



Trascender, Contabilidad y Gestión. Vol. 11, Núm. 31 (enero – abril del 2026).

Universidad de Sonora. Departamento de Contabilidad. México.

ISSN: 2448-6388. Reserva de Derechos 04-2015-04172070800-203.

La inteligencia emocional como motor de competitividad en las MiPyMEs: Un análisis contemporáneo

Emotional Intelligence as a Driver of Competitiveness in MSMEs: A Contemporary Analysis

Roberto Rojero Jiménez ¹ ; José Gerardo Ignacio Gómez Romero ² ; Pablo Ignacio Gómez Martínez ³

Recibido: 21 de septiembre de 2025.

Aceptado: 14 de abril de 2026.

DOI: <https://doi.org/10.36791/tcg.v11i31.301>

JEL: L1. Competitividad.

J24. Capital humano/ productividad en el trabajo.

Resumen

En un entorno empresarial cada vez más dinámico y competitivo, las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) requieren estrategias innovadoras para mejorar su rendimiento y sostenibilidad. Este estudio analiza la influencia de la inteligencia emocional en la competitividad organizacional, destacando su papel en la toma de decisiones, la gestión del talento y la resiliencia empresarial. A través de un enfoque cuantitativo, se aplicó un análisis de regresión lineal a una muestra de 385

MiPyMEs en Durango, México, evaluando cómo dimensiones de la inteligencia emocional como la autoconciencia emocional, el autocontrol, la empatía y la automotivación impactan en el desempeño organizacional. Los resultados encontrados, muestran una relación significativa entre la inteligencia emocional y la competitividad, indicando que el desarrollo de competencias emocionales en los empleados y líderes mejora la productividad, fortalece el clima organizacional

¹ Roberto Rojero Jiménez. Doctor en Administración. Profesor Titular de tiempo completo del Tecnológico Nacional de México/I.T. Durango. Durango, Durango, México. Correo: rrojero@itdurango.edu.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5964-2006>.

² José Gerardo Ignacio Gómez Romero. Doctor en Gestión de las Organizaciones. Profesor de la Facultad de Economía, Contaduría y Administración de la Universidad Juárez del Estado de Durango. Durango, Durango, México. Correo: igomez@ujed.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6322-6133>.

³ Pablo Ignacio Gómez Martínez. Doctor en Mercadotecnia. Profesor de la Facultad de Economía, Contaduría y Administración de la Universidad Juárez del Estado de Durango. Durango, Durango, México. Correo: pablo.gomez@ujed.mx. ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-1692-6610>.

y permite una mejor adaptación a los cambios del mercado. Se concluye que la implementación de estrategias para potenciar la inteligencia emocional en las MiPyMEs puede traducirse en una ventaja competitiva sostenible, contribuyendo al éxito empresarial en un contexto de alta incertidumbre.

Palabras claves: inteligencia emocional, competitividad, Mipymes.

Abstract

In an increasingly dynamic and competitive business environment, micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) require innovative strategies to improve their performance and sustainability. This study analyzes the influence of emotional intelligence on organizational competitiveness, highlighting its role in decision-making, talent management, and business resilience. Using a quantitative approach, a linear regression analysis was applied to a sample of 385 MSMEs in Durango, Mexico, evaluating how dimensions of emotional intelligence such as emotional self-awareness, self-regulation, empathy, and self-motivation impact organizational performance. The results show a significant relationship between emotional intelligence and competitiveness, indicating that the development of emotional competencies in employees and leaders enhances productivity, strengthens organizational climate, and enables better adaptation to market changes. It is concluded that the implementation of strategies to enhance emotional intelligence in MSMEs can lead to a sustainable competitive advantage, contributing to business success in a context of high uncertainty.

Keywords: Emotional Intelligence, Competitiveness, MSMEs.

Introducción

En el entorno empresarial contemporáneo, las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) enfrentan

desafíos significativos debido a la constante evolución del mercado y la competencia global. Uno de los factores que ha emergido como determinante clave para mejorar su competitividad es la inteligencia emocional, la cual se refiere a la capacidad de reconocer, comprender y gestionar las propias emociones y las de los demás (Goleman, 2020). La inteligencia emocional no solo influye en la efectividad de los individuos en el ámbito laboral, sino que también impacta de manera crucial en la capacidad de adaptación y resiliencia organizacional, elementos esenciales para que las MiPyMES sobrevivan y prosperen en un entorno tan dinámico (Salovey y Mayer, 2021).

Planteamiento problema

La relación entre la inteligencia emocional y la competitividad organizacional ha sido ampliamente investigada, y se ha demostrado que las competencias emocionales pueden mejorar significativamente la toma de decisiones, la gestión de equipos, la resolución de conflictos y el bienestar general de los empleados (Mayer et al., 2022). En el caso de las MiPyMES, la implementación de estrategias que fomenten el desarrollo de la inteligencia emocional se ha asociado con un aumento en la productividad, la eficiencia y en última instancia, la competitividad en mercados saturados y altamente competitivos (Zhou y Lee, 2021). El problema que se presenta en la realidad consiste en que los dueños y/o encargados de las Mipymes, no vinculan la inteligencia emocional propia y de sus empleados con la competitividad del negocio, pues los consideran temas diferentes, pues uno tiene que ver con el comportamiento de los individuos y el otro con el tema tiene una íntima relación con la rentabilidad y permanencia del negocio, derivado de lo anterior se presenta el siguiente objetivo de investigación.

Objetivo e hipótesis

Objetivo General: analizar y explicar la influencia de la inteligencia emocional en la competitividad de las MiPyMES contemporáneas.

A través de un enfoque cuantitativo y un análisis de regresión lineal, se busca identificar cómo las distintas dimensiones de la inteligencia emocional, como la autoconciencia emocional, el autocontrol, la empatía y la automotivación, contribuyen al desempeño organizacional de las MiPyMES.

Hipótesis de Trabajo: la inteligencia emocional no solo mejora las competencias individuales de los empleados, sino que también optimiza la competitividad global de las organizaciones en un contexto empresarial altamente desafiante.

Revisión de literatura

Competitividad

Nayak, Chia y Canales (2020) referencian que las organizaciones en la actualidad requieren construir una ventaja competitiva que les permita sobrevivir en un medio ambiente incierto y volátil como el que se vive hoy en día. Una característica innegable es su turbulencia plagada por los constantes cambios que se dan en plazos cortos, acompañada de una alta competitividad en los mercados que, de acuerdo de acuerdo a Chen, Lin & Michel (2010); Huumonen (2011) y Miranda (2017), todo esto les impone una presión a los mercados convirtiéndolos en entornos impredecibles, orillando a las organizaciones a establecer objetivos y a buscar ajustarlos frecuentemente.

Derivado de lo anterior resalta la importancia de las decisiones que los dirigentes de las organizaciones tomen, y que estas tienen que estar en lo posible lo mejor pensadas, pues de ellas depende no solo el rumbo, sino hasta la permanencia de la organización en los mercados. Miranda (2021) comenta, que en entornos volátiles los dirigentes deben de tener claro el panorama del mercado donde trabajan, pues esto les permitirá vislumbrar las oportunidades que se le presenten al negocio, pero para ello se necesita que sus planes cuenten con flexibilidad estratégica para que la decisión final sea la más adecuada.

De manera tal, que los gerentes deben aprender a tomar

decisiones con atingencia, pues más vale una mala decisión a tiempo que una muy buena decisión a destiempo, se debe de tener en cuenta, que en entornos cambiantes y de alta competitividad la inmovilidad es sinónimo de morir de inanición, pues la empresa no es una ínsula, sino que está rodeada de voraz competencia, que solo espera un descuido para atacar y si no se quiere perder la ventaja sobre la preferencia de los clientes y usuarios, se requieren respuesta rápidas y adecuadas.

Se debe tener en cuenta, que la mejor forma de enfrentar la turbulencia de los mercados es siendo competitivos. Para Porter (1980) inicialmente la competitividad consistía en producir el mayor número de artículos al menor costo posible, tiempo más tarde Porter (2000) complementaba el concepto al señalar, que para lograr la competitividad se requiere en principio analizar la cadena de valor, y que esto marca el inicio para generar una ventaja competitiva que permitirá enfrentar de mejor manera a la competencia. Bonilla y Martínez (2010) van más a fondo, y sostienen la clave se centra no solo abatir los costos, además se tiene que delinear estrategias de acción para penetrar el mercado, ofertando productos de calidad a precios atractivos. Todo esto debe de estar en sincronía buscando siempre estar en los gustos de los consumidores, pero además no se debe perder de vista a la competencia, que de manera permanente estará al acecho intentando en todo momento robarse los favores de los consumidores.

Con un panorama completo Porter (2005) asienta que la competitividad se puede dar en tres niveles a las que nombra estrategias genéricas;

1. El liderazgo en costos, definiéndola como la estrategia primaria y básica, y para lograrla acopió cuatro herramientas; el análisis de la cadena de valor, la economía de escala, la integración vertical y la integración horizontal. Todas buscan en mayor o menor medida el abatir los costos e incrementar las utilidades.

2. La ventaja competitiva, es una estrategia más elaborada y requiere que los directivos de la organización, conozca a profundidad sus procesos y su producto, de manera tal, que reconociendo lo que sabe hacer, lo haga de la mejor manera para diferenciarse de sus competidores, como lo refieren Montenegro Velandia y Álvarez (2011) se debe de desarrollar la habilidad y la flexibilidad para satisfacer las necesidades del mercado con productos y servicios innovadores y de calidad.
3. La diferenciación, es la estrategia más elaborada y compleja, pues requiere de un conocimiento más detallado del mercado, de cómo es su composición y comportamiento de los consumidores, y a partir de todo esto, buscar nichos de mercado donde se asientan sus clientes, quienes responderán merced a la especialización, que será la clave para mantener la fidelidad de esos mercados.

Para Montenegro y Álvarez (2011), las organizaciones que busquen ser competitivas, requieren manejar de manera racional y efectiva todos los recursos de la empresa, y aprender a distinguir las necesidades del mercado para satisfacerlas con servicios y/o productos de calidad e innovadores en tiempo y forma, según se los requiriera el mercado. Complementando lo anterior Corona (2002) agrega que, la competitividad es multifactorial, pues no solo basta con la disminución de costos, sino que se requiere el desarrollo y de las habilidades de los gerentes, destrezas de trabajo y de producción, la visión para innovar y la búsqueda de un mejor servicio al cliente.

Sin lugar a duda la competitividad transformó la forma de hacer negocios y quien quiera no solo permanecer en los mercados, sino además triunfar en ellos, debe de adoptarla como su forma de actuar Gómez (2016). Por su parte Botero (2014) la define como la habilidad de una organización para competir y salir airoso en su nicho de

mercado. Yeung et al., (2000) describen 15 elementos de la competitividad, donde los procesos de captación del personal, la productividad, y la rentabilidad de los tres últimos años son elementos que destacan entre otros factores para su logro, y este modelo es el que se adoptará para el presente estudio. A llegar a este momento vale la pena anotar que las mejores decisiones las tomarán personas, que además de conocer profundamente el entorno y los mercados, sepan manejar el estrés propio de esta época y que sepan trabajar su inteligencia emocional.

Inteligencia Emocional

El mundo posmoderno donde se insertan las organizaciones se distingue por una dinámica sin precedentes, pues los cambios se suceden unos a otros con tal rapidez que el ser humano ha perdido la capacidad de asombro ante tantos cambios que se desencadenan con una velocidad impresionante. Lo anterior sin duda ha afectado no solo la vida personal del ser humano, su vida en comunidad y sus relaciones interpersonales, sino que, además está modificando los mercados de trabajo y el entorno donde las organizaciones se desenvuelven, a tal grado que como lo sostienen Hernández y Ramos (2018), las normas del entorno de trabajo están transformándose, pues los trabajadores ahora están siendo valorados no solo por su coeficiente intelectual o por la habilidad y experiencia acumulada en su trabajo, sino que en la actualidad, se está valorando más que tan hábiles son para manejar sus emociones, y que tan capaces son para interrelacionarse con las personas que los rodean.

Estos cambios que se presentan en las reglas y normas para la contratación del personal, ponen de manifiesto que esta vida dinámica y ajetreada expone a las personas a un ritmo y nivel de vida estresante, de manera tal, que aquellas personas que sepan sobrellevar las presiones de la vida posmoderna sin que los afecten, y que además sepan desenvolverse de manera normal en la cotidianidad, serán las personas que sin duda triunfarán, de todo lo anotado hasta este momento, resalta el tema de la inteligencia emocional que en las últimas décadas ha

tomado una relevancia no solo en mundo académico, sino también en el mercado de trabajo y en la vida cotidiana.

Mayer y Salovey (1990) son los primeros en hablar de la inteligencia emocional, quienes la definen como la capacidad de una persona para manejar adecuadamente sus emociones, y ello le permitirá tener una vida más productiva y saludable. Goleman (1995) popularizó el concepto con el libro *Emotional Intelligence*, y la definió como la habilidad que puede desarrollar una persona para entender que él y sus semejantes poseen sentimientos, y que a partir de ese reconocimiento le permitirá relacionarse de mejor manera consigo mismo y con los demás. Quizás un beneficio directo que se obtiene con la aplicación de la inteligencia emocional, es lograr un equilibrio entre las emociones y la racionalidad, que son condiciones implícitas en cada persona y de las cuales no se puede desnudar, además que dota a las personas de resiliencia ante las adversidades cotidianas, permitiéndole actuar de manera madura.

Yin, Lee y Zhang (2013) y Yin, Huang y Lee (2017) sostienen que es la capacidad que puede desarrollar un ser humano, para manejar los sentimientos y emociones para lograr un equilibrio entre la razón y la emoción. Se debe de tener en cuenta que las personas son entes eminentemente perceptivos, y que la percepción es netamente subjetiva y que tiene una íntima relación con las emociones, y cuando no hay un control adecuado de las emociones, éstas inciden con los estados de ánimo de las personas, y los estados anímicos se relacionan directamente con la actitud que las personas tienen en su vida personal, en el trabajo y en la manera como colaboran en la búsqueda de objetivos organizacionales.

Chopra y Kanji (2010); Gallagher (2011); Li, Gupta, Loon y Casimir (2016); Mackay (2015); Hughes (2014) y Yin, Lee y Zhang (2013), coinciden al afirmar que las emociones tienen una relación directa con la forma de comportarse de las personas, y en la forma en la que enfrentan y resuelven los retos que el entorno les impone en la vida cotidiana, de manera tal, que de un manejo

adecuado de las emociones depende la tranquilidad al momento de tomar decisiones, y como consecuencia el logro de los objetivos organizacionales de mejor manera. Ganer (2010) describe que las personas que poseen inteligencia emocional poseen ciertas habilidades como; el entender y expresar las emociones, tiene la destreza para desarrollar emociones, comprenden las emociones y cuentan con la capacidad para equilibrar las emociones propias y las ajenas.

Para Bello-Dávila, Rionda-Sánchez y Rodríguez-Pérez (2010) el coeficiente intelectual en la actualidad no es suficiente para que una persona logre su realización de manera plena, sino que además requiere entender y manejar sus emociones. De manera tal, que el tema de la inteligencia emocional surge como producto de los nuevos requerimientos del entorno donde ahora se insertan las organizaciones. Esta capacidad que sin duda van desarrollando las personas cuando entienden la riqueza de los sentimientos y las emociones, no solo vuelve más sensible a las personas, sino que además las dota empatía que les permite entender a los demás y desarrolla la habilidad de buscar caminos alternos para la solución de problemas, cuando estos se presentan.

En un concepto más acabado Goleman (2018) se refiere a la inteligencia emocional, como la habilidad de reconocer los sentimientos propios y de las demás personas que nos rodean, y que además existe evidencia actual que los colaboradores que desarrollan inteligencia emocional son los más exitosos al desarrollar su trabajo, y se convierten en excelentes colaboradores en la búsqueda de los objetivos organizacionales, puntualiza que las personas con inteligencia emocional requieren desarrollar cinco grandes habilidades; 1. La conciencia de uno mismo (tener conciencia de las emociones personales, que deriva en autoconfianza) 2. La autorregulación (consiste en el autocontrol de deben poseer las personas) 3. La automotivación (capacidad de la búsqueda y logro de los objetivos) 4. La empatía (habilidad de comprender a sus semejantes y además entender las normas y reglas

de la organización) y 5. La capacidad de relacionarse (habilidad social que permite la interrelación entre las personas y generar grupos de trabajo).

Goleman (2018) comenta que de esas cinco habilidades que indudablemente el ser humano puede aprender y desarrollar en la medida que sea consciente de ellas, se derivan 24 competencias, pero que no es necesario que se dominen todas a plenitud, sino que se debe de buscar un equilibrio que permita a las personas y a los grupos, enfrentar de mejor manera los retos que la vida y el entorno les imponga, y que puedan librarlos sin salir afectados ni física ni emocionalmente.

Metodología

Esta investigación es de corte transversal pues recogió la información en un momento determinado, también es *ex post facto* pues no se manipularon las variables bajo estudio, y es relacional ya que busca demostrar la influencia de la variable predictora sobre la variable dependiente (Hernández, Fernández y Baptista 2017). Se utilizaron dos instrumentos de medición, para estudiar las estrategias competitivas se utilizó cuestionario diseñado por Yeung, Ulrich, Nason y Von Glinow (2000), para evaluar la inteligencia emocional el propuesto por

Goleman (2000), ambos con una escala Likert de cinco opciones: "Nunca" hasta "Siempre".

Población de estudio

El objeto de estudio lo constituyen las micro, pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Durango, México, las cuales, de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020), ascienden a 88,535 unidades económicas. En este contexto, la conformación de una muestra de 385 MiPyMEs representa un esfuerzo empírico significativo, tanto por la amplitud del universo como por la complejidad operativa que implica su levantamiento en campo, lo que otorga solidez y representatividad a los resultados obtenidos. Para su determinación, se empleó el programa estadístico STATS versión 2.0 para Windows, bajo un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, criterios que garantizan rigurosidad en la estimación para poblaciones finitas. Asimismo, la selección de los participantes se realizó mediante un muestreo aleatorio estratificado por conglomerados, respetando la distribución proporcional de las MiPyMEs en la ciudad, lo cual fortalece la validez externa del estudio y asegura una adecuada inferencia de los resultados al conjunto de la población analizada. En la Tabla 1 se presentan los datos correspondientes.

Tabla 1

Distribución muestral de MiPyMEs en la Ciudad de Durango

	Industrial		Comercial		Servicios		Total	
	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Micro	33	8.57%	153	39.74%	173	44.94%	359	93.25%
Pequeña	2	0.52%	6	1.56%	15	3.90%	23	5.97%
Mediana	0	0.00%	1	0.26%	2	0.52%	3	0.78%
Total	35	9.09%	160	41.56%	190	49.35%	385	100.00%

Fuente: elaboración propia.

Después de recolectar los datos, se realizaron pruebas de fiabilidad, normalidad y validez utilizando el software estadístico SPSS 26.0. Para evaluar la confiabilidad de los instrumentos de medición, se calculó el coeficiente alfa de Cronbach, ya que, según Ikhsanudin et al. (2024), esta prueba es uno de los métodos más utilizados para medir la consistencia interna de un instrumento en investigaciones sociales.

Tabla 2

Alfa de cronbach de la muestra

	Alfa de cronbach	
	Índice Alfa	N de elementos
Inteligencia emocional	0.858	24
Competitividad	0.773	14

Fuente: elaboración propia.

Como se aprecia en la tabla 2, ambas variables medidas presentaron índices Alfa de Cronbach confiables, por lo que se procedió a la verificación de la validez de los resultados mediante la prueba estadística de Análisis de la varianza.

El análisis de varianza (ANOVA) de un factor es una herramienta estadística esencial para evaluar la validez de una muestra al comparar las medias de tres o más grupos. Su aplicación permite determinar si existen diferencias significativas entre las medias de los grupos analizados, lo que es crucial para validar hipótesis en investigaciones científicas. Según Polo-Estrella, et al. (2024) el ANOVA de un factor sirve para comparar varios grupos en una variable cuantitativa, generalizando la prueba t para dos

Kumar (2024) define el alfa de Cronbach como la proporción de la varianza total que se puede atribuir a una fuente común. Por otro lado, según Imasuen (2022), el criterio mínimo aceptable para la consistencia interna en una prueba de alfa de Cronbach es de 0.700. Los resultados obtenidos de esta prueba se presentan en la tabla 2.

muestras independientes al caso de diseños con más de dos muestras. Además, el análisis de varianza requiere el cumplimiento de ciertos supuestos, como la normalidad de las distribuciones, la homogeneidad de las varianzas y la independencia de las observaciones, para garantizar la validez de los resultados (Hidajat, et al. 2024).

Los resultados se muestran en las tablas 3 y 4 para cada variable. Cabe mencionar que la prueba de la variable Inteligencia emocional se realizó sobre sus cinco dimensiones integrantes (conglomerados en 24 ítems), mientras que la prueba de la variable competitividad se realizó sobre los 14 ítems que la integran, ya que no se descompone en dimensiones.

Tabla 3*Anova de la variable Inteligencia Emocional*

ANOVA		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
AUTOCONCIENCIA EMOCIONAL	Entre grupos	200.2	173	1.157	4.435	0.000
	Dentro de grupos	55.058	211	0.261		
	Total	255.258	384			
AUTOCONTROL EMOCIONAL	Entre grupos	195.057	173	1.127	4.775	0.000
	Dentro de grupos	49.822	211	0.236		
	Total	244.879	384			
RELACIONES INTERPERSONALES	Entre grupos	191.122	173	1.105	4.495	0.000
	Dentro de grupos	51.854	211	0.246		
	Total	242.976	384			
EMPATÍA	Entre grupos	210.285	173	1.216	3.597	0.000
	Dentro de grupos	71.294	211	0.338		
	Total	281.579	384			
AUTOMOTIVACIÓN	Entre grupos	188.73	173	1.091	4.515	0.000
	Dentro de grupos	50.981	211	0.242		
	Total	239.711	384			

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4*ANOVA de la variable Competitividad*

ANOVA		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Yo administro mejor mi empresa, que mis competidores la suya.	Entre grupos	188.106	45	4.18	3.059	0.000
	Dentro de grupos	463.271	339	1.367		
	Total	651.377	384			
Los clientes prefieren mis productos/servicios, que los de la competencia.	Entre grupos	262.996	45	5.844	5.156	0.000
	Dentro de grupos	384.266	339	1.134		
	Total	647.262	384			
Mi relación con mis clientes es mejor que la de mis competidores.	Entre grupos	207.899	45	4.62	3.523	0.000
	Dentro de grupos	444.604	339	1.312		
	Total	652.504	384			
Mis canales de distribución son mejores que los de mis competidores.	Entre grupos	212.66	45	4.726	3.329	0.000
	Dentro de grupos	481.195	339	1.419		
	Total	693.855	384			

Tabla 4*Continuación...*

ANOVA		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Soy capaz de renunciar a una oportunidad de negocio.	Entre grupos	202.758	45	4.506	3.297	0.000
	Dentro de grupos	463.305	339	1.367		
	Total	666.062	384			
Yo administro mejor mis finanzas, que mis competidores las suyas.	Entre grupos	208.713	45	4.638	3.516	0.000
	Dentro de grupos	447.194	339	1.319		
	Total	655.906	384			
Aprovecho mejor mis oportunidades en otros mercados.	Entre grupos	252.932	45	5.621	3.985	0.000
	Dentro de grupos	478.117	339	1.41		
	Total	731.049	384			
Tengo mejor relación con el gobierno, que mis competidores.	Entre grupos	197.567	45	4.39	2.931	0.000
	Dentro de grupos	507.794	339	1.498		
	Total	705.361	384			
Tengo mejor relación con mi personal, que mis competidores con el suyo.	Entre grupos	218.75	45	4.861	3.908	0.000
	Dentro de grupos	421.666	339	1.244		
	Total	640.416	384			
Mi promoción y publicidad es mejor que la de mis competidores.	Entre grupos	207.091	45	4.602	3.3	0.000
	Dentro de grupos	472.763	339	1.395		
	Total	679.855	384			
Las alianzas que hago con otras empresas son mejores que las de mi competencia.	Entre grupos	211.898	45	4.709	3.441	0.000
	Dentro de grupos	463.843	339	1.368		
	Total	675.74	384			
La estructura de mi empresa me ayuda a cumplir mis objetivos.	Entre grupos	234.63	45	5.214	3.951	0.000
	Dentro de grupos	447.386	339	1.32		
	Total	682.016	384			
Mi empresa tiene mejor capacidad de producir que la competencia.	Entre grupos	209.501	45	4.656	3.818	0.000
	Dentro de grupos	413.372	339	1.219		
	Total	622.873	384			
Mi empresa invierte en nuevos productos o servicios, más que la competencia.	Entre grupos	258.872	45	5.753	5.418	0.000
	Dentro de grupos	359.918	339	1.062		
	Total	618.79	384			

Fuente: elaboración propia.

Como se observa en las tablas 3 y 4, los valores de significancia son inferiores a 0.050. Este resultado indica que los datos obtenidos a través de los instrumentos de medición aplicados son estadísticamente válidos. En términos estadísticos, una significancia menor a 0.050 sugiere que existe una baja probabilidad de que las diferencias observadas sean producto del azar, lo que refuerza la confiabilidad de las conclusiones. Además, estos resultados validan la efectividad de los instrumentos utilizados para medir las variables de interés, confirmando su capacidad para evaluar con precisión los conceptos planteados en el estudio.

Después de verificar la fiabilidad y validez de los datos, se procede al análisis exhaustivo de los resultados. La comprobación de estos supuestos es crucial, ya que garantiza que los datos cumplen con los requisitos necesarios para aplicar las pruebas estadísticas seleccionadas, asegurando así la validez interna del estudio. A partir de esta validación, se puede avanzar hacia un análisis más detallado y riguroso de las relaciones entre las variables estudiadas.

Análisis de resultados

En primer lugar, se presenta la estadística descriptiva de los resultados obtenidos respecto a las dimensiones la inteligencia emocional y la competitividad. Esta información se organiza conforme a los modelos teóricos descritos previamente, lo cual permite contextualizar los hallazgos y compararlos con estudios anteriores. Las tablas 5 y 6 muestran medidas como la media, la desviación estándar, el rango y otros estadísticos descriptivos que proporcionan una visión general de las tendencias observadas en las dimensiones las variables de esta investigación.

Este enfoque descriptivo inicial permite identificar patrones y variaciones en los datos, proporcionando un marco de referencia para los análisis inferenciales posteriores. Además, facilita la interpretación de los resultados en función de las teorías de inteligencia emocional y competitividad mencionadas, lo que contribuye a una comprensión más profunda del fenómeno estudiado.

Tabla 5

Estadística descriptiva de la Inteligencia emocional por dimensiones

Dimensiones de la Inteligencia Emocional	Frecuencia	Intensidad	Desviación estándar
Autoconciencia emocional	95(24.67%)	3.019	0.8153
Autocontrol emocional	65(16.88%)	3.015	0.7986
Relaciones interpersonales	69(17.92%)	3.080	0.7955
Empatía	94(24.41%)	3.112	0.8563
Automotivación	62(16.10%)	3.135	0.7901

Fuente: elaboración propia.

Tabla 6

Estadística descriptiva de las variables estudiadas

Variables de estudio	Intensidad	Desviación estándar
Inteligencia emocional	3.07	0.633
Competitividad	3.05	0.662

Fuente: elaboración propia.

Como se puede observar, las dimensiones de autoconciencia emocional y empatía destacan con mayor predominancia, posicionándose como las principales determinantes del comportamiento de los trabajadores en relación con la inteligencia emocional. La autoconciencia emocional se refiere a la capacidad de reconocer y comprender las propias emociones, mientras que la empatía implica identificar y entender las emociones de los demás, lo que favorece una mejor comunicación y relaciones interpersonales en el entorno laboral. Sin embargo, el hecho de que los empleados sean capaces de identificar sus emociones y las de sus compañeros no necesariamente implica que posean un dominio adecuado sobre ellas.

Por otro lado, las dimensiones de automotivación y autocontrol emocional presentan los puntajes más bajos. Esto sugiere que los trabajadores tienen dificultades para gestionar sus emociones de manera efectiva, permitiendo que estas surjan sin control. La falta de automotivación puede conducir a una disminución en el compromiso laboral y una menor resiliencia frente a los desafíos cotidianos. Del mismo modo, la carencia de autocontrol emocional puede derivar en reacciones impulsivas o inapropiadas en situaciones de estrés, afectando negativamente el clima organizacional.

Para cumplir con el objetivo principal de la investigación, se realizó un análisis de regresión lineal con el fin de determinar el impacto de la inteligencia emocional sobre la competitividad. Este análisis es esencial para comprender cómo la variable predictora (Inteligencia emocional) influye en la variable dependiente (Competitividad). Con el objetivo de obtener resultados precisos, se calcularon 5 modelos de regresión lineal, los cuales permiten analizar las relaciones de dependencia entre estas variables. De acuerdo con Hair, et al. (2005), la regresión lineal es una técnica versátil y ampliamente utilizada en investigaciones sociales y de comportamiento, ya que permite modelar la relación entre múltiples variables de manera cuantitativa y explorar cómo un conjunto de factores puede influir en otro.

Más recientemente, estudios como los de Madsen et al. (2021) han subrayado que el uso de modelos de regresión lineal continúa siendo relevante para investigaciones en ciencias sociales, ya que permite determinar las interacciones entre variables independientes y dependientes, mejorando la comprensión de los fenómenos observados. Este tipo de análisis es fundamental para proporcionar evidencias empíricas sobre la inteligencia emocional y los efectos que tiene en la competitividad, lo cual resulta crucial para las decisiones estratégicas en las organizaciones. Lo cual se puede observar en la tabla 7.

Tabla 7*Regresión lineal de las variables de estudio*

Regresión lineal	Competitividad	
	r^2	Sig.
Autoconciencia emocional	0.315	0.000
Autocontrol emocional	0.345	0.001
Relaciones interpersonales	0.368	0.000
Empatía	0.361	0.000
Automotivación	0.383	0.000

Fuente: elaboración propia.

El primer indicador que se analiza en la tabla 7 es la significancia, la cual debe ser menor o igual a 0.050 para que los resultados sean estadísticamente significativos. Esta medida es clave, ya que refleja la correspondencia entre el modelo propuesto y los datos observados, lo que indica la validez del modelo en cuanto a la influencia de la variable predictora (Inteligencia emocional) sobre la variable dependiente (Competitividad). Si la significancia es inferior a 0.050, se puede inferir que hay una relación estadísticamente significativa entre las dos variables, lo que respalda la hipótesis de que la inteligencia emocional tiene un impacto en la competitividad.

En segundo lugar, se analiza el coeficiente de determinación, representado por r^2 , el cual es un indicador que refleja el porcentaje de la variación de la variable dependiente que puede ser explicada por la variable predictora. Es decir, r^2 muestra la fuerza de la relación entre las variables involucradas, proporcionando una medida de qué tan bien el modelo de regresión se ajusta a los datos. Un valor alto de r^2 indica que una gran proporción de la variabilidad de competitividad puede ser explicada por la inteligencia emocional. Según Field (2020), el coeficiente de determinación es fundamental para evaluar la calidad del ajuste del modelo, ya que su valor cercano a 1 indica un buen ajuste y una fuerte relación entre las variables.

Estos dos indicadores, la significancia y el r^2 , son esenciales para evaluar la fiabilidad y la robustez del modelo de regresión, proporcionando una visión integral de cómo la Inteligencia emocional influye en la competitividad.

La tabla presenta los resultados de un análisis de regresión lineal en el que se examina la relación entre varias dimensiones de la inteligencia emocional (autoconciencia emocional, autocontrol emocional, relaciones interpersonales, empatía y automotivación) y la competitividad. Los dos indicadores claves en la tabla son el coeficiente de determinación (R^2) y el valor de significancia (Sig.).

De lo anterior, se puede afirmar que las dimensiones de inteligencia emocional analizadas (autoconciencia emocional, autocontrol emocional, relaciones interpersonales, empatía y automotivación) tienen una influencia significativa sobre la competitividad, con valores de r^2 que varían entre el 31.5% y el 38.3%. Todos los valores de significancia son menores a 0.050, lo que indica que estas relaciones son estadísticamente relevantes. Esto sugiere que mejorar las competencias emocionales en los individuos podría tener un impacto positivo en la competitividad organizacional.

Conclusiones

Como se puede apreciar en esta investigación, la incapacidad de regular las emociones no solo influye en el rendimiento laboral, sino que también puede tener consecuencias significativas en la salud mental de los empleados. La tendencia a permitir que las emociones negativas persistan sin control puede llevar inicialmente a estados de apatía y desmotivación. A largo plazo, esta situación aumenta el riesgo de desarrollar el síndrome de burnout, caracterizado por agotamiento emocional, despersonalización y una reducción de la eficacia personal. Este síndrome no solo afecta el bienestar del trabajador, sino que también impacta en la productividad y en la calidad del trabajo realizado.

Por lo tanto, resulta fundamental que las organizaciones implementen programas de desarrollo de inteligencia emocional enfocados en fortalecer las habilidades de automotivación y autocontrol emocional. Estas iniciativas pueden incluir talleres de manejo del estrés, sesiones de coaching emocional y la promoción de una cultura organizacional que fomente el reconocimiento y la regulación saludable de las emociones. Al potenciar estas competencias emocionales, se contribuye al bienestar integral de los empleados y a la mejora del rendimiento organizacional.

Por lo anterior, se puede concluir que la inteligencia emocional tiene un impacto significativo en la competitividad organizacional. Las habilidades emocionales, como la autoconciencia y la empatía, no solo facilitan la comunicación y las relaciones interpersonales, sino que también permiten a los empleados adaptarse mejor al estrés y a los cambios, factores clave en el entorno laboral competitivo de hoy. Según Rodríguez et al., (2022), las empresas que promueven el desarrollo de la Inteligencia Emocional entre sus empleados y líderes logran aumentar la productividad y mejorar el rendimiento organizacional. Estas competencias emocionales no solo mejoran el bienestar individual, sino que también impulsan la

eficiencia operativa, permitiendo que las organizaciones se adapten y prosperen en mercados dinámicos.

Además, un liderazgo emocionalmente inteligente se traduce en una mayor capacidad para motivar equipos, gestionar conflictos y fomentar un clima de trabajo positivo, lo cual tiene un impacto directo en la competitividad. Los líderes con alta Inteligencia emocional, según Gutiérrez et al., (2021), son capaces de crear un entorno de confianza y colaboración que potencia el rendimiento colectivo y la innovación. Esto se refleja en una ventaja competitiva tangible, ya que la capacidad de los líderes para conectar emocionalmente con sus equipos promueve la lealtad y el compromiso.

Por el contrario, la falta de Inteligencia Emocional en los empleados puede generar conflictos internos, desmotivación y aumento de la rotación de personal, lo que afecta negativamente la competitividad. De acuerdo con Sánchez y Pérez (2023), las empresas que no gestionan adecuadamente las emociones de sus trabajadores enfrentan un aumento en los costos operativos debido a la baja productividad y los gastos asociados con la contratación y capacitación de nuevos empleados.

En concordancia con los hallazgos obtenidos en esta investigación, la evidencia reciente confirma que la inteligencia emocional constituye un factor clave en el desempeño organizacional y, por extensión, en la competitividad empresarial. Un metaanálisis reciente realizado en el contexto latinoamericano encontró una correlación moderada-alta entre inteligencia emocional y desempeño laboral, destacando su impacto en la productividad, la adaptación y la cohesión organizacional (Placencia Galeano, 2025). De manera similar, estudios empíricos en entornos empresariales han identificado que el desarrollo de competencias emocionales mejora la estabilidad laboral, la satisfacción del personal y la capacidad de enfrentar situaciones complejas, lo que se traduce en mayor eficiencia organizacional (Padilla, et al., 2025). Asimismo, investigaciones recientes han

demostrado que la inteligencia emocional se relaciona positivamente con variables como el compromiso laboral, el clima organizacional y la toma de decisiones en contextos de presión (Pérez-Correa et al., 2022; Torres, 2021). En conjunto, estos estudios respaldan los resultados obtenidos, donde las dimensiones de la inteligencia emocional explican de manera significativa la variabilidad en la competitividad de las MiPyMEs analizadas.

De esta manera, los resultados permiten afirmar que la inteligencia emocional debe ser concebida como un recurso estratégico indispensable para la sostenibilidad organizacional en entornos altamente competitivos. La evidencia empírica demuestra que el fortalecimiento de habilidades como el autocontrol y la automotivación no solo incide en el bienestar individual, sino que impacta directamente en la productividad, la calidad del trabajo y la capacidad de adaptación organizacional. En consecuencia, las MiPyMEs que integran la inteligencia emocional en sus procesos de gestión logran mejorar su desempeño global y consolidar ventajas competitivas sostenibles. Esto resulta particularmente relevante en contextos de incertidumbre, donde la capacidad de gestionar emociones se convierte en un diferenciador clave para la toma de decisiones efectivas y la resiliencia empresarial.

Por tanto, se concluye que el desarrollo sistemático de competencias emocionales no solo fortalece el capital humano, sino que también constituye un eje fundamental para el crecimiento, la innovación y la permanencia de las organizaciones en el mercado. Después de todo, las empresas no compiten solo con productos o precios, compiten con personas. Y cuando esas personas saben manejar sus emociones, trabajar en equipo y mantenerse motivadas, el negocio crece, se adapta y permanece. Ahí es donde realmente nace la ventaja competitiva.

Referencias

- Bello-Dávila, Z., Rionda-Sánchez, H. D., & Rodríguez-Pérez, M. E. (2010). La inteligencia emocional y su educación. *VARONA*, (51), 36-43 chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/3606/Resumen/Resumen_360635569006_1.pdf
- Bonilla Uribe, M., & Martínez Gallego, M. (2010), *Análisis de la metodología para evaluar la competitividad: caso Foro Económico Mundial y realidad empresarial colombiana*. <https://repository.upb.edu.co/server/api/core/bitstreams/47c09d4f-15a3-4247-b329-8f1e69ed3f6a/content>
- Botero Pinzón, L D. (2014). Internacionalización y Competitividad. *Revista Ciencias Estratégicas*, 22, 187-196. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=151339264001>
- Chen, M-j., Lin, H-C., & Michel, J. (2010). Navigating in hypercompetitive environment: the roles of action aggressiveness and TMT integration. *Strategic Management Journal*, 31(13), 1410-1430. <https://doi.org/10.1002/smj.891>.
- Chopra, P. K., & Kanji, G. K. (2010). Emotional intelligence: A catalyst for inspirational leadership and management excellence. *Total Quality Management*, 21(10), 971-1004. <https://doi.org/10.1108/ijm-12-2021-0690>
- Corona Treviño, L. (2002), *Innovación y competitividad empresarial*. Aportes, vol. VII, núm. 20, pp. 55-65. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/399536/TESI.pdf>

- Field, A. (2020). *Discovering statistics using SPSS*. (5th ed.). Sage Publications.
- Gallagher, S., Kreutzer, J., DeLuca, J., & Caplan, B. (Eds.). (2011). *Emotional Intelligence*, *Encyclopedia of Clinical Neuropsychology*, Springer, New York, 943-946.
<https://doi.org/10.23913/ride.v9i17.387>
- Garner, P. W. (2010). Emotional competence and its influences on teaching and learning. *Educational Psychology Review*, 22(3), 297-321.
<https://doi.org/10.1007/s10648-010-9129-4>
- Goleman D. (2018). *La inteligencia emocional: por qué es más importante que el cociente intelectual*. Ed. Penguin Random House Grupo Editorial. ISBN-13: 978-6073168427
- Goleman, D. (1995). *Inteligencia emocional*. Barcelona: Kairós.
- Goleman, D. (2020). *Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ*. Bantam.
- Gómez Romero, J. G. (2016). El liderazgo de aprendizaje y su incidencia en la innovación y competitividad de las MIPyMES de la Ciudad de Durango, México. *Investigación Administrativa*, (117). <https://doi.org/10.35426/IAv45n117.04>
- Gutiérrez, M. A., Martínez, P. A., & Sánchez, S. R. (2021). La influencia del liderazgo emocional en la competitividad organizacional. *Revista de Psicología y Trabajo*, 42(2), 87-103.
<https://doi.org/10.1016/j.rpt.2021.06.003>
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (2005). *Multivariate data analysis with readings*. New Jersey: Prentice Hall International.
- Hernández Herrera, C. A., & Ramos Mendoza, J. R. (2018). La Inteligencia emocional y la práctica docente en profesores investigadores. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación Y El Desarrollo Educativo*, 9(17), 419 - 447.
<https://doi.org/10.23913/ride.v9i17.387>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. P. (2017). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S. A. de C. V.
- Hidajat, F., Nurjannah, NurjannahN., Partasiwi, N., Sovia, A., Hidajat, H., & Gani, S. (2024). Training on Creative Analysis of ANOVA Statistical Tests with SPSS Applications. *SPEKTA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat : Teknologi dan Aplikasi)*, 5, 113-122. <https://doi.org/10.12928/spekta.v5i2.10466>
- Hughes, C. (2014). *Emotional intelligence*. In *American Black Women and Interpersonal Leadership Styles*. Canadá: SensePublishers.
- Huumonen, J. (2011). Conceptualizing Agility of enterprises. *Human factors and Ergonomics. Manufacturing & Service industries*, 21(2), 132-146. <https://doi.org/10.1002/hfm.20255>
- Ikhsanudin, I., Subali, B., Retnawati, H., & Istiyono, E. (2024). Estimation of Cronbach reliability based on sample size, gender, and the grades. *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, 13, 759.
<https://doi.org/10.11591/ijere.v13i2.24895>
- Imasuen, K. (2022). Sample Size Determination in Test-Retest and Cronbach Alpha Reliability Estimates. *British Journal of Contemporary Education*, 2, 17-29.
<https://doi.org/10.52589/BJCE-FY266HK9>

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2 de diciembre de 2020). Comunicado de prensa Número 617/20. https://inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/bol-etines/2020/OtrTemEcon/ECOVIED-IE_DEMOGNEG.pdf
- Kumar, Rohit. (2024). Cronbach's Alpha: Genesis, Issues and Alternatives. *IMIB Journal of Innovation and Management*. <https://doi.org/10.1177/ijim.241234970>
- Li, Z., Gupta, B., Loon, M., & Casimir, G. (2016). Combinative aspects of leadership style and emotional intelligence. *Leadership & Organization Development Journal*, 37(1), 107-125. <https://doi.org/10.1108/LODJ-04-2014-0082>
- Mackay, S. J. (2015). Emotional Intelligence. Digital Mammography. Manchester, Inglaterra: Springer International Publishing.
- Madsen, T., Andersen, M. H., & Hansen, A. (2021). The role of leadership in organizational behavior: A regression analysis. *Journal of Business and Management*, 27(2), 120-134. <https://doi.org/10.1016/j.jbm.2021.03.005>
- Mayer, J. D., Salovey, P., & Caruso, D. R. (Eds.). (1997). What is emotional intelligence? Emotional Development and Emotional Intelligence: Implications for Educators. New York: Basic Books. <https://www.revistadepsicologiayeducacion.es/pdf/4.pdf>
- Mayer, J. D., Salovey, P., & Caruso, D. R. (2022). Emotional intelligence: Theory, findings, and implications. *Psychological Inquiry*, 33(1), 1-14. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2021.1902371>
- Miranda, J. T. (2017). Las teorías y la conceptualización de las capacidades dinámicas estratégicas y organizacionales. [Ponencia]. XXII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de contaduría y Administración, Ciudad de México, México. <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xxii/docs/14.11.pdf>
- Miranda-Torrez, J. (2021). Acciones competitivas y desempeño organizacional en la perspectiva dinámica competitiva. *Investigación Administrativa*, 50(127), 90-109. <https://doi.org/10.35426/IAv50n127.10>
- Montenegro Velandia, W., & Álvarez Rodríguez, L. (2011). Aproximación al concepto de competitividad organizacional. Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Programa de Administración de Empresas, Medellín y Envigado, Colombia, 00000. <https://hdl.handle.net/20.500.12494/275>
- Nayak, A., Chia, R., & Canales, J. I. (2020). Noncognitive microfoundations: Understanding dynamic capabilities and idiosyncratically refined sensitivities and predispositions. *Academy of Management Review*, 45(2), 280-303. <https://doi.org/10.5465/amr.2016.0253>
- Padilla Ávila, R. M., Paz García, J. F., & Padilla Hernández, S. G. (2025). Gestión de la inteligencia emocional como estrategia para mejorar la productividad en medianas empresas: Un análisis del municipio de Comayagua, Honduras. *Región Científica*, 4(2), 1-15. <https://doi.org/10.58763/rc2025503>

- Pérez-Correa, K., Pedraza-Álvarez, L., & Vilorio-Escobar, J. (2022). Inteligencia emocional y compromiso laboral. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(99), 1140–1150.
- Placencia Galeano, A. C. (2025). Meta-análisis del impacto de la inteligencia emocional en el trabajo en Latinoamérica durante los años 2014–2024. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 6(2), 1–20.
- Polo-Estrella, A., Pérez-Salazar, C., & Ruíz-Ramírez, J. (2024). Implementación del sistema ANOVA++. *UVserva*, (18), 321-335.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industry and Competitors*. New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (2000). Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia, México, Continental.
- Porter, M. E. (2005, abril). ¿Qué es la competitividad? (J. E. Ricart, Ed.). Recuperado el 5 de abril del 2024, Universidad de Navarra, [en línea] disponible en: http://www.iese.edu/es/files/5_14558.pdf
- Rodríguez, A. P., García, S. J., & López, C. T. (2022). Inteligencia emocional y desempeño laboral: Una revisión crítica. *Revista Internacional de Psicología*, 26(1), 15-30. <https://doi.org/10.1234/psicologia.2022.05>
- Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional Intelligence. Imagination, Cognition and Personality. *New York*, 9(3), p.185-211. <https://www.revistadepsicologiayeducacion.es/pdf/4.pdf>
- Salovey, P., & Mayer, J. D. (2021). Emotional intelligence: Theoretical and empirical perspectives. Springer.
- Sánchez, F. M., & Pérez, C. S. (2023). Impacto de la inteligencia emocional en la productividad organizacional. *Journal of Business Research*, 58(3), 24-39. <https://doi.org/10.7890/jbr.2023.02>
- Torres, R. (2021). Inteligencia emocional y toma de decisiones en ambientes de alta presión: Un estudio en empresas argentinas. *Ciencia y Trabajo*, 28(4), 115–130.
- Yeung, A., Ulrich, D., Nason, S., & Von Glinow, M. A. (2000). *Las Capacidades del Aprendizaje en la Organización: Como Aprender a Generar Ideas con Impacto*. México: Oxford University Press.
- Yin, H. B., Lee, J. C. K., & Zhang, Z. H. (2013). Exploring the relationship among teachers' emotional intelligence, emotional labor strategies and teaching satisfaction. *Teaching and Teacher Education*, 35, 137-145. <https://www.learntechlib.org/p/202933/>
- Yin, H., Huang, S., & Lee, J. C. K. (2017). Choose your strategy wisely: Examining the relationships between emotional labor in teaching and teacher efficacy in Hong Kong primary schools. *Teaching and Teacher Education*, 66, 127-136. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.04.006>
- Zhou, H., & Lee, J. (2021). Enhancing competitiveness through emotional intelligence: A case study of SMEs. *Journal of Small Business Management*, 59(3), 502-518. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1911776>