

Estudio exploratorio del papel de la inteligencia emocional en la innovación empresarial desde la perspectiva de los procesos organizacionales

Exploratory study of the role of emotional intelligence in business innovation from the perspective of organizational processes

Leyla Patricia Chinchilla

Investigador Independiente, Honduras

patty4chinchilla@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0002-7216-0276>

Recibido: 29/10/2024
Aceptado: 3/12/2024
Publicado: 31/12/2024

Cómo citar:

Chinchilla, L. P. (2024). Estudio exploratorio del papel de la inteligencia emocional en la innovación empresarial desde la perspectiva de los procesos organizacionales. *Integración*, 08 (2), 72-75. <https://doi.org/10.36881/ri.v8i2.956>

Fuente de financiamiento: No financiado.

Declaración de conflictos de interés: El autor declara no tener conflictos de interés

Resumen

El propósito de esta investigación fue explorar el papel de la inteligencia emocional (IE) en la innovación empresarial desde la perspectiva de los procesos organizativos. Se empleó un enfoque cualitativo, documental y descriptivo, y se identificaron un total de $n = 20$ artículos científicos, los cuales fueron seleccionados a partir de bases de datos. Los resultados revelan que la inteligencia emocional y la innovación empresarial se destacan por su impacto y la relación entre IE, competencia emprendedora y gestión del conocimiento. Asimismo, se analizó el papel de la IE en la innovación empresarial y la eficacia gerencial, su influencia en la colaboración y el rendimiento de los equipos, su relación con la adaptación al cambio organizacional, y su vínculo con la inteligencia de negocios y la toma de decisiones, además de la productividad científica. Se concluye, que la IE es un componente esencial para la innovación empresarial, especialmente desde la perspectiva de los procesos organizativos.

Palabras claves: Desarrollo Empresarial; Habilidades; Innovación; Inteligencia Emocional

Abstract

The purpose of this research was to explore the role of emotional intelligence (EI) in business innovation from the perspective of organizational processes. A qualitative, documentary and descriptive approach was employed, and a total of $n = 20$ scientific articles were identified and selected from databases. The results reveal that emotional intelligence and entrepreneurial innovation stand out for their impact and the relationship between EI, entrepreneurial competence and knowledge management. The role of EI in business innovation and managerial effectiveness, its influence on collaboration and team performance, its relationship with adaptation to organizational change, and its link with business intelligence and decision making, as well as scientific productivity, were also analyzed. It is concluded that EI is an essential component for business innovation, especially from the perspective of organizational processes.

Keywords: Entrepreneurial Development; Skills; Innovation; Emotional Intelligence; Business Development.

OPEN ACCESS
Distribuido bajo:



Introducción

En un entorno altamente competitivo y en constante cambio, la innovación empresarial se ha convertido en uno de los instrumentos fundamentales para las empresas que desean mantenerse competitivas y socialmente responsables, según González Molano y Martínez Campo (2014). Según THE FLASH CO, (2023), las organizaciones enfrentan tres retos clave para mantenerse competitivas y relevantes: fomentar una cultura de innovación, asegurar la innovación continua y desarrollar un proceso de innovación efectivo. De estos, fomentar una cultura de innovación es el más importante, ya que establece la base para los otros dos desafíos.

La innovación empresarial se define como “mejora en la actividad empresarial mediante cambios de modelos de negocio, de procesos, de organización, de productos o de comercialización para hacer el negocio más eficiente y conseguir una mejor posición en el mercado” (Alfaro Giménez & Pina Massachs, 2018, p. 31). Dentro de este contexto, un aspecto destacado de la innovación radica en los procesos organizativos, que abarcan la adopción de nuevos métodos en áreas como la gestión del conocimiento, la formación, la evaluación y desarrollo de recursos humanos, la gestión de la cadena de valor, la reingeniería de procesos y la implementación de sistemas de calidad (Alfaro Giménez & Pina Massachs, 2018).

La inteligencia emocional desempeña un papel importante dentro de estos procesos organizativos. Permite tomar conciencia de nuestras emociones, comprender los sentimientos de los demás, tolerar las presiones y frustraciones del trabajo, mejorar nuestra capacidad de trabajar en equipo y adoptar una actitud empática y social (Goleman, 2013). Esto no solo facilita el desarrollo personal, sino que también conduce a un buen liderazgo empresarial. Para ello, es esencial plantear modelos que permitan comprender la complejidad de las organizaciones y la relación entre los agentes internos (líderes y seguidores), quienes son parte fundamental de la estructura organizativa (Enríquez Chugá et al., 2021).

En esta línea de pensamiento, esta investigación tuvo como propósito explorar el papel de la inteligencia emocional en la innovación empresarial desde la perspectiva de los procesos organizativos.

Método

Esta investigación se realizó bajo un enfoque cualitativo que “parte del supuesto de que el mundo

social está constituido por significados y símbolos compartidos de manera intersubjetiva” (Bernal Torres, 2016, p. 73) documental “basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, sean estos bibliográficos, o registrados por otros investigadores en fuentes impresas, audiovisuales o electrónicas” (Artigas & Valencia-Arias, 2024, p. 65) y descriptivo ya que “tiene como finalidad especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado” (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018, p. 108).

Para este estudio se identificaron n= 20 artículos científicos, los cuales se buscaron en bases de datos como Google Académico, SciELO y Redalyc, entre otras, empleando términos clave como “*inteligencia emocional*”, “*emotional intelligence*”, “*innovación empresarial*”, “*business innovation*” y “*procesos organizacionales*”. La selección de estos artículos se realizó con base en su relevancia, considerando aquellos relacionados con la esencia de la investigación, de acceso abierto, con indexaciones reconocidas, y escritos en inglés o español.

La redacción y estructuración del contenido se llevaron a cabo analizando los principales resúmenes de los artículos seleccionados, procesados a través del programa Microsoft Word, destacando los aspectos más relevantes. Finalmente, se presentan los resultados, la discusión y las conclusiones del estudio.

Resultados

Las investigaciones han demostrado que la inteligencia emocional (IE) de los altos ejecutivos tiene un impacto positivo significativo en la innovación de productos y procesos dentro de las organizaciones (Blázquez Puerta & Bermúdez González, 2019). En el sector turístico, la IE ha emergido como un factor clave para el éxito empresarial, beneficiando tanto a clientes internos como externos (Valdés Bencomo et al., 2021)

La IE también está positivamente vinculada con la apertura a la experiencia, lo que facilita un comportamiento proactivo orientado hacia la innovación (Winton & Sabol, 2024). Además, se ha observado que la IE, junto con la inteligencia social, potencia la innovación al fomentar la creatividad, la diversidad y la toma de decisiones estratégicas entre los empleados (Valdés Bencomo et al., 2021)

Un estudio realizado con estudiantes universitarios peruanos reveló una correlación positiva entre la IE y la intención emprendedora, sugiriendo que

niveles elevados de IE están asociados con una mayor propensión a emprender (Chávez Paz et al., 2020). En este sentido, la IE se convierte en un factor facilitador de la competencia emprendedora, al ayudar a los individuos a desarrollar habilidades sociales y emocionales clave para enfrentar los retos del emprendimiento.

Por otro lado, un estudio en empresas españolas destacó cómo la gestión del conocimiento, la competencia emprendedora y la IE impactan positivamente en la capacidad innovadora. Aunque la influencia directa de la IE no fue significativa en este caso, cuando los tres factores se integran, se observa un efecto positivo sobre los procesos innovadores (Blázquez Puerta et al., 2022)

La IE está estrechamente vinculada con la innovación y la eficacia gerencial, considerándose un componente esencial para un liderazgo efectivo (Yuvaraj & Srivastava, 2007). Además, las habilidades emocionales directivas, como la empatía y la motivación, son clave para mejorar la competitividad organizacional y el desempeño empresarial. Los directivos que desarrollan estas habilidades pueden mejorar la competitividad de sus empresas, ya que el talento humano en puestos directivos es fundamental para el éxito organizacional (Zamorano et al., 2018).

Los equipos con alta IE son esenciales para una innovación empresarial efectiva. La integración de la IE con habilidades de cooperación resulta decisiva para aprovechar la diversidad a favor de la innovación, lo que a su vez mejora la interacción en los equipos y el rendimiento organizacional (Druskat & Wolff, 2001; Erbe, 2010)

Además, se ha señalado que la IE contribuye significativamente a la mejora de los procesos organizativos en el sector cooperativo, promoviendo la creatividad y optimizando la interacción entre los miembros del equipo. Este enfoque impacta positivamente en la innovación y el rendimiento dentro de las organizaciones del sector solidario (Orejuela Barberi, 2023).

Referencias bibliográficas

Acosta-Tzin, J. V., Raudales-García, E. V., & Aguilar-Hernández, P. A. (2023). Análisis bibliométrico de la investigación sobre innovación empresarial. *Ad-gnosis*, 12(12), 1–14. <https://doi.org/10.21803/adgnosis.12.12.614>

Ibarra-Ariza, (2017) citando a Goleman (2003), enfatizan la importancia de las capacidades emocionales individuales, como la capacidad para trabajar en equipo y la habilidad para organizarse utilizando la IE. Además, destaca la necesidad de adaptarse a las condiciones cambiantes en el entorno empresarial, manteniendo el autocontrol en situaciones de estrés y mostrando integridad en todo momento.

Por otro lado, se observa que la inteligencia de negocios se potencia cuando se apoya en procesos racionales. El conocimiento del entorno generado por la inteligencia de negocios se aprovecha mejor a través de un análisis sistemático y basado en reglas, en lugar de depender exclusivamente de la experiencia y percepción. Esto facilita una toma de decisiones más precisa y ágil en las organizaciones (Gómez-Duque et al., 2023).

Finalmente, en términos de producción científica, se ha observado un crecimiento moderado en la investigación sobre innovación empresarial, con un aumento reflejado en un $R^2 = 0.3992$ durante los años 2019-2020 (Acosta-Tzin et al., 2023). Por otro lado, los estudios sobre IE muestran un crecimiento exponencial muy significativo, con un $R^2 = 0.8646$, lo que refleja un notable incremento en la producción científica durante el período 2012-2022 (Raudales-García, 2023).

Conclusiones

La inteligencia emocional (IE) es un pilar fundamental para la innovación empresarial. Su impacto se evidencia en la sinergia entre la IE, la competencia emprendedora y la gestión del conocimiento, impulsando una cultura organizacional más ágil y adaptable. Además, la IE mejora la eficacia gerencial, fomenta la colaboración y el rendimiento de los equipos, y facilita la adaptación al cambio organizacional. Su vínculo con la inteligencia de negocios y la toma de decisiones estratégicas potencia la innovación al igual que lo demuestra el creciente interés científico en este campo. Finalmente, se recomienda desarrollar investigaciones empíricas que permitan medir la relaciones e influencias de estos constructos en el ámbito organizacional.

Alfaro Giménez, J., & Pina Massachs, M. (2018). La Innovación empresarial. En *Empresa y administración*. (1.ª Edición). McGraw-Hill Education. <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448614224.pdf>

- Artigas, W., & Valencia-Arias, A. (2024). Marco metodológico de la investigación. En Universidad del Zulia, *Trabajo de grado: Elaborar y publicar sus resultados. Una guía para lograrlo* (pp. 61–77). Hgh Rate Consulting. <https://doi.org/10.38202/trabajodegrado4>
- Bernal Torres, C. A. (2016). *Metodología de la investigación*. Pearson Educación.
- Blázquez Puerta, C. D., & Bermúdez González, G. (2019). The emotional intelligence of senior executives and their effect on products innovation and on processes innovation. *Journal of Business*, *11*(1), 14–26. <https://doi.org/10.21678/jb.2019.980>
- Blázquez Puerta, C. D., Bermúdez-González, G., & Soler García, I. P. (2022). Human Systematic Innovation Helix: Knowledge Management, Emotional Intelligence and Entrepreneurial Competency. *Sustainability*, *14*(7), 4296. <https://doi.org/10.3390/su14074296>
- Chávez Paz, E. Y., Suárez Quijano, J. C., García Salirrosas, E., & Apaza Tarqui, E. E. (2020). Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, filiales Lima, Juliaca y Tarapoto, 2016-II. *Revista de Investigación Valor Agregado*, *4*(1), 29–42. <https://doi.org/10.17162/riva.v4i1.1271>
- Druskat, V. U., & Wolff, S. B. (2001). Building the emotional intelligence of groups. *Harvard business review*, *79*(3), 80–91. https://www.academia.edu/download/31593510/Building_the_Emotional_Intelligence_of_Groups.pdf
- Enríquez Chugá, J. F., Pantoja Burbano, M. J., & Cuarán Guerrero, M. S. (2021). Investigaciones sobre inteligencia emocional en las empresas. Tendencias en las universidades ecuatorianas. *Conrado*, *17*(81), 211–219.
- Erbe, N. D. (2010). Advancing the Potential of Diversity for Innovation: *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation*, *1*(4), 22–35. <https://doi.org/10.4018/jeei.2010100102>
- Goleman, D. (2013). *La inteligencia emocional*. B de Bolsillo.
- Gómez-Duque, L. Á., Daza-Torres, J. D., & Arias-Pérez, J. (2023). Inteligencia de negocios y agilidad organizacional: ¿Son relevantes la toma de decisiones racional e intuitiva? *Estudios Gerenciales*, 181–191. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2023.167.5542>
- González Molano, C., & Martínez Campo, J. L. (2014). Gerencia estratégica e innovación empresarial: Referentes conceptuales. *Dimensión empresarial*, *12*(2), 107–116. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1692-85632014000200009&script=sci_arttext
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (First edition). McGraw-Hill Education.
- Ibarra-Ariza, L. M. (2017, mayo 3). *Inteligencia emocional desde la perspectiva empresarial*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Inteligencia-emocional-desde-la-perspectiva-Ibarra-Ariza/5782c630052e3b2d64980fbd5b0dbaac036ac86>
- Orejuela Barberi, F. (2023). Gerencia de la felicidad: Innovación necesaria para una empresa socialmente rentable. *Revista CIRIEC Colombia*, 239–244. <https://doi.org/10.58415/revciriec.v1n1a16>
- Raudales-García, E. V. (2023). Estudio bibliométrico de la producción científica sobre inteligencia emocional en la base datos Scopus. *Experior*, *1*(2), 174–184. <https://doi.org/10.56880/experior12.6>
- THE FLASH CO. (2023, octubre 19). *Tres retos de innovación a superar por tu empresa* | LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/tres-retos-de-innovaci%C3%B3n-superar-por-tu-empresa-theflashco/>
- Valdés Bencomo, Y. D., Bulit Villafaña, M. Á., Balcárcel Mara, C., & Velasteguí López, L. E. (2021). Inteligencia Emocional: La nueva fórmula del éxito empresarial turístico en Cuba. *Explorador Digital*, *5*(2), 135–146. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v5i2.1692>
- Winton, B. G., & Sabol, M. A. (2024). Opening up to innovation: Emotional intelligence as an intrapersonal resource. *European Journal of Innovation Management*, *27*(1), 27–42. <https://doi.org/10.1108/EJIM-12-2021-0597>
- Yuvaraj, S., & Srivastava, N. (2007). Are innovative managers emotionally intelligent. *Journal of Management Research*, *7*(3), 169–178.
- Zamorano, L. A. M., Frías, F. G., & Aulcy, L. V. (2018, agosto 28). Competencias emocionales directivas y competitividad en las organizaciones.