

| | | ¿Trata de mantener relaciones y conversaciones con todas las personas, aun cuando no sean de su completo agrado? | En una reunión empresarial en donde están cuestionando su trabajo, ¿Tiene la capacidad de lograr acuerdos razonables con sus compañeros a pesar de tener posturas contrarias? | ¿Considera que sus acciones inspiran a sus compañeros de trabajo? | | | |
|--|------------------------|--|---|---|-----------------|--|--|
| ¿Considera que una vez ha delegado una tarea a un compañero o proceso de la compañía, este debe hacerse cargo de la función encomendada, desligándose usted de la responsabilidad? | Correlación de Pearson | -,552* | ,501* | ,503* | Autogestion P25 | | |
| | Sig. (bilateral) | 0,014 | 0,029 | 0,028 | | | |
| | N | 19 | 19 | 19 | | | |
| | | Conciencia social P36 | Gestion de relacion P45 | Gestion de relaciones P47 | | | |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

En la Pregunta P26 de Autogestión (ver tabla 30), se encuentra una correlación alta y directamente proporcional con las preguntas P42 y P50 de Gestión de Relaciones, en donde la autogestión de tener la capacidad de tomar decisiones de una persona, encuentra relación con la capacidad de persuadir eficazmente a un compañero, e igualmente un individuo que busca actividades de esparcimiento fuera de sus actividades laborales, mostrará una gran capacidad de tomar decisiones laborales y hacerse responsable de las mismas. El liderazgo tiende a llevar a un individuo a auto gestionarse.

Tabla 29 Si se encuentra trabajando en un proyecto en el que se deben tomar decisiones importantes y su jefe no se encuentra ¿Le resulta fácil tomarlas de forma ágil y asumir el resultado de las mismas?

| | | Se presenta un proyecto en el cual usted tiene que trabajar con un compañero el cual considera que no es una buena oportunidad para la compañía. ¿ Generalmente, puede persuadir eficazmente a su compañero, para que adopten su punto de vista sin coacciones? | Finalizada su jornada laboral, usted ¿busca actividades de esparcimiento o grupales, para compartir intereses o afines? | | | |
|---|------------------------|---|---|--|--|-----------------|
| Si se encuentra trabajando en un proyecto en el que se deben tomar decisiones importantes y su jefe no se encuentra ¿Le resulta fácil tomarlas de forma ágil y asumir el resultado de las mismas? | Correlación de Pearson | ,723** | ,648** | | | |
| | Sig. (bilateral) | 0,000 | 0,003 | | | Autogestion P26 |
| | N | 19 | 19 | | | |
| | | Gestion de Relaciones P42 | Gestion de Relaciones P50 | | | |

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

En la pregunta P27 (ver tabla 31) de Autogestión, se observa una correlación directamente proporcional con la pregunta P29 de Autogestión, lo cual muestra que un individuo que es capaz de auto motivarse es igualmente capaz de asimilar las observaciones que se le realicen en las evaluaciones tipo 360 que se realizan en la compañía. Mostrando esto que la automotivación ayuda a entender de una mejor manera el entorno.

Igualmente, la pregunta P27 (ver tabla 31), presenta una correlación alta con la P50 de Gestión de Relaciones, mostrando que un individuo que cuida de sí mismo realizando actividades diferentes después del horario laboral, tiende a ser un individuo más auto motivado.

Tabla 30. ¿Considera que la motivación debe ser impulsada exclusivamente por los jefes y gerentes de la compañía?

| | | En las evaluaciones de tipo 360 que realiza la compañía, ¿siente que sus compañeros no valoran su función y que en la mayoría de casos son demasiado fuertes al calificarle? | Finalizada su jornada laboral, usted ¿busca actividades de esparcimiento o grupales, para compartir intereses o afines? | | | |
|---|------------------------|--|---|-----------------|--|--|
| ¿Considera que la motivación debe ser impulsada exclusivamente por los jefes y gerentes de la compañía? | Correlación de Pearson | ,528* | ,641** | Autogestion P27 | | |
| | Sig. (bilateral) | 0,020 | 0,003 | | | |
| | N | 19 | 19 | | | |
| | | Autogestion P29 | Gestion Realaciones P50 | | | |
| *. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral). | | | | | | |
| **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). | | | | | | |

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

En la pregunta P28 (ver tabla 32) de autogestión, se observa una correlación inversamente proporcional con la P45, con una alta correlación. Esto muestra que un individuo del grupo comercial de RX S.A que muestra confianza en sí mismo, no llega a lograr acuerdos con el resto de los compañeros. Esto muestra que es necesario que la autoconfianza no se muestre como un punto de superioridad ante los compañeros de trabajo, que la pueden observar como una barrera al momento de avanzar en un proyecto o conversación.

Tabla 31. En el proceso comercial para el que trabaja, ¿Se siente mas cómodo si cuenta con un líder que lo acompañe en las funciones que realiza?

| | | En una reunión empresarial en donde están cuestionando su trabajo, ¿Tiene la capacidad de lograr acuerdos razonables con sus compañeros a pesar de tener posturas contrarias? | | | |
|---|------------------------|---|---------|----------------|--|
| En el proceso comercial para el que trabaja, ¿Se siente mas cómodo si cuenta con un líder que lo acompañe en las funciones que realiza? | Correlación de Pearson | | -,602** | Autogestion 28 | |
| | Sig. (bilateral) | | 0,006 | | |
| | N | | 19 | | |
| | | Gestion Relaciones P45 | | | |
| ** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). | | | | | |

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

En la pregunta P29 (ver tabla 33) de autogestión, se observa correlación directamente proporcional con la pregunta P50, lo cual evidencia que un individuo del grupo comercial de RX S.A que dedica tiempo a actividades diferentes a las laborales después del horario laboral, tendrá una autogestión en el manejo de emociones al momento de revisar y evaluar los resultados de su calificación 360.

Tabla 32. En las evaluaciones de tipo 360 que realiza la compañía, ¿siente que sus compañeros no valoran su función y que en la mayoría de casos son demasiado fuertes al calificarle?

| | | Finalizada su jornada laboral, usted ¿busca actividades de esparcimiento o grupales, para compartir intereses o afines? | |
|--|------------------------|---|-----------------|
| En las evaluaciones de tipo 360 que realiza la compañía, ¿siente que sus compañeros no valoran su función y que en la mayoría de casos son demasiado fuertes al calificarle? | Correlación de Pearson | | ,564* |
| | Sig. (bilateral) | | 0,012 |
| | N | | 19 |
| | | Gestion Relaciones P50 | |
| | | | Autogestion P29 |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

En la pregunta P32 (ver tabla 34) de Conciencia social, se observa una alta correlación directamente proporcional con la P39 de Conciencia social. Mostrando como la empatía hacia integrar a un miembro nuevo del grupo se relaciona con la capacidad de relacionarse con el resto de los compañeros. En general un individuo del grupo comercial que tenga la capacidad de relacionarse con los demás compañeros encontrará muy fácil el integrar a los nuevos miembros que lleguen a la compañía.

Tabla 33. Ingresa una persona nueva al grupo que parece introvertida y reservada, ¿a usted le cuesta trabajo acercarse e iniciar una conversación?

| | | ¿Se considera usted una persona comunicativa, que se puede relacionar fácilmente con cualquier persona? | | | |
|---|------------------------|---|--------|--------------------|--|
| Ingresa una persona nueva al grupo que parece introvertida y reservada, ¿a usted le cuesta trabajo acercarse e iniciar una conversación ? | Correlación de Pearson | | ,725** | Gestion social P32 | |
| | Sig. (bilateral) | | 0,000 | | |
| | N | | 19 | | |
| | | Gestion social P39 | | | |

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

En la pregunta P37 (ver tabla 35), se observa correlación directamente proporcional con la P39, mostrando que la empatía con los demás compañeros se fortalece con las capacidades de comunicación que desarrolle una persona.

Tabla 34. Se presenta un altercado, por un error el cual es responsabilidad de un compañero (comercial o de apoyo) ¿Trata de escuchar y entender la situación de su compañero, a pesar de que no tenga razón?

| | | ¿Se considera usted una persona comunicativa, que se puede relacionar fácilmente con cualquier persona? | | | |
|---|------------------------|---|-----------------------|-----------------------|--|
| Se presenta un altercado, por un error el cual es responsabilidad de un compañero (comercial o de apoyo) ¿Trata de escuchar y entender la situación de su compañero, a pesar de que no tenga razón? | Correlación de Pearson | | ,508* | Conciencia social P37 | |
| | Sig. (bilateral) | | 0,026 | | |
| | N | | 19 | | |
| | | | Conciencia Social P39 | | |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

La pregunta P41 (ver tabla 36) de Gestión relaciones, se observa que tiene correlación directamente proporcional con las preguntas P44 y P46 de Gestión de Relaciones. En donde un individuo del grupo comercial de RX S.A que se auto lidera y se tiene confianza en sí mismo, tiende a avanzar y adelantar reuniones sin necesidad de contar con la presencia de un líder y a su vez tiene la capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios.

Tabla 35. ¿Se considera una persona creativa, que genera ideas y las desarrolla?

| | | Uno de los clientes mas importantes de la zona, le pide realizar presentación sobre la empresa de forma inmediata, y su jefe le solicita que avance durante su ausencia. ¿se siente intimidado ante la situación de iniciar la presentación y liderar la reunión | Usted viene trabajando muy bien con un grupo/área de personas con las cuales tiene gran empatía, su jefe toma la decisión de cambiarlo a un nuevo grupo/area . ¿Le es facil adaptarse rapidamente al cambio con sus nuevos compañeros? | |
|--|------------------------|--|--|------------------------|
| ¿Se considera una persona creativa, que genera ideas y las desarrolla? | Correlación de Pearson | | ,515* | ,511* |
| | Sig. (bilateral) | | 0,024 | 0,025 |
| | N | | 19 | 19 |
| | | Gestion relaciones P44 | Gestion Realaciones P46 | Gestion relaciones P41 |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S.A

Por último, se tiene la pregunta P46 de Gestión Relaciones, la cual tienen una correlación directamente proporcional con la P43 de Gestión de Relaciones, la cual indica que a mayor adaptabilidad que tenga un individuo del grupo Comercial de Rx S.A, mayor será su capacidad de resolver conflictos en el grupo de trabajo.

Tabla 36. Se presenta un conflicto entre dos personas por una decisión comercial en la cual usted está involucrado, ¿prefiere tomar distancia y permitir que ellos solucionen sus diferencias?

| | | Usted viene trabajando muy bien con un grupo/área de personas con las cuales tiene gran empatía, su jefe toma la decisión de cambiarlo a un nuevo grupo/area . ¿Le es facil adaptarse rapidamente al cambio con sus nuevos compañeros? | | |
|--|------------------------|--|-------|------------------------|
| Se presenta un conflicto entre dos personas por una decisión comercial en la cual usted está involucrado, ¿prefiere tomar distancia y permitir que ellos solucionen sus diferencias? | Correlación de Pearson | | ,509* | |
| | Sig. (bilateral) | | 0,026 | |
| | N | | 19 | |
| | | Gestion Relaciones P46 | | Gestion Relaciones p43 |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente Elaboración propia con fundamento en los resultados obtenidos en la realización del test de inteligencia emocional realizado al equipo comercial de la empresa RX S. A

8. DISCUSIÓN

Se toma el informe ANIF (2019) en donde se evidencia como en las Pymes toma gran relevancia entre el sector, el contar con un personal capacitado enfocado en la mejora de productividad y esta mejora productividad va ligada a varios aspectos que no son únicamente técnicos y capacidades intelectuales, se tiene un componente adicional y muy importante que es la inteligencia emocional.

Es en este punto en donde se encuentra que la inteligencia emocional impacta la productividad y el desarrollo de actividades como bien lo menciona Lewis y Crozier – El impacto que causemos en nuestro lugar de trabajo, y en concreto, nuestra capacidad para conseguir resultados empresariales dependerá en gran medida de unas pautas complejas de conducta, valores y actitudes que en conjunto determinaran la efectividad del personal - Villa Camacho, M. E. (2013), en donde claramente se debe reforzar las conductas, valores y actitudes frente a la vida laboral que tomen las personas, más teniendo en cuenta como es el casos de la empresa RX S.A,

En cuanto a los indicadores de la Inteligencia emocional muestran que hay aspectos a trabajar en estos puntos, tal cual como lo menciona Goleman – Todas las personas pueden mejorar su inteligencia emocional en cualquier momento de su vida – Goleman D. (2005, P.39), para tal fin el primer paso es realizar conciencia sobre el individuo y que este mismo sea consciente de las mejoras que debe realizar sobre este punto, en donde básicamente es un trabajo personal a realizar y consciente el cual no debe estar sujeto a que sea el exterior o el entorno el que realice los cambios. Para este *despertar de conciencia* que se plantea, es importante entregar las herramientas necesarias para que el individuo pueda trabajar con ellas y avanzar en el desarrollo de sus competencias, tomando como referencia lo enunciado por Chievanato –

El proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada por medio del cual las personas adquieren conocimiento desarrollan habilidades y competencias en función a sus objetivos Chiavenato I. (2007 P.385), es acá donde es claro que en la actualidad se tienen unos resultados obtenidos de la encuesta realizada al grupo comercial de la empresa RX S.A y para cambiar estos

resultados, es necesario generar un plan educativo en función de desarrollar la inteligencia emocional de sus integrantes. A continuación, se discutirán los resultados obtenidos y se relacionan con la teoría ya planteada.

El hecho de que la falta de inteligencia emocional tiene un coste, es una idea relativamente nueva en el mundo laboral, una idea que algunos empresarios solo aceptan con mucha reserva D. Goleman (1996, P.130).

En los resultados globales obtenidos de la aplicación del test a todo el grupo comercial de la empresa RX S.A, obtuvo un resultado promediado del 69% en el área de Autoconocimiento, indicando un valor bajo en el nivel de autoconciencia que principalmente se enfoca en la capacidad de reconocer los sentimientos propios. En el test las preguntas de Autoconciencia se ubican de las preguntas P11 a la P20 y se analiza la correlación existente entre: Autoconciencia, Autogestión, Conciencia Social y Gestión Relaciones.

En articulación con lo anterior según Goleman (2013) indica que el individuo que posee un alto grado de autoconciencia reconoce como afectan sus sentimientos a el mismo, a los demás y a su rendimiento laboral – Goleman D. (2013, P.35), se encuentra en este enunciado que se está relacionando la autoconciencia con la conciencia social, con la autogestión y con la gestión de relaciones, tomando los resultados del presente estudio se encuentra que se reafirma este enunciado de Goleman con las preguntas P13 y P18 con un P-Valor < 0.05 en donde el reconocer las emociones derivadas de un rechazo de solicitud por parte de un compañeros, se relaciona directamente con los individuos que son capaces de auto motivarse en sus funciones diarias.

De igual manera se encuentra la correlación entre la capacidad de identificar las emociones con la autogestión con las preguntas P12 y P22 con un P-valor < 0.001 , en donde el rendimiento laboral de una persona que se enfoca en las soluciones no se ve afectado cuando esta misma persona es capaz de identificar las emociones que presenta al momento de ser cuestionado por el resto del equipo. De la misma manera se encuentra correlación directa entre las preguntas P13 y P35 con P-valor < 0.001 en donde nuevamente un individuo que es capaz de identificar sus emociones ante un

rechazo de solicitud por parte de uno de sus compañeros de trabajo se relaciona directamente proporcional con la empatía de tomar la decisión de compartir las decisiones tomadas en equipo al resto de compañero.

En caso estudio se observa en las preguntas P15 y P37 con P-valor $< 0,005$ en donde el individuo que es capaz de controlar sus emociones para dar continuidad a sus labores sin que estas afecten su desempeño, tiende a ser más empático hacia los compañeros que cometen un error, escuchándolos y tratando de entender la situación.

En concordancia con todo lo anterior se reafirma con las preguntas P16 y P47 con P-valor $< 0,012$ en donde el individuo que toma un tiempo para analizar diariamente sus sentimientos del día desarrolla una tendencia a despertar la admiración de sus compañeros características del liderazgo- Gestión de relaciones.

Las correlaciones Pearson anteriores se repiten en todo el estudio donde se afirma y se demuestra la importancia de desarrollar habilidades no solamente en una dimensión de la inteligencia emocional, si realmente el objetivo es contar con un crecimiento en el coeficiente emocional del equipo comercial de la organización RX S.A y es necesario reforzar todas las dimensiones Autoconciencia, Autogestión, Conciencia Social, Gestión de Relaciones.

Al Respecto a la Autogestión, el equipo comercial en su resultado Global obtuvo un 77% el cual es un valor vulnerable, según Goleman – Mucha gente se siente motivada por factores externos, como un sueldo elevado o la posición social que comporta ostentar un cargo importante o formar parte de una empresa de prestigio. En cambio, quienes potencial de liderazgo extraen su motivación de un deseo arraigado de lograr resultados simplemente por la satisfacción de haberlos logrado – Goleman D (2013, P42), esta enunciado se ratifica con las preguntas P24 y P27 con P-valor $< 0,0001$ la autogestión de mantenerse al tanto de las responsabilidades delegadas se correlaciona directamente proporcional con la automotivación, mostrando que un individuo que se autorregula en su obligaciones y responsabilidades tiende a auto motivarse.

De la misma manera Goleman afirma indica que “quienes controlan sus sentimientos y sus impulsos pueden crear un entorno de confianza e imparcialidad en el que la política y las peleas internas se reducen drásticamente y la productividad es elevada” – Goleman D (2013, P.40), este enunciado se reafirma con la correlación de las preguntas P22 y P35 con P-valor $< 0,008$ mostrando que un individuo que se autorregula – auto gestiona enfocándose en las soluciones que se puedan presentar en una reunión laboral está en capacidad de generar comunicación efectiva hacia los demás procesos generando empatía, esto claramente impacta a mejorar el ambiente laboral.

De la misma manera las preguntas P26 y P42 con P-valor < 0.0004 muestra una correlación directa entre los individuos que se auto gestionan y son capaces de tomar decisiones responsablemente con los individuos que son capaces de gestionar un liderazgo influyente en sus compañeros al momento de tomar una decisión. Esto muestra que la autogestión influye en el liderazgo reduciendo los confrontamientos y las disputas internas que se puedan presentar.

Al respecto a la Conciencia social el grupo obtuvo un 70% el cual lo ubica en una posición vulnerable, de acuerdo con el modelo Goleman, enuncia acerca de la empatía en equipos – Como puede atestiguar todo el que haya formado parte de uno en alguna ocasión, son el caldo de cultivo de emociones que pueden estallar en cualquier momento.

Con frecuencia se les recomienda alcanzar un consenso lo cual ya es bastante difícil entre dos y mucho más si crece el número de personas -Goleman D. (2013 P. 45-44), en este punto el autor resalta la importancia de mantener un nivel alto de empatía cuando de equipos de trabajo se refiere. En articulación con el equipo de trabajo objeto de esta investigación, se observó como la empatía se relaciona directamente proporcional con la autoconciencia (ver relación P13:P35 y P15:P37) y la autogestión (ver relación P22 y P35), seguidamente se realiza un análisis de las preguntas con mayor correlación entre la Conciencia Social y la Gestión de relaciones. En las preguntas P39 y P32 con P-valor < 0.0004 , se encuentra una relación directa

entre las personas que sienten empatía hacia los nuevos miembros del equipo y las personas que tienen habilidades de comunicación, reafirman la teoría de Goleman en donde un individuo que se relacione correctamente y sea integrativo estará en capacidad de dar un mejor manejo a las situaciones logrando un consenso.

Finalmente, se encuentra la Gestión de relaciones, en la cual el grupo comercial obtuvo un indicador de 72% lo cual lo ubica en una posición vulnerable, de acuerdo con el modelo de Goleman –¿la capacidad social se considera una actitud clave para el liderazgo en la mayoría de las empresas? La respuesta es que si, sobre todo si se compara con los demás componentes de la inteligencia emocional.

Con respecto a lo anterior se observa qué la gente sabe instintivamente que los líderes tienen que gestionar las relaciones adecuadamente; ningún líder vive aislado del mundo – Goleman D. (2013, P.51), en este enunciado el autor hace énfasis en la importancia de él buen relacionamiento conjugando los demás componentes de la Inteligencia emocional y esto se ratifica con los análisis ya realizados con las preguntas (P16:P47 y P26:P42), sumado a el análisis de las preguntas P43 y P46 con P-valor < 0.026 en donde se tiene una correlación directamente proporcional, en este análisis se encuentra que un individuo del grupo comercial que este en capacidad de mediar en un conflicto grupal gestionando las relaciones, tiende a adaptarse rápidamente a nuevos grupos de trabajo, mostrando con esto aspectos de auto liderazgo e influencia sobre los demás compañeros de trabajo.

Dado lo anterior, el desarrollo de la presente investigación se confirma la determinación de factores de la inteligencia emocional que ayudan al mejoramiento del entendimiento, integración efectiva y logro de objetivos del equipo comercial de la empresa RX S.A. La compañía a través del ciclo de detección, seguimiento y acompañamiento a cada colaborador, así mismo con base a los resultados aca obtenidos, se presenta la matriz a implementar con las sugerencias de mejora a nivel grupal y subgrupal que se sugiere por parte del investigador. (ver tabla 37).

Tabla 37 Matriz Implementación de Inteligencia emocional Grupo Comercial RX S.A

| | Autoconciencia | Autogestión | Conciencia Social | Gestión de Relaciones |
|-----|--|--|---|---|
| A.C | <p>Trabajar en el reconocimiento de las emociones, se relaciona directamente con los individuos capaces de auto motivarse en sus funciones diarias. Es importante brindar a el equipo de trabajo las herramientas necesarias para que puedan reconocer las emociones que las actividades diarias despiertan en ellos y que a su vez puedan controlarlas positivamente. Igualmente, en identificar las emociones que las relaciones interpersonales despiertan en ellos. En este punto es importante, desarrollar la conciencia del grupo, en entender que las emociones son parte de la vida y que es normal tener momentos de ira, ansiedad o felicidad, pero que a su vez son momentos temporales que se deben aprender a controlar.</p> | <p>El rendimiento de una persona que se enfoca en soluciones, es directamente proporcional con una persona que reconoce sus emociones. En este punto se evidencia nuevamente la importancia de reconocer las emociones ya que ayuda a el personal a enfocarse en las soluciones y darles un tramite efectivo.</p> <p>Es importante el brindar las herramientas para reconocer las emociones, pero a su vez estimular la toma de decisiones responsablemente en el equipo de trabajo.</p> | <p>El identificar las emociones y darles tramite correctamente, permite en el equipo de trabajo desarrollar individuos con empatía hacia la toma de decisiones grupales, empatía a las decisiones grupales con responsabilidad. De la misma manera se desarrolla la empatía hacia los compañeros que han cometido algún error en sus funciones y no se entra a juzgar y si a enfocarse en una solución.</p> <p>Nuevamente el brindar las herramientas necesarias para el reconocimiento de las emociones, se convierte en un punto importante a trabajar en todo el equipo comercial.</p> | <p>Los individuos del grupo comercial que están en capacidad de identificar sus emociones y controlarlas, generan en el grupo de trabajo la admiración y respeto de sus compañeros.</p> <p>El desarrollar individuos con la capacidad de reconocer sus emociones y controlarlas positivamente, permite desarrollar las relaciones interpersonales de manera positiva.</p> |
| A.G | | <p>Un individuo del grupo comercial de la empresa RX S.A que realiza la autogestión de realizar seguimiento a sus decisiones y a las actividades delegadas, tenderá a ser un individuo</p> | <p>Un individuo que se autogestión enfocándose en soluciones, se relaciona directamente con los individuos capaces de</p> | <p>La capacidad de tomar decisiones responsablemente, se relaciona directamente con el liderazgo influyente y el reconocimiento por parte de los compañeros.</p> |

| | | | | |
|-----|--|---|---|--|
| | | <p>con automotivación en sus actividades.</p> <p>En este punto es importante que la empresa impulse y apoye a los integrantes del grupo comercial a que empiecen a tomar decisiones responsablemente y que se tome conciencia de la importancia de realizar el seguimiento a las tareas delegadas, buscando generar correlación con la automotivación del personal.</p> | <p>desarrollar comunicación efectiva y empática con los demás compañeros.</p> <p>Importante en este punto, nuevamente que se impulse a los integrantes a tomar decisiones responsablemente en sus labores y responsabilidades que manejan a diario.</p> | <p>Nuevamente, se presenta la importancia de impulsar a los integrantes del grupo comercial, a tomar decisiones responsablemente en la medida de sus capacidades y obligaciones.</p> |
| C.S | | | <p>Los individuos que tienden a tener empatía hacia los nuevos compañeros de trabajo, muestran desarrollo avanzado en la comunicación empática y efectiva.</p> <p>En este punto es necesario el desarrollar la empatía en el equipo de trabajo, desde el punto de vista de entender a el compañero desde su función, comprendiendo que todo individuo maneja cierto nivel de información y que esta</p> | |

| | | | | |
|-----|--|--|---|---|
| | | | información se puede mejorar con la retroalimentación positiva por parte de sus compañeros. | |
| G.R | | | | Se identifica que un individuo que esta en la capacidad de gestionar relaciones positivamente en el grupo de trabajo (intermediar en conflictos positivamente), tenderá a adaptarse rápidamente a las diferentes situaciones laborales. Es necesario generar comités de resolución de conflictos e invitar a los integrantes del grupo comercial a integrarse participativamente en ellos. |

9. CONCLUSIONES

Se confirma que los componentes de la inteligencia emocional tales como la autoconciencia, la autogestión, la conciencia social y la gestión de relaciones, juegan un papel importante en el equipo comercial de la empresa RX S.A al momento de interrelacionarse con los demás compañeros y procesos de la compañía, buscando correctamente identificación y canalización de esta y que sean beneficiosas para el seguidor y la organización trabajado en articulación con los demás procesos.

El desarrollo de la inteligencia emocional en los integrantes del equipo comercial de RX S.A, después de realizar la investigación se afirma que esta permite a los mismos e individualmente, enfocarse en el objetivo y al cumplimiento de la planeación estratégica de la organización y en especial atención al desarrollo en conjunto de las actividades o funciones determinada en cada cargo.

Articulando aún más los conceptos generados por Daniel Goleman (2013) indica que *“sería una tontería negar que, como se nos ha dicho toda la vida el coeficiente intelectual y la capacidad técnica son ingredientes importantes de un buen liderazgo, pero la receta no estaría completa sin la inteligencia emocional. Antes se creía que sus componentes no estaban demás en un líder empresarial, pero ahora sabemos que, si se busca un buen rendimiento, son imprescindibles. En ese sentido es una suerte que la inteligencia emocional pueda aprenderse”* (P.51) y es acá donde la empresa RX S.A debe iniciar procesos de aprendizaje de la inteligencia emocional en su personal y su aplicación con los procesos que maneja, teniendo claro las tendencias ya mostradas y los puntos a fortalecer.

Por otro lado, los resultados muestran que a nivel grupal se cuentan con dos subgrupos que presentan diferentes niveles de inteligencia emocional, el primero es el grupo asistencial el cual es el encargado del trabajo de BackOffice y de apoyo a la parte comercial, quienes muestran un nivel más bajo que el global.

Así mismo el resultado global de el del indicador de inteligencia emocional del equipo comercial de la empresa RX S.A está en 72%, el del grupo asistencial se encuentra en 71% (1 punto por debajo del total), con autoconciencia 72%, Autogestión 73%, conciencia social 69% y Gestión de relaciones 69%, muestran estos resultados que los puntos más bajos son la empatía (conciencia social) y el nivel de liderazgo (gestión de relaciones), denotando que en el grupo se puede estar observando únicamente los intereses o necesidades individuales y no se cuenta con la autoconfianza, positivismo y auto liderazgo necesarios.

Si bien son puntos para trabajar para mejorar el indicador, es necesario como ya se explicó anteriormente el reforzar en conjunto las competencias en todos los niveles de la inteligencia emocional ya que se ha demostrado la correlación existente entre las dimensiones de la inteligencia emocional de acuerdo con el modelo de inteligencia emocional de Goleman.

Por otro lado, está el resultado de los comerciales, quienes están en contacto directo con los clientes de la compañía, este grupo obtuvo un resultado general de 73%, que en comparación con el global 72%, es superior, este grupo presento los siguientes resultados; Autoconciencia 67%, Autogestión 78%, Conciencia social 71% y gestión de relaciones 74%. Siendo la autoconciencia el punto más bajo a trabajar, se debe reforzar el reconocimiento de emociones en este grupo y ligarlo a el desarrollo de empatía que son los puntos más bajos para trabajar llegando a la afirmación que un individuo que no reconoce sus emociones, le será muy complejo el reconocer las emociones de los demás.

Dado lo anterior, el desarrollo de la presente investigación se confirma la determinación de los factores de la inteligencia emocional que ayudan a el mejoramiento del entendimiento, integración efectiva y logro de objetivos del equipo comercial de la empresa RX S.A.

10. Referencias

- Acopi. (2019) Comunicado de prensa del crecimiento económico. P 1-3. Recuperado de: <https://acopi.org.co/wp-content/uploads/2019/12/COMUNICADO-DE-PRENSA-017-2019-PROMOCION-DEL-CRECIMIENTO-ECONOMICO.pdf>
- Alder, H. (2002). PNL para la empresa: cómo alcanzar la excelencia en el trabajo (Vol. 32). Edaf.
- ANIF (2019) Gran Encuesta PYME 2019
<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/24065/Anif-GEP-Nacional.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bar-On, R. y Parker, J.D (2018). EQ-i: YV. Inventario de Inteligencia Emocional de Bar-On: Version para Jovenes, Madrid TEA ediciones.
- Bunk, G. P. (1994). La transmisión de las competencias en la formación y el perfeccionamiento profesionales de la RFA. *Revista Europea de Formación Profesional*, 1, 8-14.
- Bertram, D. (2008). Likert Scales... are the meaning of life. Topic report: Recuperado de <http://poincare.matf.bg.ac.rs/~kristina/topic-dane-likert.pdf>. [Links]
- Chiavenato, I. (2007). *Administración De Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones*. Distrito Federal, México: Mc Graw Hill. Recuperado de: <http://www.freelibros.com.ve/>.
- Duque, P. (2011). Tema 29. Función de los lóbulos frontales. Máster Neuropsicología Infantil y del Desarrollo (2ª edición). Universidad Pablo de Olavide (Sevilla).
- Edwards, A. L. "The Correlation Coefficient." Ch. 4 in *An Introduction to Linear Regression and Correlation*. San Francisco, CA: W. H. Freeman, pp. 33-46, 1976
- Emotional Intelligence (2020). An overview. Chapter 2. (PDF). INFLIBNET Centre.
- Forcadell, E. Lera, S. (2019). ¿qué es la ansiedad?. Portal clinic. Recuperado de: <https://www.clinicbarcelona.org/asistencia/enfermedades/trastornos-de-ansiedad/definicion>.

- Gervais, M. (2019) How to stop worrying about what other people think of you. Harvard business review. Downloaded from: <https://hbr.org.cdn.ampproject.org/c/s/hbr.org/amp/2019/05/how-to-stop-worrying-about-what-other-people-think-of-you>).
- Goleman, D. (1995). Emotional intelligence. New York: Bantam.
- Goleman, D. (1998). Working with emotional intelligence, Nw York: Bantman.
- Goleman, D. (1996). La Inteligencia Emocional, . Barcelona: Kairos.
- Goleman, D. (2005). Inteligencia Emocional. Barcelona: Kairos.
- Goleman, D. (2013) Liderazgo El poder de la inteligencia emocional, Barcelona – Ediciones B. 15-146.
- Goleman, D. (2013, p.35) Liderazgo El poder de la inteligencia emocional, Barcelona – Ediciones B. 15-146.
- C. Gómez Jaldón, y J. A. Domínguez Gomez (2001): *Sociología de la educación*. Madrid: Pirámide.
- Hernández Lalinde, J. D., Espinosa Castro, J. F., Peñaloza Tarazona, M. E., Fernández González, J. E., Chacón Rangel, J. G., Toloza Sierra, C. A., ... & Bermúdez Pirela, V. J. (2018). Sobre el uso adecuado del coeficiente de correlación de Pearson: definición, propiedades y suposiciones.
- Hess, W.R (1957). The functional organization of the Diencephalon. New York: Grune&Stratton.
- Javier, C. (2009) Inteligencia emocional y liderazgo. Slideshare. Recuperado de: https://es.slideshare.net/slides_eoi/eoi-inteligencia-emocional-2365452.
- Kagan J-Segan J (1992). Psychology: an introduction. Harcourt Brace Jovanovich.uction.
- La Republican. (2018). ¿Por qué las pymes deben invertir en tecnología? Recuperado de: <https://www.larepublica.co/especiales/especial-pyme/por-que-las-pymes-deben-invertir-en-tecnologia-2738346>
- La República. (2020). Estudio revelo que las ventas pymes en Colombia han bajado un 65%. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/empresas/estudio-revelo-que-las-ventas-de-las-pymes-en-colombia-han-bajado-65-2996017>.

- Lowney, C. (2013). El Liderazgo Al Estilo De Los Jesuitas. 89-120.
- MacLean, Paul D (1990) *The tribune Brain in evolution: Role in paleocerebral Functiona*. Springer Science and bussines Media (1990).
- Mario, T &T. (2003). El proceso de la investigación científica. 44-165.
- Maslach, C. & Jackson, S. E. The measurement of experienced burnout. *J Organ Behav*. 1981; 2(2):99-113.
- MAYER, J.D. y SALOVEY, P. (1997). "What is emotional intelligence?" En P. Salovey y D. Sluyter (Eds.), *Emotional development and emotional intelligence: Implications for educators*. 3-31. New York: Basic Books.
- Oviedo, H. C., & Arias, A. C. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista colombiana de psiquiatría*, 34(4), 572-580.
- Quintero R, Montes E, Castro C. (2020) Encuesta de desempeño empresarial, 1er trimestre del 2020. 1-29. Recuperado de: <https://acopi.org.co/wp-content/uploads/2020/04/ENCUESTA-DE-DESEMPE%C3%91O-EMPRESARIAL-PRIMER-TRIMESTRE-2020.pdf>
- Redacción de economía. (2020). ¿Cómo va la creación de empresas en el 2020?. El espectador. Recuperado de [:https://www.elespectador.com/noticias/economia/creacion-de-empresas-primer-semester-2020/](https://www.elespectador.com/noticias/economia/creacion-de-empresas-primer-semester-2020/).
- Revista Dinero (2017). Los retos que enfrentan las mypimes en Colombia. Recuperado de: <https://www.semana.com/edicion-impresa/pymes/articulo/los-retos-que-enfrentan-las-mipymes-en-colombia/241586/>
- Revista Portafolio. (2020). Anuncian subsidios de hasta un 40% de un salario mínimo. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/coronavirus-noticias-anuncian-subsidios-del-40-para-los-salarios-minimos-540579>.
- Romero, R. (1993) *Marketing*. Editora Palmir E.I.R.L., Pág. 9.
- Salovey, P. y Mayer, J. D. (1990). "Emotional intelligence". *Imagination, Cognition, and Personality*, 9, 185-211.

- Sánchez-Navarro, J. P., & Román, F. (2004). Amígdala, corteza prefrontal y especialización hemisférica en la experiencia y expresión emocional. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 20(2), 223-240.
- Semana. (2019). ¿Por qué Colombia logro un récord en el ranking mundial de competitividad? Recuperado de: <https://www.dinero.com/pais/articulo/como-le-fue-a-colombia-en-ranking-de-competitividad-del-foro-economico-mundial/277782>.
- Smith, M. K. (2002) “Howard Gardner and multiple intelligences”, the encyclopedia of informal education, Downloaded from: <http://www.infed.org/thinkers/gardner.htm>
- Snedecor, G. W. and Cochran, W. G. *Statistical Methods*, 7th ed. Ames, IA: Iowa State Press, p. 180, 1980.
- Tamayo, M. (2009). El proceso de la investigación científica. Limusa. 13-175. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/12235974/Tamayo-y-Tamayo-Mario-El-Proceso-de-la-Investigacion-Cientifica>.
- Thorndike, R. L.; Stein, S. (1937). «An evaluation of the attempts to measure social intelligence». *Psychological Bulletin* (34): 275–284.
- Ugarriza, N. (2001). Evaluación de la inteligencia emocional a través del inventario de BarOn (I-CE) en una muestra de lima metropolitana. Universidad de lima. Núm. 4. 129-160.
- Valido, M., Zorrilla J. (2018) Propuesta de un plan de capacitación que permita la optimización del liderazgo ejercido por los inspectores a través de la utilización de la inteligencia emocional como herramienta en la C.A, metro de caracas, gerencia de capacitación, ajustas de año. Universidad experimental simón rodríguez.1-185.
- Villa Camacho, M. E. (2013). La inteligencia emocional aplicada en las organizaciones.
- Wechsler, D. (1940). «Non-intellective factors in general intelligence». *Psychological Bulletin* (37): 444–445.

Yonder, (1956). Dale, Personnel management, and industrial relation. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

APÉNDICE A Matriz de evaluación instrumento de medición la interrelación de la inteligencia emocional con los procesos comerciales de la organización RX S.A

Apreciado (a) Señor (a)

Como estudiantes de último semestre del Magister en Administración de Empresas (MBA) de la Universidad Santo Tomás, agradecemos su valiosa colaboración para el desarrollo del presente Test.

La información que nos suministre será confidencial y contribuirá significativamente al conocimiento y análisis de las diferentes prácticas en el desarrollo de la inteligencia emocional aplicada a los procesos comerciales de una compañía.

No habrá respuestas buenas ni malas, lo que nos interesa a objeto de estudio es su más sincera opinión. En primera instancia, encontrará preguntas de tipo demográfico y posteriormente preguntas relacionadas con la Inteligencia Emocional enfocada a los grupos comerciales de una compañía.

De antemano muchas gracias por su colaboración.

Obligatorio

Dirección de correo electrónico....._____

ONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es realizada por Giovanni Cadena Sánchez, estudiante de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Santo Tomás. El objetivo de este estudio es establecer LA INTERRELACIÓN DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL CON LOS PROCESOS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN RX S.A

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en la encuesta que a continuación se le presenta, teniendo como base las mediciones de su comportamiento durante el ejercicio de sus funciones en la empresa.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de esta

investigación. Sus respuestas a la presente encuesta serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto serán anónimas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en el, igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en alguna forma.

Desde ya le agradecemos su participación.

| | | | | |
|--|---|----------------------------|----------------|-----------------|
| Acepto participar voluntariamente en esta investigación, realizada por Giovanni Cadena Sanchez, estudiante de Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Santo Tomas, al mismo tiempo he sido informado (a) sobre los objetivos del estudio. | | SI | | |
| | | NO | | |
| Empresa donde labora | | | | |
| Sector | | | | |
| Cargo | | | | |
| Sexo | | MASCULINO () FEMENINO () | | |
| Sexo | MASCULINO () FEMENINO () | | | |
| Tiempo de experiencia comercial | 1-2 AÑOS | 3-5 AÑOS | 6-8 AÑOS | 9 o MAS AÑOS |
| Edad | 25-30 | 30-35 | 35-40 | 40 o mas |
| Nivel Socio-económico | 1() 2() 3() 4() 5() 6() | | | |
| Estado Civil | Soltero () | Casado () | Divorciado () | Union Libre () |
| Nivel de Estudios | Pregrado () Postgrado () Maestría () Doctorado () | | | |

Este cuestionario intenta identificar las competencias emocionales en la Inteligencia Emocional de las personas en el ámbito empresarial, marque con un CLICK la respuesta tal como es percibida.

En las siguientes páginas encontrará afirmaciones descriptivas, por favor responda todos los ítems de este cuadernillo con una sola opción.

| PREGUNTA | SIEMPRE | CON FRECUENCIA | A VECES | NUNCA |
|---|---------|----------------|---------|-------|
| En situaciones donde su Jefe, compañeros y clientes demandan al mismo tiempo atención inmediata por parte suya, ¿Es consciente de las emociones que este tipo de situaciones despiertan en usted ? (ira, ansiedad, estrés, frustración, etc.) | | | | |
| Se presenta un debate en donde usted tiene la razón, pero su contraparte insiste en que usted esta equivocado, lo que dificulta llegar a un consenso. ¿Puede identificar la emoción que esta acción le genera y comunicársela a su contraparte? | | | | |
| Un compañero de proceso de apoyo a su area, rechaza su solicitud por considerarla riesgosa para la compañía, esta decisión incide directamente sus metas propias, generando emociones como Frustración, Estres, Ira, tristeza etc, ¿Identifica que el mantener estas emociones, afectan su tranquilidad por lo tanto trata de pensar en otro asunto? | | | | |
| Recibe usted un correo por parte de un proceso de apoyo, en donde de manera imperativa le exigen abstenerse de avanzar en un proyecto en el cual usted considera se tiene alto porcentaje de triunfo. ¿Inmediatamente responde el correo argumentando las razones por las cuales usted considera tiene la razón, haciendo ver lo equivocada de la decisión? | | | | |
| Finalizada una confrontación laboral en donde no queda satisfecho con la decisión tomada, ¿Le es fácil retomar actividades y pasar al siguiente tema con la misma persona que mantuvo la confrontación? | | | | |
| Al iniciar o finalizar la jornada laboral en la compañía, ¿dedica algo de tiempo para reflexionar acerca de los sentimientos expresados con sus compañeros? (ansiedad, ira, felicidad, etc.) | | | | |
| Puede controlar las emociones que se presentan en el trabajo y no mezclarlas al momento de tomar una decisión? ((Ira, Angustia, depresión, felicidad, etc.) | | | | |
| ¿Para usted es más importante la satisfacción propia de haber hecho las cosas bien, que el reconocimiento permanente de su superior?" | | | | |
| ¿Es consiente que el estado de felicidad no es una situación indefinida en el tiempo? | | | | |
| ¿Le es fácil solicitar ayuda a compañeros de trabajo que no comparten sus mismos ideales o su punto de vista? | | | | |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| En sus labores diarias cuando comete un error en las funciones que tiene a cargo, ¿Le resulta fácil reconocer cuando se equivoca en la ejecución sus funciones y tiene la capacidad de ofrecer disculpas ante estas situaciones? | | | | |
| En el desarrollo de un proyecto o actividad comercial, se presenta un inconveniente, ¿Prefiere enfocarse en buscar una solución resaltando el lado positivo del tema? | | | | |
| ¿Considera que el trabajo que realiza es importante para el logro de los objetivos de la compañía? | | | | |
| ¿Considera que los objetivos comerciales de la compañía, están a cargo de las gerencias, por ende son estos los que deben liderar 100% el proceso? | | | | |
| ¿Considera que una vez ha delegado una tarea a un compañero o proceso de la compañía, este debe hacerse cargo de la función encomendada, desligándose usted de la responsabilidad? | | | | |
| Si se encuentra trabajando en un proyecto en el que se deben tomar decisiones importantes y su jefe no se encuentra ¿Le resulta fácil tomarlas de forma ágil y asumir el resultado de las mismas? | | | | |
| ¿Considera que la motivación debe ser impulsada exclusivamente por los jefes y gerentes de la compañía? | | | | |
| En el proceso comercial para el que trabaja, ¿Se siente más cómodo si cuenta con un líder que lo acompañe en las funciones que realiza? | | | | |
| En las evaluaciones de tipo 360 que realiza la compañía, ¿siente que sus compañeros no valoran su función y que en la mayoría de casos son demasiado fuertes al calificarle? | | | | |
| ¿Usted valora y reconoce las cosas buenas que realiza en su trabajo? | | | | |
| En la presentación de una solicitud comercial ante un compañero de la empresa (logística, cartera, contabilidad, etc.), ¿Tiene usted la capacidad de identificar la reacción que genera en la persona, esta solicitud (malestar, alegría, inconformidad, etc.)? | | | | |
| Ingresa una persona nueva al grupo que parece introvertida y reservada, ¿a usted le cuesta trabajo acercarse e iniciar una conversación? | | | | |
| Alguien le informa que uno de sus compañeros lo considera a usted como una persona fría, distante y poco amigable. ¿Deja que la persona que realizó el comentario se de cuenta por si misma de lo equivocada que estaba? | | | | |
| Un compañero suyo, que generalmente es una persona alegre, de repente se empieza a mostrar distante y retraído. ¿Le es fácil acercarse a esta persona y preguntarle las razones por las cuales ha cambiado su actitud? | | | | |
| Se presenta una excelente oportunidad comercial, pero al realizar esta negociación se obviaron varios procesos de la compañía, la oportunidad finalmente es aprobada por Gerencia General. ¿Considera usted importante el sentarse a aclarar y explicar el porque debe avanzar en este proyecto a los procesos que no se tuvieron en cuenta? | | | | |

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| ¿Trata de mantener relaciones y conversaciones con todas las personas, aun cuando no sean de su completo agrado? | | | | |
| Se presenta un altercado, por un error el cual es responsabilidad de un compañero (comercial o de apoyo) ¿ Trata de escuchar y entender la situación de su compañero, a pesar de que no tenga razón? | | | | |
| Se encuentra en un día laboral muy ocupado y un compañero se acerca por que necesita su consejo. ¿Le es difícil apartarse de sus obligaciones para escuchar activamente a su compañero? | | | | |
| ¿Se considera usted una persona comunicativa, que se puede relacionar fácilmente con cualquier persona? | | | | |
| Un cliente argumenta que se va de la compañía por su responsabilidad y, a pesar de que la empresa ya constató que no fue su responsabilidad, ¿insiste usted en aclarar la situación directamente con el cliente? | | | | |
| ¿Se considera una persona creativa, que genera ideas y las desarrolla? | | | | |
| Se presenta un proyecto en el cual usted tiene que trabajar con un compañero el cual considera que no es una buena oportunidad para la compañía. ¿ Generalmente, puede persuadir eficazmente a su compañero, para que adopten su punto de vista sin coacciones? | | | | |
| Se presenta un conflicto entre dos personas por una decisión comercial en la cual usted está involucrado, ¿prefiere tomar distancia y permitir que ellos solucionen sus diferencias? | | | | |
| Uno de los clientes mas importantes de la zona, le pide realizar presentación sobre la empresa de forma inmediata, y su jefe le solicita que avance durante su ausencia. ¿se siente intimidado ante la situación de iniciar la presentación y liderar la reunión? | | | | |
| En una reunión empresarial en donde están cuestionando su trabajo, ¿Tiene la capacidad de lograr acuerdos razonables con sus compañeros a pesar de tener posturas contrarias? | | | | |
| Usted viene trabajando muy bien con un grupo/área de personas con las cuales tiene gran empatía, su jefe toma la decisión de cambiarlo a un nuevo grupo/area . ¿Le es facil adaptarse rapidamente al cambio con sus nuevos compañeros? | | | | |
| ¿Considera que sus acciones inspiran a sus compañeros de trabajo? | | | | |
| Considera usted que para tener éxito, es completamente necesario el pasar por periodos de alto estrés y tensión como parte del precio a pagar por el reconocimiento? | | | | |
| Se ha presentado un problema de difícil solución en la función que realiza, ¿considera conveniente exponerlo a su grupo de trabajo para buscar una solución? | | | | |
| Finalizada su jornada laboral, usted ¿busca actividades de esparcimiento o grupales, para compartir intereses o afines? | | | | |

APÉNDICE B Matriz de Preguntas con código

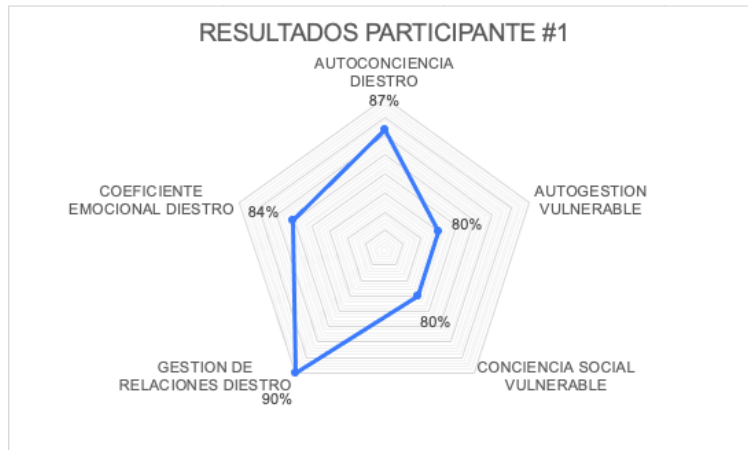
| PREGUNTA | CODIGO PREGUNTA | TIPO |
|---|-----------------|-------------|
| Acepto participar voluntariamente en esta investigación, realizada por Giovanni Cadena Sanchez, estudiante de Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Santo Tomas, al mismo tiempo he sido informado (a) sobre los objetivos del estudio. | P1 | DEMOGRAFICA |
| Empresa donde labora | P2 | |
| Sector | P3 | |
| Cargo | P4 | |
| Sexo | P5 | |
| Tiempo de experiencia comercial | P6 | |
| Edad | P7 | |
| Nivel Socio-económico | P8 | |
| Estado Civil | P9 | |
| Nivel de Estudios | P10 | |
| En situaciones donde su Jefe, compañeros y clientes demandan al mismo tiempo atención inmediata por parte suya, ¿Es consciente de las emociones que este tipo de situaciones despiertan en usted ? (ira, ansiedad, estrés, frustración, etc.) | P11 | AUTOCOENCIA |
| Se presenta un debate en donde usted tiene la razón, pero su contraparte insiste en que usted esta equivocado, lo que dificulta llegar a un consenso. ¿Puede identificar la emoción que esta acción le genera y comunicársela a su contraparte? | P12 | |
| Un compañero de proceso de apoyo a su área, rechaza su solicitud por considerarla riesgosa para la compañía, esta decisión incide directamente sus metas propias, generando emociones como Frustración, Estres, Ira, tristeza etc, ¿Identifica que el mantener estas emociones, afectan su tranquilidad por lo tanto trata de pensar en otro asunto? | P13 | |
| Recibe usted un correo por parte de un proceso de apoyo, en donde de manera imperativa le exigen abstenerse de avanzar en un proyecto en el cual usted considera se tiene alto porcentaje de triunfo. ¿Inmediatamente responde el correo argumentando las razones por las cuales usted considera tiene la razón, haciendo ver lo equivocada de la decisión? | P14 | |
| Finalizada una confrontación laboral en donde no queda satisfecho con la decisión tomada, ¿Le es fácil retomar actividades y pasar al siguiente tema con la misma persona que mantuvo la confrontación? | P15 | |
| Al iniciar o finalizar la jornada laboral en la compañía, ¿dedica algo de tiempo para reflexionar acerca de los sentimientos expresados con sus compañeros? (ansiedad, ira, felicidad, etc.) | P16 | |
| Puede controlar las emociones que se presentan en el trabajo y no mezclarlas al momento de tomar una decisión? ((Ira, Angustia, depresión, felicidad, etc.) | P17 | |
| ¿Para usted es más importante la satisfacción propia de haber hecho las cosas bien, que el reconocimiento permanente de su superior?" | P18 | |
| ¿Es consiente que el estado de felicidad no es una situación indefinida en el tiempo? | P19 | |
| ¿Le es fácil solicitar ayuda a compañeros de trabajo que no comparten sus mismos ideales o su punto de vista? | P20 | |

| | | |
|--|-----|-------------------|
| En sus labores diarias cuando comete un error en las funciones que tiene a cargo, ¿Le resulta fácil reconocer cuando se equivoca en la ejecución sus funciones y tiene la capacidad de ofrecer disculpas ante estas situaciones? | P21 | AUTOGESTION |
| En el desarrollo de un proyecto o actividad comercial, se presenta un inconveniente, ¿Prefiere enfocarse en buscar una solución resaltando el lado positivo del tema? | P22 | |
| ¿Considera que el trabajo que realiza es importante para el logro de los objetivos de la compañía? | P23 | |
| ¿Considera que los objetivos comerciales de la compañía, están a cargo de las gerencias, por ende son estos los que deben liderar 100% el proceso? | P24 | |
| ¿Considera que una vez ha delegado una tarea a un compañero o proceso de la compañía, este debe hacerse cargo de la función encomendada, desligándose usted de la responsabilidad? | P25 | |
| Si se encuentra trabajando en un proyecto en el que se deben tomar decisiones importantes y su jefe no se encuentra ¿Le resulta fácil tomarlas de forma ágil y asumir el resultado de las mismas? | P26 | |
| ¿Considera que la motivación debe ser impulsada exclusivamente por los jefes y gerentes de la compañía? | P27 | |
| En el proceso comercial para el que trabaja, ¿Se siente más cómodo si cuenta con un líder que lo acompañe en las funciones que realiza? | P28 | |
| En las evaluaciones de tipo 360 que realiza la compañía, ¿siente que sus compañeros no valoran su función y que en la mayoría de casos son demasiado fuertes al calificarle? | P29 | |
| ¿Usted valora y reconoce las cosas buenas que realiza en su trabajo? | P30 | |
| En la presentación de una solicitud comercial ante un compañero de la empresa (logística, cartera, contabilidad, etc.), ¿Tiene usted la capacidad de identificar la reacción que genera en la persona, esta solicitud (malestar, alegría, inconformidad, etc.)? | P31 | CONCIENCIA SOCIAL |
| Ingresa una persona nueva al grupo que parece introvertida y reservada, ¿a usted le cuesta trabajo acercarse e iniciar una conversación? | P32 | |
| Alguien le informa que uno de sus compañeros lo considera a usted como una persona fría, distante y poco amigable. ¿Deja que la persona que realizó el comentario se de cuenta por sí misma de lo equivocada que estaba? | P33 | |
| Un compañero suyo, que generalmente es una persona alegre, de repente se empieza a mostrar distante y retraído. ¿Le es fácil acercarse a esta persona y preguntarle las razones por las cuales ha cambiado su actitud? | P34 | |
| Se presenta una excelente oportunidad comercial, pero al realizar esta negociación se obviaron varios procesos de la compañía, la oportunidad finalmente es aprobada por Gerencia General. ¿Considera usted importante el sentarse a aclarar y explicar el porque debe avanzar en este proyecto a los procesos que no se tuvieron en cuenta? | P35 | |
| ¿Trata de mantener relaciones y conversaciones con todas las personas, aun cuando no sean de su completo agrado? | P36 | |
| Se presenta un altercado, por un error el cual es responsabilidad de un compañero (comercial o de apoyo) ¿Trata de escuchar y entender la situación de su compañero, a pesar de que no tenga razón? | P37 | |
| Se encuentra en un día laboral muy ocupado y un compañero se acerca por que necesita su consejo. ¿Le es difícil apartarse de sus obligaciones para escuchar activamente a su compañero? | P38 | |
| ¿Se considera usted una persona comunicativa, que se puede relacionar fácilmente con cualquier persona? | P39 | |
| Un cliente argumenta que se va de la compañía por su responsabilidad y, a pesar de que la empresa ya constató que no fue su responsabilidad, ¿insiste usted en aclarar la situación directamente con el cliente? | P40 | |

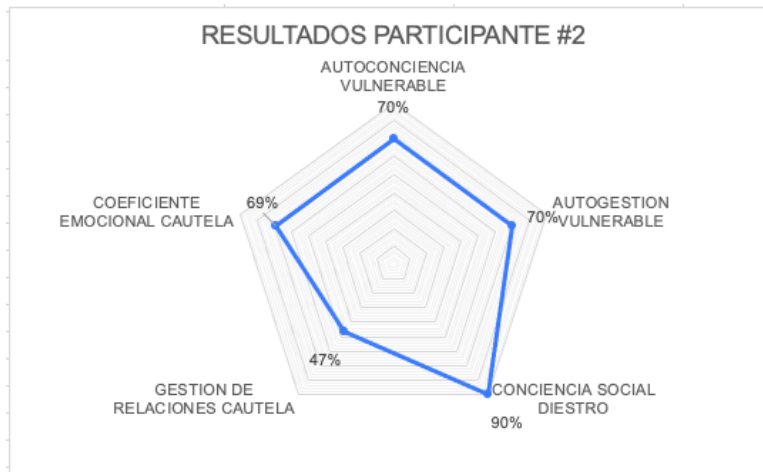
| | | |
|---|-----|---------------------------|
| ¿Se considera una persona creativa, que genera ideas y las desarrolla? | P41 | GESTION RELACIONES |
| Se presenta un proyecto en el cual usted tiene que trabajar con un compañero el cual considera que no es una buena oportunidad para la compañía. ¿ Generalmente, puede persuadir eficazmente a su compañero, para que adopten su punto de vista sin coacciones? | P42 | |
| Se presenta un conflicto entre dos personas por una decisión comercial en la cual usted está involucrado, ¿prefiere tomar distancia y permitir que ellos solucionen sus diferencias? | P43 | |
| Uno de los clientes mas importantes de la zona, le pide realizar presentación sobre la empresa de forma inmediata, y su jefe le solicita que avance durante su ausencia. ¿se siente intimidado ante la situación de iniciar la presentación y liderar la reunión? | P44 | |
| En una reunión empresarial en donde están cuestionando su trabajo, ¿Tiene la capacidad de lograr acuerdos razonables con sus compañeros a pesar de tener posturas contrarias? | P45 | |
| Usted viene trabajando muy bien con un grupo/área de personas con las cuales tiene gran empatía, su jefe toma la decisión de cambiarlo a un nuevo grupo/area . ¿Le es facil adaptarse rapidamente al cambio con sus nuevos compañeros? | P46 | |
| ¿Considera que sus acciones inspiran a sus compañeros de trabajo? | P47 | |
| Considera usted que para tener éxito, es completamente necesario el pasar por periodos de alto estrés y tension como parte del precio a pagar por el reconocimiento? | P48 | |
| Se ha presentado un problema de difícil solución en la función que realiza, ¿considera conveniente exponerlo a su grupo de trabajo para buscar una solución? | P49 | |
| Finalizada su jornada laboral, usted ¿busca actividades de esparcimiento o grupales, para compartir intereses o afines? | P50 | |

APÉNDICE C Matriz de Resultados Individuales

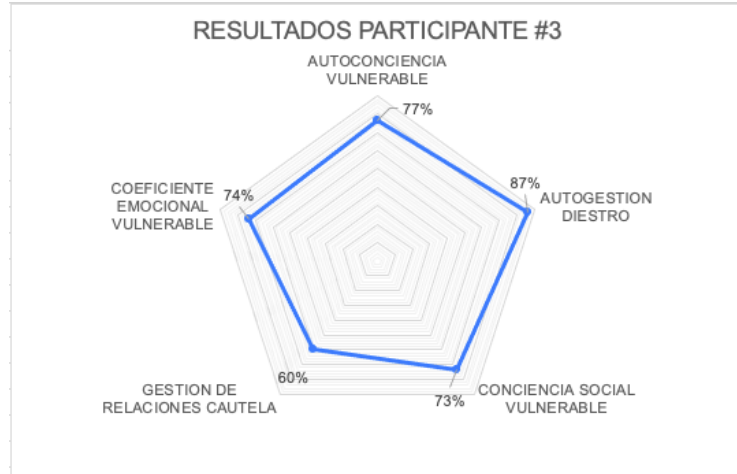
| Participante #1 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE EMOCIONAL | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|-----------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | DIESTRO | 87% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | VULNERABLE | 80% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | VULNERABLE | 80% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | DIESTRO | 90% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | DIESTRO | 84% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



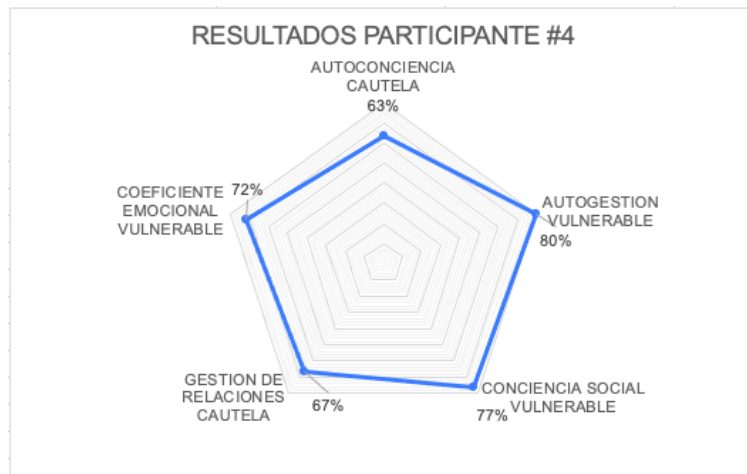
| Participante #2 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|-----------------|-----------------------|------------------------|------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | VULNERABLE | 70% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | VULNERABLE | 70% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | DIESTRO | 90% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | CAUTELA | 47% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | CAUTELA | 69% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



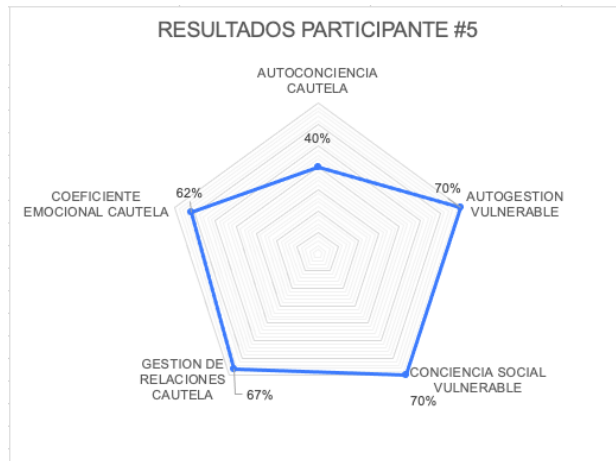
| Participante #3 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|-----------------|-----------------------|------------------------|------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | VULNERABLE | 77% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | DIESTRO | 87% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | VULNERABLE | 73% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | CAUTELA | 60% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | VULNERABLE | 74% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



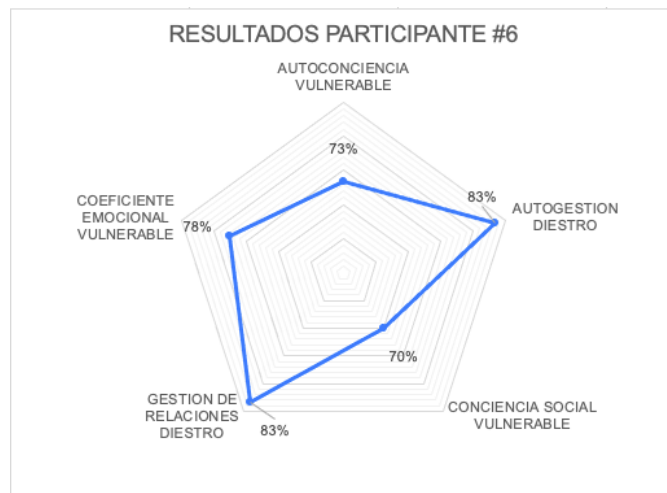
| Participante #4 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|-----------------|-----------------------|------------------------|------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | CAUTELA | 63% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | VULNERABLE | 80% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | VULNERABLE | 77% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | CAUTELA | 67% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | VULNERABLE | 72% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



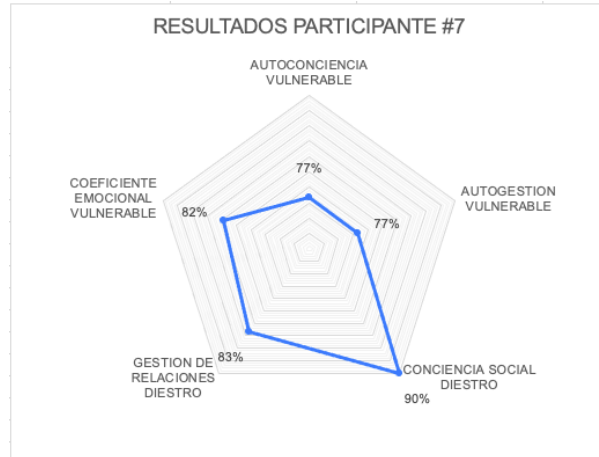
| Participante #5 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE EMOCIONAL | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|-----------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | CAUTELA | 40% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | VULNERABLE | 70% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | VULNERABLE | 70% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | CAUTELA | 67% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | CAUTELA | 62% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



| Participante #6 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE EMOCIONAL | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|-----------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | VULNERABLE | 73% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | DIESTRO | 83% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | VULNERABLE | 70% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | DIESTRO | 83% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | VULNERABLE | 78% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



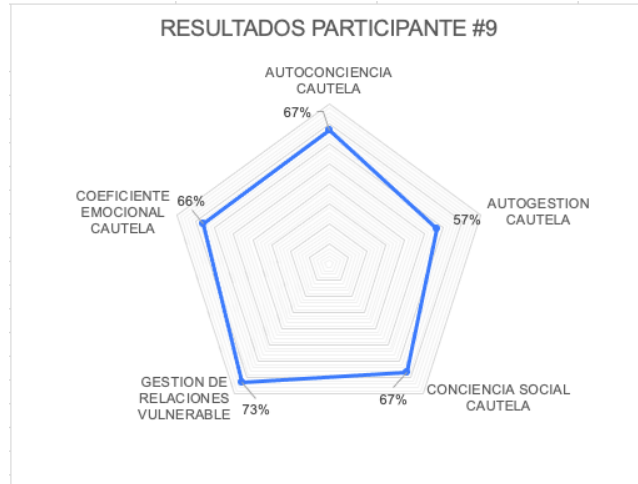
| Participante #7 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE EMOCIONAL | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|-----------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | VULNERABLE | 77% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | VULNERABLE | 77% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | DIESTRO | 90% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | DIESTRO | 83% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | VULNERABLE | 82% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



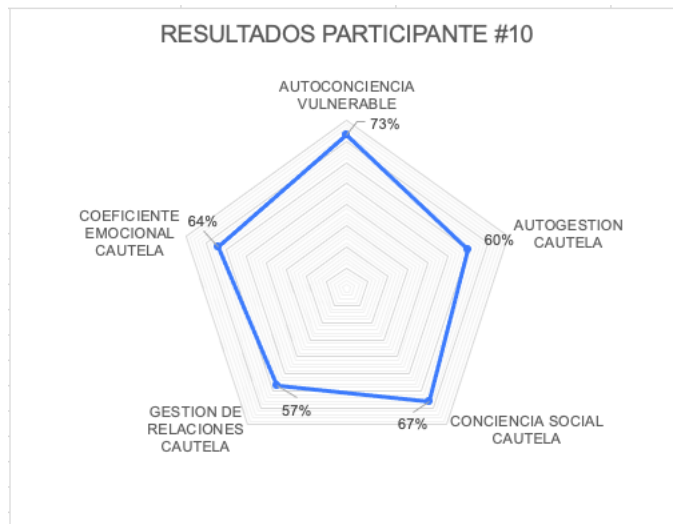
| Participante #8 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE EMOCIONAL | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|-----------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | DIESTRO | 87% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | CAUTELA | 63% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | CAUTELA | 60% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | VULNERABLE | 70% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | VULNERABLE | 70% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



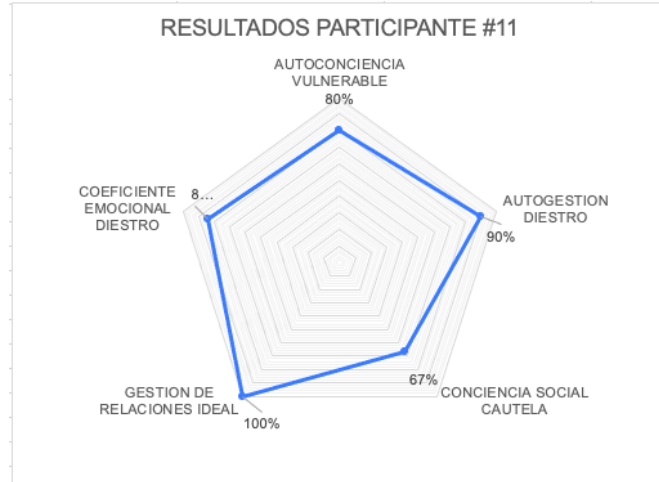
| Participante #9 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE EMOCIONAL | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|-----------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | CAUTELA | 67% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | CAUTELA | 57% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | CAUTELA | 67% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | VULNERABLE | 73% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | CAUTELA | 66% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



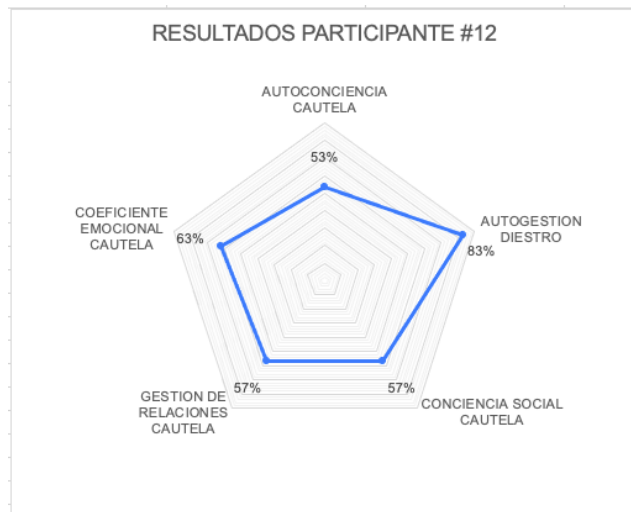
| Participante #10 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE EMOCIONAL | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|------------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | VULNERABLE | 73% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | CAUTELA | 60% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | CAUTELA | 67% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | CAUTELA | 57% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | CAUTELA | 64% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



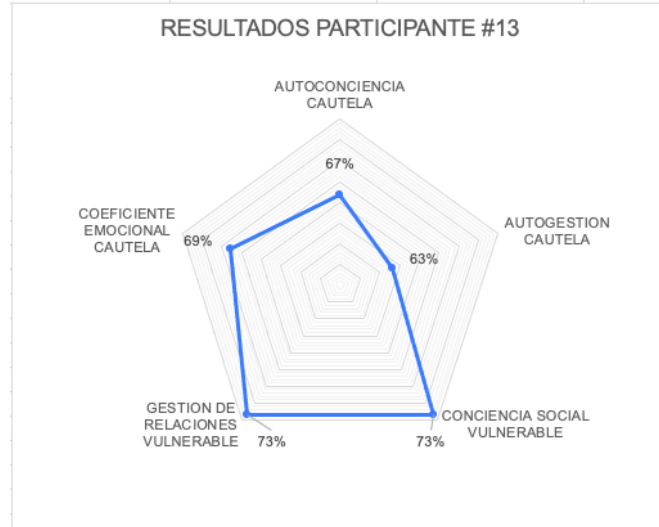
| Participante #11 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE EMOCIONAL | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|------------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | VULNERABLE | 80% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | DIESTRO | 90% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | CAUTELA | 67% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | IDEAL | 100% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | DIESTRO | 84% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



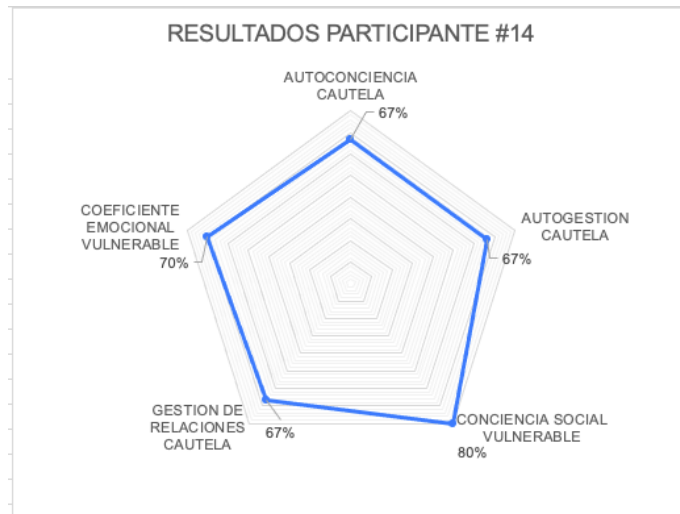
| Participante #12 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE EMOCIONAL | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|------------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | CAUTELA | 53% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | DIESTRO | 83% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | CAUTELA | 57% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | CAUTELA | 57% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | CAUTELA | 63% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



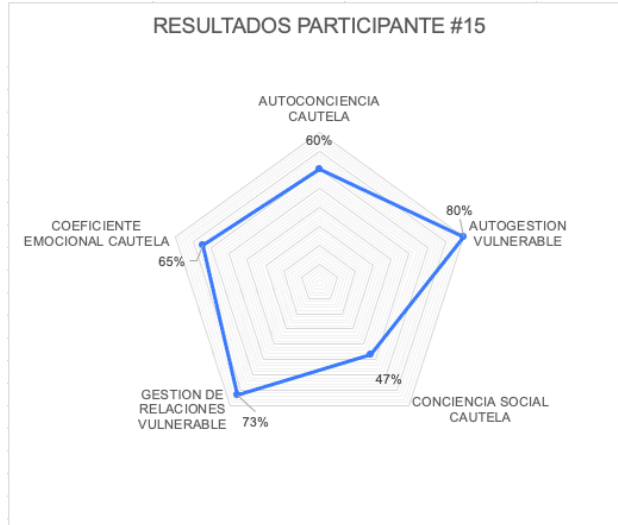
| Participante #13 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE EMOCIONAL | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|------------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | CAUTELA | 67% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | CAUTELA | 63% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | VULNERABLE | 73% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | VULNERABLE | 73% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | CAUTELA | 69% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



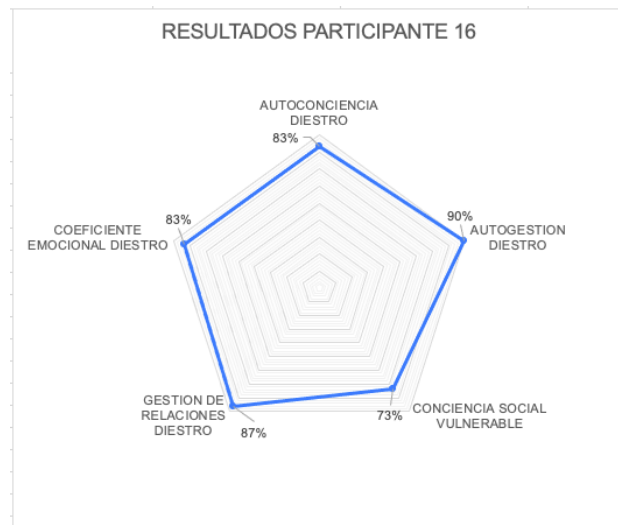
| Participante #14 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE EMOCIONAL | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|------------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | CAUTELA | 67% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | CAUTELA | 67% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | VULNERABLE | 80% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | CAUTELA | 67% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | VULNERABLE | 70% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



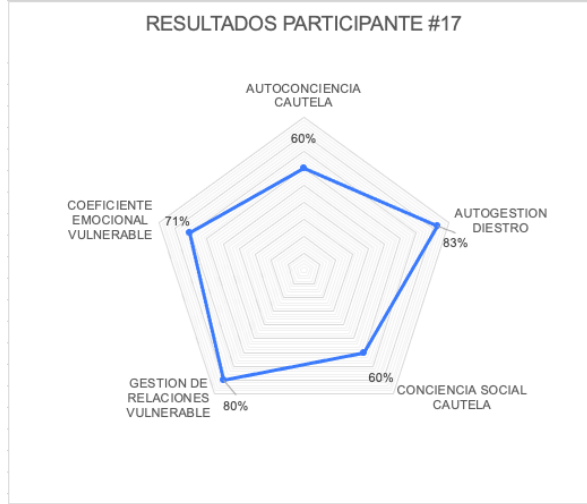
| Participante #15 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE EMOCIONAL | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|------------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | CAUTELA | 60% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | VULNERABLE | 80% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | CAUTELA | 47% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | VULNERABLE | 73% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | CAUTELA | 65% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



| Participante #16 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE EMOCIONAL | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|------------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | DIESTRO | 83% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | DIESTRO | 90% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | VULNERABLE | 73% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | DIESTRO | 87% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | DIESTRO | 83% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



| Participante #17 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE EMOCIONAL | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|------------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | CAUTELA | 60% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | DIESTRO | 83% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | CAUTELA | 60% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | VULNERABLE | 80% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | VULNERABLE | 71% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



| Participante #18 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE EMOCIONAL | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|------------------|-----------------------|------------------------|----------------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | CAUTELA | 63% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | AUTOGESTION | DIESTRO | 83% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | CONCIENCIA SOCIAL | CAUTELA | 63% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | GESTION DE RELACIONES | CAUTELA | 67% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| | COEFICIENTE EMOCIONAL | CAUTELA | 69% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |



| Participante #19 | APTITUD | DESARROLLO CUALITATIVO | DESARROLLO COEFICIENTE EMOCIONAL | IDEAL | DIESTRO | VULNERABLE | CAUTELA |
|-----------------------|----------------|------------------------|----------------------------------|---------|---------|------------|---------|
| | AUTOCONCIENCIA | DIESTRO | 83% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% |
| AUTOGESTION | IDEAL | 97% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% | |
| CONCIENCIA SOCIAL | VULNERABLE | 77% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% | |
| GESTION DE RELACIONES | VULNERABLE | 77% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% | |
| COEFICIENTE EMOCIONAL | DIESTRO | 83% | 100-91% | 90-83% | 82-70% | 69-0% | |



APÉNDICE D Matriz de Datos descriptivos

| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 |
|---------------------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|
| N | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 |
| Rango | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| Mínimo | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Máximo | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 |
| Media | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 0,68 | 0,63 | 2,16 | 2,42 | 2,79 | 1,26 | 0,42 |
| Desviación estándar | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,582 | 0,496 | 1,119 | 0,961 | 0,918 | 1,098 | 0,692 |
| Varianza | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,339 | 0,246 | 1,251 | 0,924 | 0,842 | 1,205 | 0,480 |
| Asimetría | | | | 0,120 | -0,593 | -0,876 | -1,847 | -0,020 | 0,542 | 1,436 |
| Curtosis | | | | -0,443 | -1,856 | -0,794 | 2,810 | -0,977 | -0,912 | 0,912 |

| | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | P19 | P20 |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| N | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 |
| Rango | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Mínimo | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Máximo | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Media | 2,05 | 2,21 | 2,05 | 1,16 | 2,37 | 1,58 | 2,11 | 2,42 | 2,58 | 2,32 |
| Desviación estándar | 0,780 | 0,855 | 0,848 | 0,898 | 0,597 | 0,769 | 0,937 | 0,902 | 0,902 | 0,885 |
| Varianza | 0,608 | 0,731 | 0,719 | 0,807 | 0,357 | 0,591 | 0,877 | 0,813 | 0,813 | 0,784 |
| Asimetría | -0,096 | -0,446 | -0,717 | -0,339 | -0,305 | 0,937 | -0,681 | -1,517 | -2,042 | -1,250 |
| Curtosis | -1,271 | -1,505 | 0,367 | -1,749 | -0,546 | -0,542 | -0,473 | 1,593 | 3,151 | 1,104 |

| | P21 | P22 | P23 | P24 | P25 | P26 | P27 | P28 | P29 | P30 |
|---------------------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| N | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 |
| Rango | 2 | 1 | 0 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 |
| Mínimo | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| Máximo | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Media | 2,79 | 2,68 | 3,00 | 1,74 | 2,53 | 2,21 | 1,89 | 1,11 | 2,26 | 2,89 |
| Desviación estándar | 0,535 | 0,478 | 0,000 | 1,240 | 0,772 | 0,631 | 1,150 | 1,049 | 0,872 | 0,315 |
| Varianza | 0,287 | 0,228 | 0,000 | 1,538 | 0,596 | 0,398 | 1,322 | 1,099 | 0,760 | 0,099 |
| Asimetría | -2,658 | -0,862 | | -0,417 | -2,119 | -0,173 | -0,755 | 0,093 | -1,138 | -2,798 |
| Curtosis | 6,883 | -1,419 | | -1,476 | 5,544 | -0,311 | -0,790 | -1,650 | 0,994 | 6,509 |

| | P31 | P32 | P33 | P34 | P35 | P36 | P37 | P38 | P39 | P40 |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|
| N | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 |
| Rango | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| Mínimo | 0 | 2 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| Máximo | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Media | 2,05 | 2,79 | 1,11 | 2,37 | 2,37 | 2,21 | 2,42 | 1,89 | 2,58 | 1,26 |
| Desviación estándar | 0,848 | 0,419 | 0,994 | 0,684 | 0,831 | 0,535 | 0,607 | 1,329 | 0,607 | 1,284 |
| Varianza | 0,719 | 0,175 | 0,988 | 0,468 | 0,690 | 0,287 | 0,368 | 1,766 | 0,368 | 1,649 |
| Asimetría | -0,717 | -1,545 | 0,149 | -0,632 | -0,832 | 0,229 | -0,498 | -0,580 | -1,168 | 0,329 |
| Curtosis | 0,367 | 0,419 | -1,363 | -0,527 | -0,990 | 0,316 | -0,502 | -1,567 | 0,582 | -1,668 |

| | P41 | P42 | P43 | P44 | P45 | P46 | P47 | P48 | P49 | P50 |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| N | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 |
| Rango | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| Mínimo | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| Máximo | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Media | 2,32 | 1,58 | 1,95 | 2,53 | 2,47 | 2,32 | 2,37 | 1,95 | 2,37 | 1,89 |
| Desviación estándar | 0,749 | 0,692 | 1,026 | 0,697 | 0,612 | 0,885 | 0,761 | 0,848 | 0,761 | 0,737 |
| Varianza | 0,561 | 0,480 | 1,053 | 0,485 | 0,374 | 0,784 | 0,579 | 0,719 | 0,579 | 0,544 |
| Asimetría | -0,616 | -0,314 | -0,575 | -1,205 | -0,703 | -1,250 | -0,771 | -0,504 | -0,771 | 0,172 |
| Curtosis | -0,856 | 0,272 | -0,731 | 0,328 | -0,312 | 1,104 | -0,744 | -0,012 | -0,744 | -0,998 |

