

ESCUELA DE POSTGRADO SAN FRANCISCO XAVIER SFX



SFX

ESCUELA DE POSTGRADO
ESCUELA DE NEGOCIOS

TESIS

“NIVELES DE INTELIGENCIA EMOCIONAL PERCIBIDA Y SATISFACCIÓN VITAL EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE PLANTAS ORNAMENTALES NATURALES Y SINTÉTICAS, EN LA CIUDAD DE TACNA 2022”

AUTOR:

Presentada por el Bachiller:

Sabino Jose Vizcarra Cruz

Para optar el Grado Académico de:

Maestro en Administración de Empresas Innovadoras y Emprendedoras MBA

**AREQUIPA – PERÚ
2023**



DEDICATORIA

A mi hijo Josué, a mi esposa Ebelia.
a mi madre y sus consejos,
a mi padre y su compañía desde el cielo,
a mis suegros por su apoyo incondicional
y sobre todo a Dios por todas sus bendiciones.

INDICE

DEDICATORIA

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN.....Pág. 08

ANÁLISIS DE LAS VARIABLES.....Pág. 09

INTERROGANTES DEL PROBLEMA.....Pág. 10

Interrogante general.....Pág. 10

Interrogantes específicas.....Pág. 10

ANTECEDENTES INVESTIGATIVOSPág. 11

JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....Pág. 12

HIPÓTESIS.....Pág.16

Hipótesis general.....Pág.16

Hipótesis nula.....Pág. 16

OBJETIVOS.....Pág. 17

Objetivo general.....Pág. 17

Objetivos específicos..... Pág. 17

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

Variable Independiente: Inteligencia Emocional

La Inteligencia Pág. 18

Las Emociones..... Pág. 18

La inteligencia Emocional..... Pág. 20

Principios de la inteligencia emocional..... Pág. 24

Modelos teóricos de la inteligencia emocional..... Pág. 24

Modelo de Salovey y Mayer..... Pág. 24

El Modelo de Goleman.....	Pág. 26
El modelo de Bar-On.....	Pág. 27
Variable Independiente: Satisfacción vital	
Satisfacción con la vida	Pág. 31
Definición.....	Pág. 31
Las necesidades, y el comportamiento del consumidor.	Pág. 33
El proceso de motivación en el consumo	Pág. 34
CAPÍTULO II	
METODOLOGÍA	
MÉTODO GENERAL.....	Pág. 37
Método Científico	Pág. 37
Métodos Específicos	Pág. 37
Diseño de investigación.....	Pág. 37
Tipo de investigación.....	Pág. 37
Nivel de investigación	Pág. 37
Técnicas e instrumentos de verificación.....	Pág. 38
Campo de verificación.....	Pág. 41
Organización.....	Pág. 41
CAPÍTULO III	
RESULTADOS	
PLANTAS REALES	
Evaluación de las propias emociones (percepción intrapersonal)	Pág. 43
Control emocional (regulación)	Pág. 47
Uso de las emociones (asimilación)	Pág. 51
Evaluación de las emociones de los demás (percepción interpersonal)	Pág. 55
Escala de satisfacción con la vida	Pág. 67
Resultados obtenidos	Pág. 64

PLANTAS DE PLÁSTICO

Evaluación de las propias emociones (percepción intrapersonal)	Pág. 65
Control emocional (regulación)	Pág. 69
Uso de las emociones (asimilación)	Pág. 73
Evaluación de las emociones de los demás (percepción interpersonal)	Pág. 77
Escala de satisfacción con la vida	Pág. 81
Resultados obtenidos	Pág. 86

Resultados de confiabilidad de los instrumentos de investigación	Pág. 87
Resultados de brechas de cada variable de los instrumentos de investigación	Pág. 88
Escala de satisfacción con la vida	Pág. 89

CONCLUSIONES	Pág. 90
--------------------	---------

RECOMENDACIONES	Pág. 91
-----------------------	---------

BIBLIOGRAFÍA	Pág. 92
--------------------	---------

RESUMEN

El presente trabajo de tesis es el resultado de un proceso de investigación, que se realizó con la finalidad de determinar si existen diferencias en la Inteligencia emocional percibida y niveles de satisfacción vital, en el comportamiento del consumidor de plantas ornamentales naturales y sintéticas, en la ciudad de Tacna. Lo que se pudo demostrar fue que los clientes de plantas ornamentales naturales tienen mayores niveles positivos en el manejo de su Inteligencia Emocional que, los que compran plantas artificiales.

Los especialistas en marketing, deberían tomar cuenta el aspecto de Inteligencia Emocional de los consumidores para elaborar planes estratégicos con un alto contenido afectivo y que de alguna manera se relacionan al objeto de estudio de esta tesis.

La metodología aplicada fue de carácter dialéctico científica, específicamente el trabajo es descriptivo, inductivo – deductivo. El diseño de este estudio fue no experimental y se centró en aplicaciones prácticas. Los métodos de investigación utilizados no fueron correlacionales. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de encuesta a través de cuestionario. La primera variable fue la percepción de la inteligencia emocional, medida mediante la Escala de Inteligencia Emocional de Wong y Lowe (WLEIS). En cuanto a la segunda variable, la satisfacción con la vida, se utilizó la Escala de Satisfacción con la Vida de 1985. Para evaluar estas dos variables, el diseño del instrumento se basó en parte en el modelo Likert. El estudio se realizó entre septiembre y noviembre de 2022 en Tacna Provincia. En el estudio participaron clientes de la empresa BioPlant, adultos de ambos sexos y compradores de plantas artificiales del mercado. . Local. La muestra estuvo compuesta por 150 clientes de Bio Plant y 150 compradores de otras instituciones de la provincia de Tacna, con un Nivel de confianza: 95% y 5% de margen de error.

Se pudo comprobar la hipótesis, la misma que afirmaba que, los clientes de plantas ornamentales naturales tienen mayores niveles de Inteligencia Emocional Percibida, con una brecha de 0.724 a favor, que los que adquieren plantas artificiales.

Palabras clave. Inteligencia Emocional, consumidor percibida - niveles de satisfacción vital y comportamiento del consumidor.

ABSTRACT

This thesis work is the result of a research process, which was carried out in order to determine if there are differences in perceived emotional intelligence and levels of life satisfaction, in consumer behavior of natural and synthetic ornamental plants, in the Tacna city. What could be demonstrated was that customers of natural ornamental plants have higher positive levels in the management of their Emotional Intelligence than those who buy artificial plants.

Marketing specialists should take into account the Emotional Intelligence aspect of consumers to develop strategic plans with a high affective content and that are somehow related to the object of study of this thesis.

The methodology applied was of a scientific dialectical nature, specifically the work is descriptive, inductive – deductive. The design of this study was non-experimental and focused on practical applications. The research methods used were not correlational. For data collection, the survey technique was used through a questionnaire. The first variable was the perception of emotional intelligence, measured using the Wong and Lowe Emotional Intelligence Scale (WLEIS). Regarding the second variable, satisfaction with life, the 1985 Satisfaction with Life Scale was used. To evaluate these two variables, the design of the instrument was based in part on the Likert model. The study was carried out between September and November 2022 in Tacna Province. Clients of the BioPlant company, adults of both sexes and buyers of artificial plants on the market participated in the study. . Local. The sample was made up of 150 Bio Plant clients and 150 buyers from other institutions in the province of Tacna, with a confidence level: 95% and 5% margin of error.

It was possible to verify the hypothesis, the same one that affirmed that the clients of natural ornamental plants have higher levels of Perceived Emotional Intelligence, with a gap of 0.724 in favor, than those who acquire artificial plants.

Keywords. Emotional Intelligence, perceived consumer - levels of life satisfaction and consumer behavior.

INTRODUCCIÓN

El propósito original de este estudio fue comprender cómo la inteligencia emocional y la satisfacción con la vida influyen en el comportamiento de las personas que compran plantas naturales y artificiales en la ciudad de Tacna.

Además de ser no experimental, el presente estudio es cuantitativo, transversal, exploratorio e interpretativo. En el estudio participarán un total de 150 clientes de la empresa de plantas ornamentales Bio Plant y otros 150 compradores de plantas artificiales ubicados en diferentes mercados de la ciudad de Tacna. Para medir la variable I se utilizó la Escala de Cociente Emocional de Wong y Law (WLEIS), mientras que para la variable II se utilizó la escala de satisfacción con la vida SWLS desarrollada por Diener en 1985. Para analizar los datos recopilados se eligió el programa PSPP debido a su facilidad de uso y ventajas que proporciona.

La formulación de la pregunta de investigación depende del fundamento teórico, incluyendo la definición del problema general así como las cuestiones específicas relacionadas con las variables y sus dimensiones. Además, se formulan hipótesis y se propone un modelo teórico del estudio. También se detallan los objetivos y su justificación.

El Capítulo 1 explica los fundamentos teóricos de la inteligencia emocional, examinando específicamente la Escala de Inteligencia Emocional de Huang y Luk (WLEIS), que evalúa la capacidad de una persona para reconocer y regular las emociones. Además, se realiza un análisis teórico de la Escala de Satisfacción con la Vida (SWLS) de Diener (1985), que mide las percepciones generales de las personas sobre su calidad de vida.

El capítulo 2, por su parte, está dedicado al desarrollo de la metodología de la investigación, especificando el tipo de estudio, los métodos utilizados, el diseño adoptado, el alcance del estudio y las limitaciones del mismo. Además, se detalla la población de estudio, las técnicas de recolección de datos utilizadas, los instrumentos utilizados, la validación y confiabilidad de dichos instrumentos y las técnicas de análisis de datos utilizadas.

Finalmente, el Capítulo 3 presenta y analiza los hallazgos obtenidos mediante tablas y gráficos para ilustrar la información recopilada. Probar hipótesis y formular las correspondientes conclusiones y recomendaciones.

ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

Tabla 01. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES
Inteligencia Emocional Percibida (Wong and Law Emotional Intelligence Scale, WLEIS)	Esta escala mide la capacidad de desarrollar una conciencia reflexiva de nuestros estados emocionales, con especial atención a las habilidades necesarias para identificar nuestras emociones personales y poder gestionarlas de forma eficaz.	Valoración y expresión de las emociones propias.
		Valoración y reconocimiento de las emociones en otros.
		Regulación de las propias emociones, como la capacidad de modular las propias emociones.
		Uso de la emoción para facilitar el desempeño, como la orientación de emociones hacia la realización de acciones productivas.
Escala de Satisfacción con la Vida SWLS. Diener (1985)	Según lo propuesto por Diener et al. (1985) es una evaluación integral de varios aspectos de la vida de un individuo utilizando sus propios conocimientos.	Evaluación emocional de afectos positivos o negativos
		Evaluación de distintos componentes de la vida como el trabajo, familia y/o matrimonio y
		Es la satisfacción con la vida, que corresponde a una evaluación cognitiva global.

Basado parcialmente En: Wong and Law Emotional Intelligence Scale, WLEIS.

INTERROGANTES DEL PROBLEMA

Interrogante general

¿Cuál es la influencia de la Inteligencia Emocional Percibida y los niveles de Satisfacción Vital en los clientes de plantas ornamentales naturales y artificiales en la ciudad de Tacna 2022?

Interrogantes específicas

- a) ¿Como se podría valorar y expresar las emociones de los clientes de plantas ornamentales naturales y artificiales en la ciudad de Tacna?
- b) ¿Como se podría valorar y reconocer las emociones de los clientes de plantas ornamentales naturales y artificiales en la ciudad de Tacna?
- c) ¿Como se podría regular las emociones de los clientes de plantas ornamentales naturales y artificiales en la ciudad de Tacna?
- d) ¿Cómo se podría evaluar las propias emociones y la de los clientes de plantas ornamentales naturales y artificiales en la ciudad de Tacna?
- e) ¿Como se podría establecer un juicio global en el que el sujeto utilice su propio criterio para sopesar los distintos aspectos de su vida, en los clientes de plantas ornamentales naturales y artificiales en la ciudad de Tacna?
- f) ¿Cómo se podría establecer si los clientes de plantas ornamentales naturales tienen una escala de Satisfacción con la Vida, mayor al de los clientes de plantas artificiales, en la ciudad de Tacna?

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Campo, Área y Línea de Acción

- a. Campo : Ciencias sociales
- b. Área : Administración de Empresas.
- c. Línea : Inteligencia Emocional y Comercialización.

JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Su importancia radica en conocer si la inteligencia emocional de los clientes de plantas ornamentales naturales difiere de los compradores de plantas artificiales, así, de poder encontrar diferencias positivas se podría segmentar, según algunas características o indicadores de los potenciales compradores de plantas naturales, de otros que no posean o se alejen de los niveles de satisfacción vital que poseen los compradores de plantas naturales, en la ciudad de Tacna.

Kiefer (2015) señaló que las personas que tienen más confianza en su capacidad para comprender y controlar sus emociones tienden a exhibir respuestas fisiológicas más saludables al estrés y a mostrar comportamientos más proactivos en respuesta al estrés. En términos prácticos, creemos que el cultivo de plantas puede tener un impacto positivo en el manejo del estrés, lo que nos da buenas razones para diseñar diferentes promociones.

Este estudio tuvo como objetivo revelar la relación entre la inteligencia emocional y variables sociales personales como la satisfacción con la vida. Muchos modelos teóricos sugieren que estas variables contribuyen a una mejor adaptación personal. Este estudio desarrolla conocimientos teóricos resumiendo y combinando hallazgos empíricos previos y aplicándolos al comportamiento del consumidor de manera práctica.

Cabe destacar que la herramienta de medición de la inteligencia emocional propuesta por Wong y Law (2002) ha sido ampliamente validada. Por tanto, otra contribución importante de este estudio es probar estas herramientas en un contexto específico.

ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Antecedentes internacionales.

“Inteligencia emocional y rendimiento académico en estudiantes universitarios Psicología desde el Caribe”.

Elaborada en la Universidad del Norte. Colombia. Se dice que:

Es una investigación cuantitativa y de diseño descriptivo, correlacional, el objetivo principal fue determinar la asociación entre la inteligencia emocional y el rendimiento académico. La muestra fue de 263. Como conclusión tenemos que existe correlación entre la IE y nota promedio ($p=0,019$), mayor para estudiantes de Medicina ($p=0,001$), seguido de estudiantes de Psicología ($p=0,066$); finalmente no se determinó ninguna relación en las otras especialidades (Páez y Castaño, 2015, p.8).

“El nivel de Inteligencia Emocional y el rendimiento académico de los estudiantes de medicina. Universidad José do Rosario Vellano, Brasil”.

Podemos describir que:

Este trabajo tuvo como objetivo evaluar el nivel de inteligencia emocional y la correlación con el rendimiento académico de 76 estudiantes, del 2º y 3º período de la carrera de medicina, en una institución privada en el sur de Minas Gerais, Brasil.

El estudio se basó en un corte transversal cuantitativo en el que se utilizaron dos instrumentos de recolección de datos autocompletados: uno para la recolección de datos sociodemográficos y académicos de los estudiantes y el otro, para la evaluación del nivel de inteligencia emocional en base a la escala TAEIS (Prueba Schutte Self Report EI). Los instrumentos de autocompletado se aplicaron en el aula y los datos de rendimiento académico se obtuvieron directamente de los registros escolares de los estudiantes de los períodos ya tomados con cálculo del promedio general, proporcionado por la institución educativa. Los hallazgos apuntaron a la ausencia de correlación entre las variables de inteligencia emocional y la puntuación media obtenida por los estudiantes al final de ambos períodos estudiados, con un valor de general de 0,08,

confirmando la hipótesis nula, independientemente de las condiciones sociodemográficas, tales como sexo, edad y estado civil.

“Burnout y Estrategias de Inteligencia Emocional en Profesores Universitarios: Implicaciones en la Salud Laboral Educativa” (p.31). Ilaja y Reyes (2016).

Que tuvo como objetivo explorar los aspectos relacionados con el burnout en las diferentes actividades realizadas por los docentes; además de corroborar si la salud y el género median la relación del estrés laboral y el burnout; asimismo analizar si los componentes de la inteligencia emocional median la relación entre desempeño laboral y realización personal. El estudio se realizó con 60 profesores de tiempo completo de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, se aplicó la escala de Estrés Laboral (OMS y la OIT de Ivancevich y Matteson, 1985), del mismo modo El Test de Salud Total; así también el instrumento de Maslach Burnout y por último La Escala de Rasgo de Meta conocimientos de estados en la versión traducida al castellano TMMS-24, un cuestionario para evaluar función y desempeño óptimo, el cuestionario de evaluación docente. Alcanzándose a los hallazgos de que existe una correlación positiva entre el estrés laboral y la salud, no existe relación significativa entre la escala de salud total y salud; además de que la tarea de investigación se relaciona en mayor medida al agotamiento emocional con una relación positiva con la dimensión de despersonalización y negativa con realización laboral; del mismo modo que el género se relaciona de un modo significativo con burnout. En conclusión, se evidenció que las actividades de investigación, así como de vinculación se relacionan de un modo significativo al burnout, por lo tanto, la labor del docente es percibida como óptima; del mismo modo la salud se evidencia como variable mediadora del estrés laboral y burnout; y el género de los docentes únicamente se relacionan con los índices de burnout; del mismo modo la regulación emocional es mediador entre el desempeño y la satisfacción laboral.

Antecedentes nacionales.

Para Mikkelsen (2009), en su investigación realizada con el título “Satisfacción con la vida y Estrategias de afrontamiento en un grupo de adolescentes universitarios de Lima” Para Mikkelsen (2009),

A estudiantes entre las edades de 16 y 22 años de edad entre NSE medio y alto. Se reporta que más del 60 % de la muestra se ubica entre el nivel satisfecho y muy satisfecho y sólo un 19.9 % se ubican en la categoría de insatisfechos y muy insatisfechos; en cuanto a la satisfacción por áreas la familiar es mayor y la académica presenta menor nivel. En cuanto al sexo no se hallaron diferencias significativas, así como el NSE. Se reportó una correlación media positiva entre la Satisfacción con la vida y el Estilo Resolver el problema ($r = .363$) es decir, a mayor Satisfacción con la vida, mayor empleo de dicho estilo. En relación a las Estrategias de Afrontamiento, se observa una relación media positiva entre Satisfacción con la vida y concentrarse en resolver el problema y fijarse en lo positivo al tratar de encontrar soluciones cuando se les presenta una situación evaluada como estresante. También se halló que en la medida que la satisfacción disminuye existe una preferencia por afrontar sus preocupaciones desde una posición pasiva, centrándose en disminuir el malestar generado más que en buscar soluciones (afrontamiento no Productivo), pues existe incapacidad para controlar y afrontarlas directamente.

En la gran mayoría de países, incluyendo el nuestro, los jóvenes manifiestan sentirse medianamente satisfechos con sus vidas, consigo mismos, con los amigos, con la familia y en menor medida con su situación económica (Diener y Diener, 1995, cit. en Mikkelsen, 2009). Las áreas reportadas con alto grado de satisfacción son: la relación con la madre, con el ambiente de vida, con los amigos, y con las condiciones de vida (Chow, 2005, cit. en Mikkelsen, 2009).

“Inteligencia emocional y rendimiento académico de los estudiantes de la Universidad Católica sede Sapientiae – programa Tarma”

La investigación tuvo como propósito principal reconocer si la inteligencia emocional se relaciona con el rendimiento académico y conocer la existencia del

nivel de relación en los estudiantes de la Universidad Católica sedes Sapientiae Programa Tarma. Como metodología tenemos que el enfoque de esta investigación es cuantitativa, de diseño correlacional, de tipo no experimental. Se determinó una muestra de 231 estudiantes. Para probar la hipótesis y de acuerdo con las características de la investigación se utilizó la prueba de Rho de Spearman. Se concluyó en la existencia de una relación de muy bajo nivel, con un valor Rho de Spearman de 0,239 y con una significancia de p-valor de 0,000214, evidenciando apenas una correlación (Goyas, 2018, p .5).

Antecedentes Locales:

“Inteligencia emocional, Hábitos de estudio y Rendimiento académico en estudiantes del quinto año de secundaria del distrito de Arequipa. Se dice que:

Tuvo un enfoque cuantitativo, el tipo de investigación es descriptivo correlacional y su diseño fue no experimental transeccional y correlacional. La muestra fue representada por 240 estudiantes, de 4 instituciones educativas públicas y privadas.

Como conclusiones tenemos que se conoció la existencia de una alta correlación positiva, entre las variables: inteligencia emocional y los hábitos de estudio con el rendimiento académico (Valle, 2018, p. 3).

HIPÓTESIS

Hipótesis general

Es probable que, los clientes de plantas ornamentales naturales tengan mayores niveles de Inteligencia Emocional Percibida y Satisfacción Vital, que los clientes de plantas artificiales, en la ciudad de Tacna 2022.

H₀: Es probable que, los clientes de plantas ornamentales naturales NO tengan mayores niveles de Inteligencia Emocional Percibida y Satisfacción Vital, que los clientes de plantas artificiales, en la ciudad de Tacna 2022.

Hipótesis Específicas

H₁ Es probable que, los clientes de plantas ornamentales naturales tengan mayores niveles de valoración y expresión de sus emociones que los clientes de plantas artificiales, en la ciudad de Tacna.

H₂ Es probable que, los clientes de plantas ornamentales naturales tengan mayores niveles de valoración y reconocimiento de las emociones en otros, que los clientes de plantas artificiales, en la ciudad de Tacna.

H₃ Es probable que, los clientes de plantas ornamentales naturales tengan mayores niveles de regulación de las propias emociones, como la capacidad de modular las emociones de otros, que los clientes de plantas artificiales, en la ciudad de Tacna.

H₁₄ Es probable que, los clientes de plantas ornamentales naturales tengan mayor uso de la emoción para facilitar el desempeño, como la orientación de emociones hacia la realización de acciones productivas que los clientes de plantas artificiales, en la ciudad de Tacna.

H₅ Es probable que, los clientes de plantas ornamentales naturales tengan mayores niveles de juicio global, en el que utilice su propio criterio para sopesar los distintos aspectos de su vida, que los clientes de plantas artificiales, en la ciudad de Tacna.

OBJETIVOS

Objetivo general

Determinar si los clientes de plantas ornamentales naturales tienen mayores niveles de Inteligencia Emocional Percibida y Satisfacción Vital, que los clientes de plantas artificiales, en la ciudad de Tacna 2022.

Objetivos específicos

- a) Determinar si, los clientes de plantas ornamentales naturales tienen mayores niveles de valoración y expresión de sus emociones que los clientes de plantas artificiales, en la ciudad de Tacna.
- b) Determinar si, los clientes de plantas ornamentales naturales tienen mayores niveles de valoración y reconocimiento de las emociones en otros, que los clientes de plantas artificiales, en la ciudad de Tacna.
- c) Determinar si, los clientes de plantas ornamentales naturales tienen mayores niveles de regulación de sus propias emociones, como la capacidad de modular las emociones de otros, que los clientes de plantas artificiales, en la ciudad de Tacna.
- d) Determinar si, los clientes de plantas ornamentales naturales tienen mayor uso de la emoción para facilitar el desempeño, como la orientación de emociones hacia la realización de acciones productivas, que los clientes de plantas artificiales, en la ciudad de Tacna.
- e) Determinar si, los clientes de plantas ornamentales naturales tienen mayores niveles de juicio global, en el que utilice su propio criterio para sopesar los distintos aspectos de su vida, que los clientes de plantas artificiales, en la ciudad de Tacna.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

Variable Independiente: Inteligencia Emocional

1.1 La Inteligencia

La inteligencia es considerada como una habilidad esencial que influye en las actividades de carácter cognitiva en los individuos. Este postulado es amparado por investigaciones en base a pruebas de inteligencia, factores intelectuales, juicio lógico, habilidades numéricas y espaciales. Las iniciales intuiciones en lo que refiere a la inteligencia y los rasgos que la determinan fueron plasmados por los antiguos griegos (Ardila, 2011).

El vocablo inteligencia proviene de la unión de dos términos “logos y nous”. Logos que significa computar, referir, reunir, elegir, recoger, juntar; lo que corresponde al desarrollo en un discurso argumentado. En lo que respecta el término “nous”, se relaciona a la capacidad de meditar, pensar, reflexionar, captar y aprender (Villamizar y Donoso, 2013).

Sternberg (como se citó en López Fernández 2015) a través de sus investigaciones sobre las teorías tripartidas de la inteligencia de las personas, afirman que en el primer tipo de inteligencia se encuentra la inteligencia analítica; la cual permite estimar, diferenciar y asociar conocimientos o sucesos. La segunda es la inteligencia creativa, por la cual se imagina, descubre y proyecta planes; finalmente la fase practica que resultaría indispensable al momento de efectuar, insertar y activar decisiones o propósitos, la cual tendría mayor correlación con la inteligencia emocional; en vista de que contendría la producción de los pensamientos.

1.2 Las Emociones

González et al., (1998) señalan que las emociones son fenómenos afectivos y subjetivos, entendidos como una manera de adaptación al ambiente en que el individuo se desarrolla. Así mismo presentan estos tipos de emociones:

- Emociones básicas o primarias: es fácil percibirlas, principalmente porque provocan un comportamiento estandarizado y sus causas suelen ser invariables. Existen 6 emociones primarias: tristeza, felicidad, sorpresa, asco, miedo e ira. Las emociones primarias constituyen procesos de adaptación.
- Emociones de fondo: son producto o resultado de las emociones básicas. Asimismo, a pesar de su significancia, este tipo de emociones no suelen manifestarse en la conducta de la persona. Las emociones de fondo son básicamente dos: desánimo y entusiasmo. A partir de ellas no sólo se conforma el estado de ánimo diario de un individuo, sino que también influyen radicalmente en sus acciones.
- Emociones sociales: reciben su nombre a partir del hecho de que es condición necesaria la presencia de otra persona para que estas puedan aflorar. Las emociones sociales, a diferencia de lo que se suele creer, no son el resultado de la formación cultural brindada por la escuela y la familia. Éstas, solo podrían determinar la manera en que el individuo exteriorizará dichas emociones, pero de ninguna manera conseguirían crearlas. Algunas emociones sociales son: vergüenza, gratitud, admiración, orgullo, celos, simpatía, ofuscación, admiración, irritación.
- Emociones positivas: son aquellas que propician una acentuación en el bienestar del individuo que las siente. Estas demás, suelen contribuir favorablemente en la manera de pensar y de actuar de las personas, proporcionando reservas tanto físicas como psicológicas para tiempos de crisis. Ejemplos de emociones positivas son la alegría, la satisfacción, la gratitud, la serenidad.
- Emociones negativas: de manera contraria a las anteriores, éstas provocan una reducción en el bienestar del sujeto que la experimenta. Por eso mismo, existe un deseo consciente de evadirlas, ya que bloquean la energía del ser humano e inciden negativamente en su salud. La ira, el miedo, el asco y la depresión son algunos ejemplos de emociones negativas.

Las emociones son reacciones psicofisiológicas intensas y de corta duración que están presentes en todas las fases y aspectos de la existencia; además de ser un medio o un fin, debido a que tiene una función adaptativa, función social

y función motivacional. De acuerdo con el psicólogo Paul Eckman en 1972 estableció que la felicidad, la tristeza, el asco, el miedo, la sorpresa y la ira son calificados como emociones primarias (Jasper, 2012).

James y Lange (1885, en Dörr, Gorostegui y Bascuñán, 2008), señalan que la emoción deriva de la percepción de nuestras sensaciones fisiológicas. Vale decir, cambio en el ritmo cardíaco, tensión arterial, contracción de los músculos viscerales y del esqueleto.

Goleman (1995) considera que el aprendizaje emocional comienza en los primeros momentos de la vida y se prolonga a lo largo de la infancia. Es en este estadio cuando se realizan las primeras lecciones emocionales; sin embargo, éstas y las lecciones traumáticas pueden ser remodeladas, puesto que el aprendizaje emocional dura toda la vida. En otras palabras, el circuito emocional puede ser reeducado, es decir, se puede producir el reaprendizaje.

Según Duncan (2007) la inteligencia emocional implica la capacidad para expresar, ante una situación, emociones adecuadas a niveles consecuentes; implica también la capacidad para estar con la manifestación emocional del otro de forma apropiada. Si bien estas habilidades son esenciales en todas las relaciones cotidianas, requieren ser desarrolladas en forma más específica por profesionales responsables en la gestión de personas, tales como profesores y terapeutas.

1.3 La inteligencia Emocional

En 1990 Salovey y Mayer, utilizan por primera vez el término “Inteligencia Emocional”, definiéndola como “la capacidad para supervisar los sentimientos y las emociones de uno/a mismo/a y de los demás, de discriminar entre ellos y de usar esta información para la orientación de la acción y el pensamiento propios”.

Daniel Goleman, define a la inteligencia emocional como:

“La capacidad de motivarnos a nosotros mismos, de perseverar en el desempeño 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 (pp. 75). La inteligencia emocional sería una forma de interacción con el mundo que tiene en cuenta los sentimientos, y abarca habilidades como control de impulsos, autoconciencia, motivación, apasionamiento, perseverancia, empatía y agilidad mental, todo lo cual resulta imprescindible para una buena y creativa adaptación, distingue también los siguientes ámbitos en la definición de inteligencia emocional:

1. Conciencia de uno mismo o autoconciencia emocional

Para entender cómo desarrollar la inteligencia emocional primero, se debe ser capaz de conocerse así mismo, es decir saber que están sintiendo y por qué, comprender y conocer la causa de los vínculos entre sus sentimientos, pensamientos, palabras y acciones, y ver como estos impactan sobre su rendimiento. Goleman (2009).

Según Goleman en su libro la práctica de la inteligencia emocional menciona que:

“La conciencia emocional comienza estableciendo contacto con el flujo de sentimientos que continuamente nos acompaña y reconociendo que estas emociones tiñen todas nuestras percepciones, pensamientos y acciones, un reconocimiento que nos permite comprender el modo en que nuestros sentimientos afectan también a los demás”. (pp. 86-87)

2. Autorregulación o autocontrol emocional

El autocontrol es la capacidad de saber gestionar nuestras emociones sean de forma positiva o negativa y que se vean reflejada en nuestras acciones de manera adecuada. El autocontrol tiene una relación directa con la comunicación asertiva, pue esta nos permite interactuar con los demás sin dañar o herir con las palabras que se usa (Casado 2009).

Según Goleman en el libro la práctica de la inteligencia emocional menciona lo siguiente:

“Para cuando hablamos de autocontrol emocional no estamos abogando, en modo alguno, por la negación o represión de nuestros verdaderos sentimientos. El mal humor, por ejemplo, también tiene su utilidad; el enojo, la melancolía y el miedo pueden llegar hacer también fuentes de creatividad, energía y comunicación, el enfado puede constituir una intensa fuente de motivación, especialmente cuando surge de la necesidad de reparar una injusticia o un abuso; el hecho de compartir la tristeza puede hacer que las personas se sientan más unidas y la urgencia nacida de la ansiedad, siempre que no llegue a tribularnos, puede alentar la creatividad.” (Pp. 121)

3. Habilidades sociales o relaciones interpersonales

Es la capacidad para interactuar con las personas, según Vicente Caballo, podemos definirlas como el conjunto de conductas de un individuo en un contexto interpersonal, que expresan sentimientos, actitudes, deseos, opiniones o derechos de ese individuo de modo adecuado a la situación, respetando las conductas de los demás y de forma que se resuelvan los problemas inmediatos y se minimice la probabilidad de que surjan otros (pp,7).

4. Empatía o reconocimiento de las emociones de los demás

Empatía es ponerse en el lugar de la otra persona, para lograr tener una buena relación interpersonal lo que se debe hacer primero es ponerse en el lugar del otro, es darse cuenta de lo que sienten los demás sin la necesidad de que la otra persona nos los diga y eso lo podemos notar en su tono de voz, expresión facial y otros canales de expresión no verbal. Goleman (2009)

Goleman habla del dominio de las habilidades sobre las que descansa nuestra conciencia social, entre ella cabe destacar:

Comprensión de los demás. - Experimentar los sentimientos y las perspectivas de los demás e interesarse activamente por sus preocupaciones

Orientación hacia el servicio. - Anticiparse, reconocer y satisfacer necesidades de los clientes.

Desarrollo de los demás. - Dar se cuenta de las necesidades de desarrollo de los demás y contribuir a su satisfacción

Aprovechamiento de la diversidad. - Servirse de la diversidad para aprovechar las oportunidades que se presenten.

Conciencia Política. - Ser capaz de registrar las corrientes políticas y sociales subyacentes a toda organización.

5. Automotivación

La automotivación es la fuerza que empuja a reaccionar ante una situación, a partir del conocimiento que se tiene de uno mismo, esta reacción o impulso puede ser provocado por un estímulo externo al individuo o puede ser generado internamente. Robbins (1999).

Los tres componentes motivacionales de los trabajadores estrellas son:

- El logro. - Es lo que queremos obtener, aquello que nos lleva a mejorar

- Compromiso. - Es la capacidad de hacer suyo los objetivos, visión y misión de la empresa (ponerse la camiseta de la organización)

- Iniciativa y optimismo. - Es la capacidad por comenzar algo por voluntad propia aprovechando las oportunidades y superando cualquier obstáculo. Goleman (2009).

1.4 Principios de la inteligencia emocional

La inteligencia emocional se basa en los siguientes principios:

- **Autoconocimiento:** capacidad que permite conocer los aspectos fuertes y débiles que uno posee.
- **Autocontrol:** Capacidad que hace posible que la persona mantenga la calma, sin perder los nervios.
- **Automotivación:** Aptitud para ejecutar acciones por uno mismo, sin la exigencia de otros.
- **Empatía:** Habilidad que permite comprender la situación de los demás.
- **Habilidades sociales:** Capacidad que coadyuva la relación con otros individuos, a partir de dotes comunicativo.
- **Asertividad:** Competencia por la que se confronta a las situaciones difíciles en lugar de evadirlas, aceptar apreciaciones que ayuden a mejorar.
- **Proactividad:** Habilidad para tomar la batuta ante oportunidades o dificultades, haciéndose responsable de las propias acciones.
- **Creatividad:** Aptitud para contemplar el mundo desde un ángulo diferente, modo de afrontar y solucionar problemas de distinta forma.

Estos principios, darán lugar a que la persona presente una mayor o menor inteligencia emocional (García-Fernández y Giménez-Mas, 2010).

1.5 Modelos teóricos de la inteligencia emocional

1.5.1 Modelo de Salovey y Mayer

El modelo de Salovey y Mayer (1990) consideran la Inteligencia Emocional como la habilidad, para manejar los sentimientos y emociones, discriminar entre ellos y utilizar estos conocimientos para dirigir los propios

pensamientos y acciones. Incluye la habilidad para percibir con precisión, valorar y expresar emoción; la habilidad de acceder y/o generar sentimientos cuando facilitan pensamientos; la habilidad de comprender la emoción y el conocimiento emocional y la habilidad para regular las emociones para promover crecimiento emocional e intelectual (Fernández-Berrocal y Extremera, 2005) presenta cuatro ramas interrelacionadas:

1. Percepción emocional. Las emociones son percibidas, identificadas, valoradas y expresadas. Se refiere a uno mismo, en otros, a través del lenguaje, conducta, en obras de arte, música. Incluye la capacidad para expresar las emociones adecuadamente. También la capacidad de discriminar entre expresiones precisas e imprecisas, honestas y deshonestas.

2. Facilitación emocional del pensamiento. Las emociones sentidas entran en el sistema cognitivo como señales que influyen la cognición (integración de emoción y cognición). Las emociones priorizan el pensamiento y dirigen la atención a la información importante. El estado de humor cambia la perspectiva del individuo, desde el optimismo al pesimismo, favoreciendo la consideración de múltiples puntos de vista. Los estados emocionales facilitan el afrontamiento.

3. Comprensión emocional. Comprender y analizar las emociones empleando el conocimiento emocional. Las señales emocionales en las relaciones interpersonales son comprendidas, lo cual tiene implicaciones para la misma relación. Capacidad para etiquetar emociones, reconocer las relaciones entre las palabras y las emociones. Se consideran las implicaciones de las emociones, desde el sentimiento a su significado; esto significa comprender y razonar sobre las emociones para interpretarlas.

4. Regulación emocional. Regulación reflexiva de las emociones para promover el conocimiento emocional e intelectual. Los pensamientos promueven el crecimiento

emocional, intelectual y personal para hacer posible la gestión de las emociones en las situaciones de la vida. Habilidad para distanciarse de una emoción. Habilidad para regular las emociones en uno mismo y en otros. Capacidad para mitigar las emociones negativas y potenciar las positivas, sin reprimir o exagerar la información que transmiten.

Salovey y Mayer (1990) propusieron que la Inteligencia Emocional se desarrolla a través de procesos educativos en la familia, en la escuela, en las organizaciones y en todo lugar. La expansividad emocional es la tendencia a reaccionar emocionalmente de cierto modo y esto se aprende en las interacciones con los demás. A través de la educación se puede desarrollar una expansividad emocional apropiada según las circunstancias (Fernández-Berrocal y Extremera, 2005).

1.5.2 El Modelo de Goleman

La inteligencia emocional es una metahabilidad que determina en qué medida podemos utilizar correctamente otras habilidades que poseemos, incluida la inteligencia (Goleman, 1995).

Goleman (1995) formula su modelo bajo seis áreas:

1. Conocer las propias emociones. El principio de Sócrates “conócete a ti mismo”. Se refiere a esta pieza clave de la inteligencia emocional: tener conciencia de las propias emociones; reconocer un sentimiento en el momento en que ocurre. Una incapacidad en este sentido nos deja a merced de las emociones incontroladas.
2. Manejar las emociones. La habilidad para manejar los propios sentimientos a fin de que se expresen de forma apropiada se fundamenta en la toma de conciencia de las propias emociones. La habilidad para suavizar expresiones de ira, furia o irritabilidad es fundamental en las relaciones interpersonales.
3. Motivarse a uno mismo. Una emoción tiende a impulsar hacia una acción. Por eso la emoción y motivación están íntimamente

relacionadas. Encaminar las emociones y la motivación consecuente, hacia el logro de objetivos es esencial para prestar atención, automotivarse, manejarse y realizar actividades creativas.

4. Autocontrol emocional. Conlleva demorar gratificaciones y dominar la impulsividad, lo cual suele estar presente en el logro de muchos objetivos. Las personas que poseen estas habilidades tienden a ser más productivas y afectivas en las actividades que emprenden.

5. Reconocer las emociones de los demás. Un don de la gente es la empatía, lo cual se basa en el conocimiento de las propias emociones. La empatía es la base del altruismo. Las personas empáticas sintonizan mejor con las sutiles señales que indican lo que los demás necesitan o desean. Esto las hace apropiadas para las profesiones de la ayuda y servicios en sentido amplio.

6. Establecer relaciones. El arte de establecer buenas relaciones con los demás es, en gran medida, la habilidad de manejar las emociones de los demás. La competencia social y las habilidades que conlleva son la base del liderazgo, de la popularidad y de la eficiencia interpersonal. Las personas que dominan estas habilidades sociales son capaces de interactuar de forma suave y efectiva con los demás.

1.5.2 El modelo de Bar-On

Bar-On (1997) utiliza la expresión Inteligencia Emocional y social para referirse a un conjunto de habilidades personales, emocionales y sociales que influyen en la adaptación y el afrontamiento ante los demás y presiones del medio. Esta inteligencia influye en el éxito de la vida, en la salud y en el bienestar psicológico.

El modelo de Bar-On (1997) se estructura de cinco áreas:

1. Componente intrapersonal: Autoconciencia emocional, asertividad, autoestima, autorrealización, independencia.

2. Componente interpersonal: empatía, relaciones interpersonales, responsabilidad social.
3. Componente de adaptabilidad: solución de problemas, prueba de realidad, flexibilidad.
4. Gestión del estrés: tolerancia al estrés, control de impulsividad.
5. Estado de ánimo en general: felicidad, optimismo.

Del mismo modo Bar-On dividió las capacidades emocionales en capacidades básicas y capacidades facilitadoras.

- Capacidades básicas: Son primordiales para la existencia de la inteligencia emocional, dentro de esta clasificación se encuentra la autoevaluación, el asertividad, la autoconciencia emocional, las relaciones sociales, el control de impulsos, empatía, afrontamiento a la presión, evaluación de la realidad, resolución de problemas y flexibilidad (Görgens-Ekermans y Brand, 2012).
- Capacidades facilitadoras: Cada uno de los componentes de esta clasificación se relacionan entre sí; son las siguientes, el optimismo, la alegría, la autorrealización, la responsabilidad social y la independencia emocional (Görgens-Ekermans y Brand, 2012).

1.5.2.1 Subcomponentes de cada dimensión

1.5.2.1 Componente factorial intrapersonal

Competencia por la que la persona reconoce sus propios sentimientos y que esta le facilita la manifestación u expresión frente a los demás; de acuerdo a la situación en la que se encuentre. Por lo tanto, la persona se siente segura de sí misma, muestra su independencia en sus acciones a causa de la seguridad de sus ideas. Entre sus indicadores se encuentra:

- Auto concepto: Capacidad por la que la persona es consciente de sí mismo, percibe y acepta lo positivo y negativo.

- Autoconciencia emocional: Permite conocer los propios sentimientos, con el fin de identificarlos y saber la causa que la provoco.
- Asertividad: Habilidad para defender y transmitir abiertamente los derechos personales sin recurrir a la agresividad.
- Independencia: Capacidad para regular los actos y pensamientos propios; sin dejar de preguntar a otros para adquirir información necesaria.
- Autorrealización: Habilidad para lograr la potencialidad y llevar una existencia plena, con el compromiso personal para el logro de objetivos a lo largo de la vida.

1.5.2.2 Componente factorial intrapersonal

Capacidad que facilita el establecimiento de relaciones satisfactorias en el equipo de trabajo; por las que se desarrolla habilidades como el liderazgo, con responsabilidad y confiabilidad en los actos. Cuyos indicadores son:

- Empatía: Capacidad para reconocer las emociones de los demás, entenderlas y mostrar interés por ellas.
- Responsabilidad social: Habilidad para mostrarse como un miembro constructo del grupo social, manteniendo las normas sociales de un modo confiable.
- Relaciones interpersonales: Capacidad de establecer y sostener relaciones emocionales con características de entrega y recibimiento con relaciones amistosas (Görgens-Ekermans y Brand, 2012)

1.5.2.3 Componente factorial de Adaptabilidad.

Capacidad para reconocer y definir problemas imprevistos, así también generar prontas soluciones por medio de la flexibilidad de pensamiento ante situaciones difíciles. Entre sus indicadores se encuentran:

- Prueba de la realidad: Habilidad que hace referencia a la correspondencia entre lo que emocionalmente se experimenta y lo que sucede objetivamente; es decir indaga evidencia concreta para confirmar los sentimientos propios sin dejarnos llevar por ellos.
- Resolución de problemas: Habilidad de identificar problemas, así como plantear e implementar soluciones potencialmente efectivas.
- Flexibilidad: Habilidad para adecuarse a las condiciones cambiantes del medio, adaptando nuestros comportamientos y pensamientos (García-Fernández y Giménez-Mas, 2010).

1.5.2.4 Componente factorial de manejo del estrés

Capacidad que posee la persona para el manejo de situaciones adversas y tensiones laborales; por lo que confrontan las situaciones de modo activo y asertivo. Entre sus indicadores se encuentra:

- Tolerancia al estrés: Capacidad para enfrentar de modo positivo emociones fuertes y sucesos estresantes.
- Control de impulsos: Por esta habilidad la persona se resiste o retarda un impulso, controlando sus emociones con el propósito de lograr un objetivo posterior o de mayor interés (García-Fernández y Giménez-Mas, 2010)

1.5.2.5 Componente factorial de estado de ánimo general

Son aquellas personas que tienden a disfrutar de su existencia, a partir de sus proyectos o metas que anhela lograr; mostrándose alentador frente a diferentes grupos sociales; los cuales son importantes para la resolución

de problemas tanto de estrés y frustración. Entre sus indicadores se encuentra:

- Optimismo: Habilidad para observar el aspecto más brillante de la existencia, manteniendo una actitud positiva; a pesar de los obstáculos y sentimientos negativos.
- Felicidad: Habilidad para sentirse satisfecho con la vida, además de disfrutar del contorno que lo rodea y de sí mismo con sentimientos positivos (García-Fernández y Giménez-Mas, 2010)

Análisis de las dimensiones de la variable 2

2. Satisfacción con la vida

2.1 Definición

Para Diener (Pavot y Diener, 1993) la idea de:

“bienestar subjetivo implica una vivencia individual, la presencia de afectos positivos y la ausencia de afectos negativos, y finalmente una evaluación global de la propia vida”.

El bienestar subjetivo, usualmente conocido como felicidad, es la percepción de un estado de equilibrio interno, de satisfacción plena, vivenciado por una persona (Alarcón, 2006); es el conjunto de evaluaciones que realiza la gente acerca de sus propias vidas.

Los componentes afectivos que integran el bienestar son la emocionalidad positiva y la emocionalidad negativa, producto de evaluaciones afectivas (Diener y Lucas, 1999). La emocionalidad positiva (afecto positivo) hace referencia a la tendencia de experimentar una elevada cantidad de emociones agradables o placenteras. La emocionalidad negativa (afecto negativo) hace referencia a la tendencia a experimentar diversas emociones displacenteras.

A su vez, los componentes afectivos pueden ser divididos en emociones específicas; la alegría u orgullo relacionados a afectos positivos y la vergüenza, tristeza o ansiedad asociados a afectos negativos.

Se puede presumir que una persona que ostenta alto bienestar subjetivo se encuentra satisfecha con su vida presenta una alta emocionalidad positiva y en oportunidades podrá experimentar una emocionalidad negativa y a la inversa. Cabe mencionar que los componentes cognitivos y afectivos del bienestar suelen estar interrelacionados, pero no existe una covariación perfecta (Diener y Lucas, 1999).

Se señala que el afecto está sujeto a la evaluación de los eventos ya sean internos o externos (Pavot y Diener, 1993). Muchas personas pueden negar o rechazar las emociones negativas, aun cuando son conscientes de los aspectos desagradables de su vida.

Cada uno lleva a cabo un contraste entre las circunstancias percibidas de su propia vida, al realizar esta evaluación la persona examina los aspectos tangibles de su vida sopesa lo bueno contra lo malo, lo compara con un estándar o criterio autoimpuesto, y dicha persona llega a un juicio sobre la satisfacción con su vida si es que ambos coinciden considerablemente (Pavot et al., 1991).

Se propone que tres son los componentes de la satisfacción con la vida: 1. Evaluación emocional de afectos positivos o negativos 2. Evaluación de distintos componentes de la vida como el trabajo, familia y/o matrimonio y 3. Es la satisfacción con la vida, que corresponde a una evaluación cognitiva global (Pavot y Diener, 1993; Diener, 2000; Diener, Oishi y Lucas, 2003). De esta manera se podría decir que una persona percibe mayor bienestar con su vida si experimenta pocos estados negativos emocionales y altos estados positivos.

Según Diener (1984) las investigaciones sobre la satisfacción con la vida se deben centrar en los juicios subjetivos que hace la persona sobre su propia vida. Por tanto, en lugar de sumar la satisfacción a través de dominios específicos para obtener una medida de la satisfacción general,

es necesario preguntarle a la persona por una evaluación global sobre su vida (Diener, Emmons, Larsen, y Griffin, 1985). Este proceso de percepción de la vida se rige bajo la apreciación del sujeto, de allí la importancia de su estudio.

El funcionamiento humano y su bienestar están en continuo proceso de ajuste, resultado de un constante proceso de evaluación de la vida en donde se forman metas, creencias, buscando satisfacer necesidades del desarrollo. Las metas y los logros a los cuales una persona aspire están marcados por la sociedad y cultura donde vivimos. Cada sociedad marca estándares de vida esperados para cada individuo y grupo de edad; de esta manera cada persona tendrá mayor o menor satisfacción vital en tanto se acerquen o no a las metas que cada sociedad o cultura establezcan.

3. Las necesidades, y el comportamiento del consumidor.

Hacia el año 1950, las empresas no tenían en cuenta las necesidades de los individuos, y se dedicaban a fabricar productos sin analizar ni las necesidades de los consumidores, ni la calidad de los productos, es la llamada fase de producción donde la demanda era muy superior a la oferta. (Schiffman y Kanuk, 2005)

Posteriormente, se fue equilibrando la oferta y la demanda, y el consumidor fue dando más importancia a la calidad. Después llegó la fase de ventas, donde la oferta ya es superior a la demanda, y debido a esto se iniciaron acciones comerciales. La última fase de identificación de necesidades, en la que nos encontramos actualmente, es en la que se introdujo en concepto de marketing y los estudios de mercado. Debido a esta última fase, hoy en día, las empresas que fabriquen sus productos sin tener en cuenta las necesidades de los consumidores no tienen un futuro muy prometedor, aunque siempre hay excepciones. (Schiffman y Kanuk, 2005)

Según Kotler y Armstrong (2013), el marketing se encarga de identificar las necesidades y ayuda a formular los deseos y a materializarlos en demandas. Por esta razón decimos que el Marketing no crea las

necesidades, sino que las identifica, lo anterior se puede entender que la mercadotecnia ha sido una gran herramienta para las empresas, que al utilizarla indirecta o directamente influyen en las emociones de las personas.

La personalidad de un consumidor guía y orienta el comportamiento para alcanzar metas en situaciones diferentes. Hay distintas teorías de la personalidad y en ellas encontramos dos condiciones compartidas: 1. Los individuos tienen características o rasgos internos que no son iguales a otro, y 2) Hay diferencias consistentes entre los individuos respecto a estas características y rasgos que pueden medirse, la mayoría de las teorías reconocen que los rasgos se forman a una edad temprana y permanecen relativamente inmutables con el paso de los años. (Hawkins, 2004)

Las emociones son sentimientos fuertes, relativamente incontrolables, que afectan nuestro comportamiento. Surgen en nuestro entorno cuando mediante procesos mentales originan cambios fisiológicos, que puede incluir aumento en la transpiración, dilatación de las pupilas, aceleración del ritmo cardíaco y de la respiración y nivel elevado de azúcar en la sangre, entre otros. Lo anterior produce una alteración en el pensamiento y el comportamiento del consumidor. (Hawkins, 2004)

Para Philip Graves (2011) el subconsciente juega un papel importante en el comportamiento del consumidor, argumenta que en ocasiones se compran objetos sin la necesidad justificada de obtenerlos, por otra parte el consumidor en algunos momentos recuerda lo que en su pasado deseo tener y no pudo comprarlo pero ahora puede hacerlo, este autor comenta que la necesidad no es la misma pero se satisface una emoción que estaba en el subconsciente reprimida.

3.1 El proceso de motivación en el consumo

La motivación es aquel estímulo que hace que las personas se decidan y se comprometan a comprar un determinado producto para saciar alguna de sus necesidades” (Rivera et al, 2013:23).

Según los autores Rivera et al. (2013), el proceso de compra consta de las siguientes etapas:

- a) Es relativamente fácil estimular el surgimiento de necesidades insatisfechas, ya sea por pequeños estímulos, sean publicitarios o no, que despierten la necesidad en nuestro interior.
- b) Una vez que experimentemos necesidades insatisfechas, surgirá el estrés, la ansiedad y las ganas de comprar. Comenzamos a sentirnos estresados y ansiosos, y luego desarrollamos el deseo de comprar como una posible solución a estos sentimientos. En esta etapa hemos encontrado los factores o elementos motivadores.
- c) El inicio de la investigación es la etapa en la que empezamos a recopilar más o menos información, dependiendo de la complejidad del proceso de compra y de la experiencia previa del comprador.

El psicólogo estadounidense Abraham Maslow creía que el comportamiento humano surge de necesidades insatisfechas, que están ordenadas en una jerarquía específica. En la parte inferior de la jerarquía se encuentran las necesidades fisiológicas básicas como la nutrición, la hidratación y la respiración. En segundo lugar, existen requisitos de seguridad, que incluyen seguridad, protección y otros aspectos. Luego vienen las necesidades sociales, que implican afecto, amor, pertenencia y amistad. A estas les siguen las necesidades de estima, que incluyen la autoestima, el éxito y la reputación. En la cima de esta jerarquía se encuentran las necesidades de autorrealización, que se refieren a la capacidad de una persona para alcanzar su máximo potencial y hacer lo que es capaz de hacer. Maslow creía que los factores motivadores que hacen avanzar a una persona al siguiente nivel sólo se activarán o surgirán después de que se satisfagan las necesidades de niveles inferiores, etc. (Schiffman y Kanut, 2004)..

Por lo tanto, para lograr la autorrealización, uno debe centrarse y satisfacer las necesidades en los niveles inferiores de la pirámide de Maslow y avanzar gradualmente hacia los niveles superiores.



Gráfico 01. Pirámide de Maslow y avanzar gradualmente hacia los niveles superiores

El concepto básico de esta jerarquía significa que no satisfaremos las necesidades superiores hasta que satisfagamos las necesidades básicas en la pirámide. Las fuerzas impulsoras las empujan a niveles más altos, mientras que las fuerzas decrecientes empujan las necesidades más básicas a niveles más bajos. Según la teoría de Maslow:

Frederick Herzberg introdujo el concepto de teoría del factor dual o teoría de la higiene motivacional. A diferencia de Maslow, la teoría de Herzberg se basa en factores externos. En su teoría, Herzberg distinguió entre dos categorías de factores: factores de salud y factores motivacionales. Los factores de higiene pueden proteger contra la insatisfacción laboral, pero no necesariamente crean la motivación necesaria para lograr metas personales (ejemplos de tales factores incluyen las condiciones de trabajo, la seguridad en el trabajo y la calidad de la supervisión). Por otro lado, los motivadores son aquellos factores que impulsan a las personas a alcanzar metas personales y profesionales (ejemplos de estos factores incluyen el salario, las oportunidades de crecimiento, el desafío profesional, la responsabilidad y el reconocimiento) (Schiffman y Kanut, 2004).

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2. MÉTODO GENERAL

2.1 Método Científico

Según Caballero (2000), el método científico es la metodología principal utilizada para guiar el proceso de investigación, y desde el inicio de este estudio se ha utilizado principalmente para abordar las preguntas que impulsan la investigación. Esto asegura un enfoque dialéctico y continuo durante todo el proceso de desarrollo.

2.2 Métodos Específicos:

a) Métodos descriptivo: Este enfoque nos permite proporcionar una descripción detallada de cada variable de estudio y explorar en profundidad sus dimensiones, tal como sugiere el trabajo de Caballero (2000). Además, se utilizaron dos métodos de investigación adicionales: inductivo y deductivo, como se detalla a continuación.

b) Métodos inductivo-deductivos: Estos métodos nos permiten realizar un análisis integral, partiendo de aspectos concretos y avanzando progresivamente hacia formas más generales de definir y establecer nuestros objetivos.

2.3 Diseño de investigación

En este caso, se adoptó un diseño de estudio no experimental, siguiendo la definición de Hernández et al. (2010). Este método no busca deliberadamente manipular ninguna variable, sino que recoge y analiza la información proporcionada en la realidad, especialmente a través de los hallazgos del cuestionario a aplicar. Además, el diseño utilizado es horizontal ya que busca obtener datos en un momento específico.

2.4 Tipo de investigación

Según la clasificación propuesta por Carrasco (2007), esta investigación se considera aplicada ya que se centra en la aplicación directa e inmediata de sus resultados. El objetivo principal es resolver problemas prácticos más que desarrollar teoría, y el margen para generalizaciones es limitado.

2.5 Nivel de investigación:

Este estudio se encuadra dentro del nivel correlacional según la definición proporcionada por Hernández et al. (2010). En este tipo de investigación, el objetivo principal es comprender el grado de relación o asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto determinado. En un estudio de correlación, primero se evalúan todas las variables potencialmente relevantes y luego se mide y analiza la naturaleza de la relación entre ellas.

2.6 técnicas e instrumentos de verificación

2.6.1 Técnicas:

Para obtener los datos necesarios se aplicó la técnica de la encuesta mediante la distribución de cuestionarios.

Tabla 02. Cuadro de la técnica de la encuesta mediante la distribución de cuestionarios.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	Ítems
Inteligencia Emocional Percibida (Wong and Law Emotional Intelligence Scale, WLEIS)	¿Cuál es el nivel de inteligencia emocional? Esta escala tiene como objetivo evaluar la capacidad de autoevaluar estados emocionales, específicamente la capacidad de una persona para identificar y controlar las emociones.	Valoración y expresión de las emociones propias.	1-4
		Valoración y reconocimiento de las emociones en otros.	5-8
		Regulación de las propias emociones, como la capacidad de modular las propias emociones.	9-12
		Uso de la emoción para facilitar el desempeño, como la orientación de emociones hacia la realización de acciones productivas.	13-16
Escala de Satisfacción con la Vida SWLS. Diener (1985)	Según lo propuesto por Diener y colegas en 1985, es una evaluación integral en la que una persona utiliza su juicio para evaluar diferentes aspectos de su vida.	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación emocional de afectos positivos o negativos • Evaluación de distintos componentes de la vida como el trabajo, familia y/o matrimonio y • Es la satisfacción con la vida, que corresponde a una evaluación cognitiva global. 	17- 21

Basado parcialmente en TRAIT META-MOOD SCALE-24 y SWLS. Diener.

2.6.2 Instrumento:

Para la variable de Inteligencia Emocional se utilizará el instrumento de Wong y Law (WLEIS), es una escala originalmente desarrollada por Wong y Law (2002) para identificar la Inteligencia Emocional Percibida, está compuesta por 16 ítems con un formato de respuesta ordinal de tipo likert de 1 (completamente en desacuerdo) a 7 (completamente de acuerdo), y se dividen en 4 factores: Valoración y expresión de las emociones propias, Valoración y reconocimiento de las emociones en otros, Regulación de las propias emociones, como la capacidad de modular las propias emociones, y Uso de la emoción para facilitar el desempeño, como la orientación de emociones hacia la realización de acciones productivas.

Tabla 03. Escala desarrollada por Wong y Law (2002) para identificar la Inteligencia Emocional Percibida.

	ITEMS	En desacuerdo			De acuerdo			
		1	2	3	4	5	6	7
1.	Normalmente soy muy consciente de por qué tengo unos sentimientos u otros	1	2	3	4	5	6	7
2.	Comprendo bien mis propios sentimientos.	1	2	3	4	5	6	7
3.	Ciertamente, entiendo mis emociones y sentimientos	1	2	3	4	5	6	7
4.	Siempre sé si estoy o no estoy contento.	1	2	3	4	5	6	7
5.	Siempre reconozco las emociones de mis amigos por la manera en que se comportan.	1	2	3	4	5	6	7
6.	Soy un/a buen observador/a de las emociones de los demás.	1	2	3	4	5	6	7
7.	Soy sensible a los sentimientos y emociones de los demás.	1	2	3	4	5	6	7
8.	Comprendo bastante bien las emociones de las personas a mi alrededor.	1	2	3	4	5	6	7
9.	Habitualmente me fijo objetivos y luego intento hacer lo mejor que puedo para alcanzarlos.	1	2	3	4	5	6	7
10.	Siempre me digo a mi mismo/a que soy una persona competente	1	2	3	4	5	6	7
11.	Me resulta fácil movilizarme a mi mismo/a para hacer las cosas.	1	2	3	4	5	6	7
12.	Siempre me animo a mí mismo/a intentar hacer las cosas lo mejor que puedo	1	2	3	4	5	6	7
13.	Soy capaz de controlar mi temperamento y manejar las dificultades razonadamente.	1	2	3	4	5	6	7
14.	Controlo bastante bien mis propias emociones	1	2	3	4	5	6	7
15.	Siempre puedo calmarme con rapidez cuando estoy muy enfocado	1	2	3	4	5	6	7
16.	Tengo un buen dominio de mis propias emociones.	1	2	3	4	5	6	7

Para la variable satisfacción con la vida se utilizará la escala SWLS desarrollada por Diener en 1985. Para ambas variables se creó un instrumento basado en un modelo Likert.

Tabla 04. Escala SWLS desarrollada por Diener en 1985.

ÍTEMS		En desacuerdo			De acuerdo			
1	En la mayoría de las cosas, mi vida está cerca de mi ideal	1	2	3	4	5	6	7
2	Las condiciones de mi vida son excelentes	1	2	3	4	5	6	7
3	Estoy satisfecho con mi vida	1	2	3	4	5	6	7
4	Hasta ahora, he conseguido las cosas que para mí son importantes en la vida	1	2	3	4	5	6	7
5	Si volviese a nacer, no cambiaría casi nada de mi vida	1	2	3	4	5	6	7

2.7 Campo de verificación

2.7.1 Ubicación Espacial:

El estudio se realizó en el área geográfica correspondiente a la Provincia de Tacna..

2.7.2 Ubicación temporal:

Se desarrolló en el mes de septiembre a noviembre del 2022, por lo tanto, es un estudio coyuntural porque se tomó las lecturas de un determinado momento que podría cambiar por diversos fenómenos o factores sociales.

2.7.3 Unidades de Estudio:

Las unidades de estudio están conformadas por clientes de la empresa de “**Bio Plant**” mayores de edad de ambos sexos y los compradores de plantas artificiales de los “mercadillos”.

2.7.4 Universo:

Está conformado por los clientes de “Bio Plant” y los compradores de plantas artificiales de la ciudad de Tacna.

2.7.5 Muestra:

Se ha establecido una muestra de 150 clientes de “Bio Planta”, y 150 compradores de plantas ornamentales, de la provincia de Tacna, con un Nivel de confianza: 95% y 5% de margen de error, siendo el muestreo por conveniencia.

2.8 Organización

- Evaluación de la herramienta con la participación de expertos.

- Se realizarán tres procesos de validación de la herramienta basados en opinión de expertos.
- Una prueba piloto sobre una muestra aleatoria de 10 unidades de estudio.
- La recolección de datos se realizará de forma aleatoria simple, dirigida a los clientes de “Bio Plant” en la Provincia de Tacna.
- Se incluirá una pregunta filtro para determinar si la persona es cliente de BioPlant.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

PLANTAS REALES

EVALUACIÓN DE LAS PROPIAS EMOCIONES (PERCEPCIÓN INTRAPERSONAL)

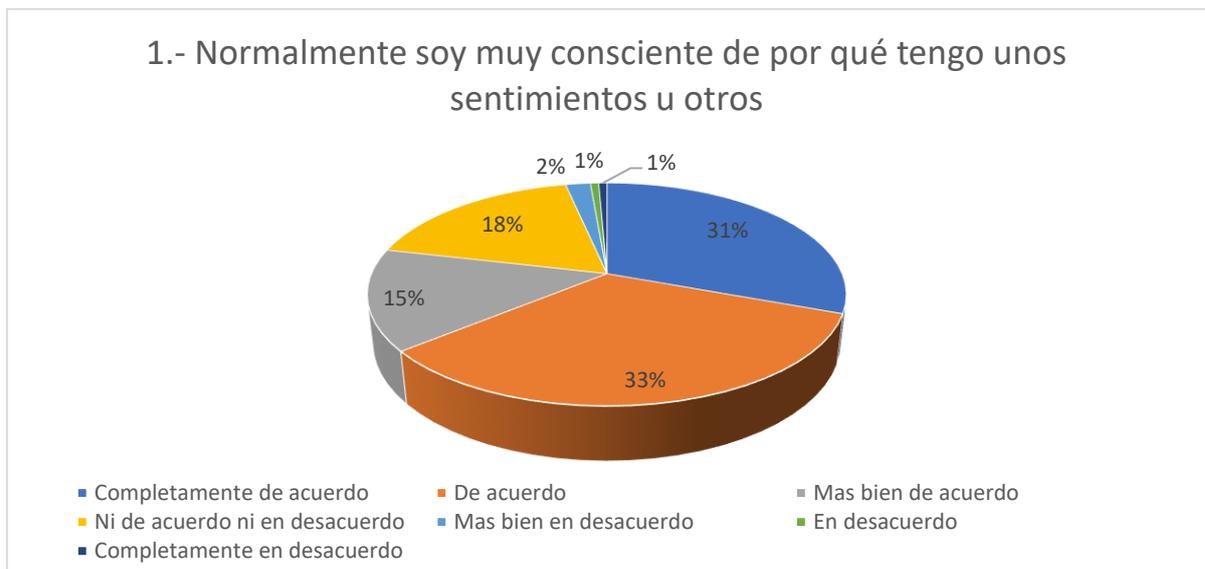
Pregunta 1. Normalmente soy muy consciente de por qué tengo unos sentimientos u otros.

Tabla 1

OPCION	%	FRECUENCIA
Completamente de acuerdo	31%	46
De acuerdo	33%	50
Mas bien de acuerdo	15%	22
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18%	27
Mas bien en desacuerdo	2%	3
En desacuerdo	1%	1
Completamente en desacuerdo	1%	1
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 1



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si, normalmente son muy conscientes de por qué tienen unos sentimientos u otros, el 33% esta “de acuerdo”.

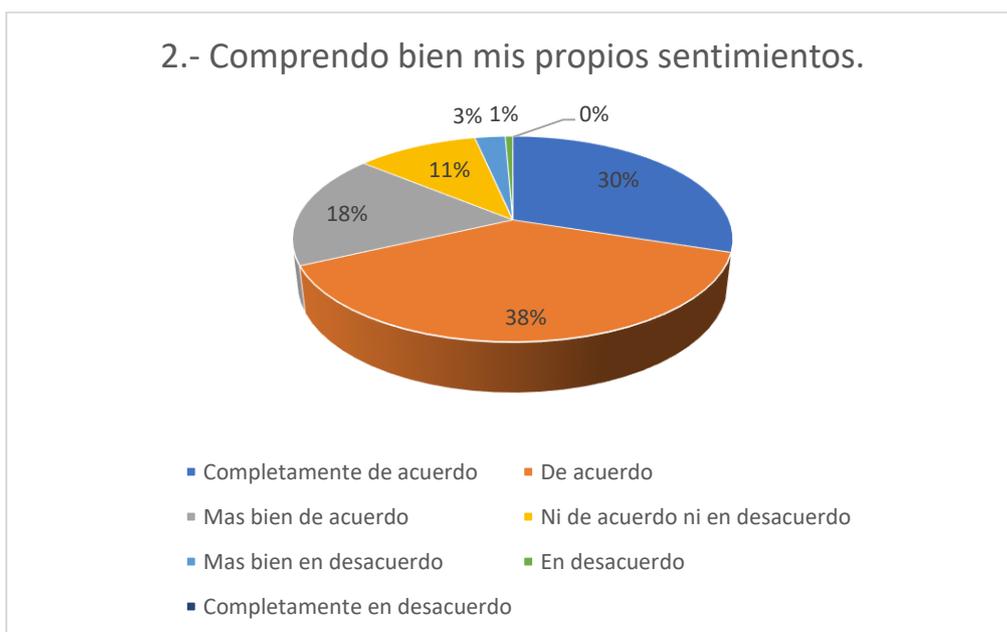
Pregunta 2. Comprendo bien mis propios sentimientos.

Tabla 2

OPCION	%	FRECUENCIA
Completamente de acuerdo	30%	45
De acuerdo	38%	57
Mas bien de acuerdo	18%	27
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11%	16
Mas bien en desacuerdo	3%	4
En desacuerdo	1%	1
Completamente en desacuerdo	0%	0
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 2



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si, comprenden bien sus propios sentimientos, el 38% estuvo “de acuerdo”.

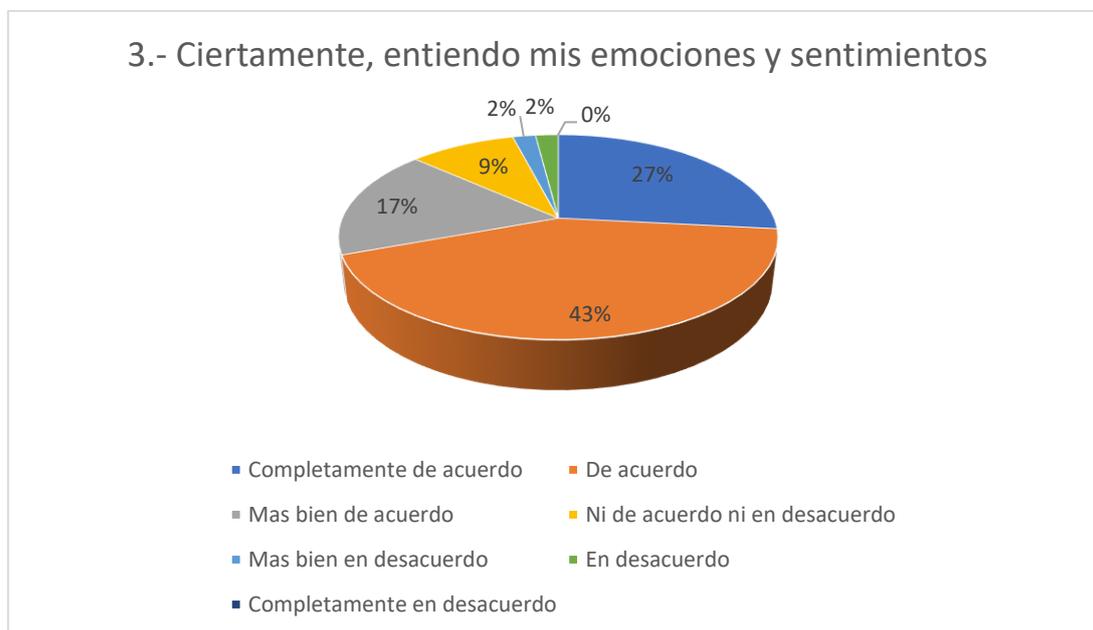
Pregunta 3. Ciertamente, entiendo mis emociones y sentimientos

Tabla 3

OPCION	%	FRECUENCIA
Completamente de acuerdo	27%	40
De acuerdo	43%	64
Mas bien de acuerdo	17%	26
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9%	14
Mas bien en desacuerdo	2%	3
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	0%	0
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 3



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si ciertamente, entienden sus emociones y sentimientos, el 43% estuvo “de acuerdo”.

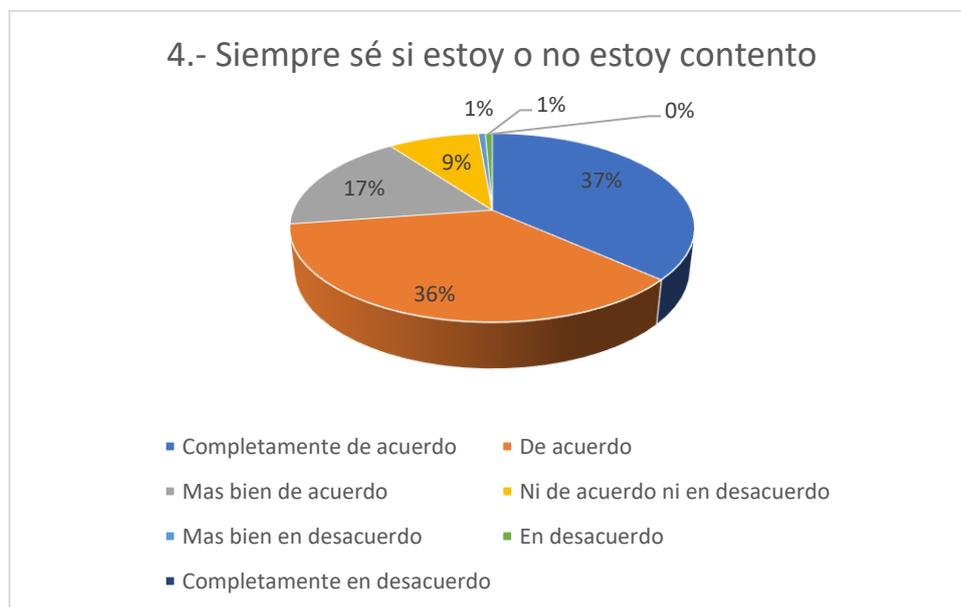
Pregunta 4. Siempre sé si estoy o no estoy contento

Tabla 4

OPCION	%	FRECUENCIA
Completamente de acuerdo	37%	55
De acuerdo	36%	54
Mas bien de acuerdo	17%	26
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9%	13
Mas bien en desacuerdo	1%	1
En desacuerdo	1%	1
Completamente en desacuerdo	0%	0
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 4



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales, si siempre saben si están o no muy contentos, el 37% estuvo “completamente de acuerdo”

CONTROL EMOCIONAL (REGULACIÓN)

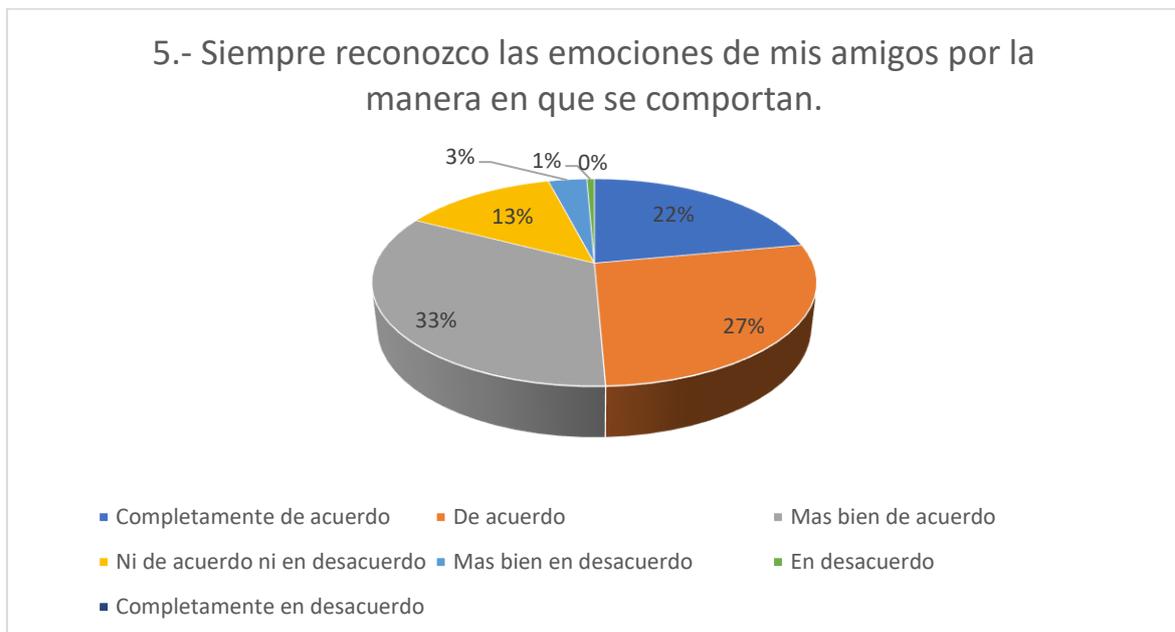
Pregunta 5. Siempre reconozco las emociones de mis amigos por la manera en que se comportan.

Tabla 5

OPCION	%	FRECUENCIA
Completamente de acuerdo	22%	33
De acuerdo	27%	41
Mas bien de acuerdo	33%	50
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13%	20
Mas bien en desacuerdo	3%	5
En desacuerdo	1%	1
Completamente en desacuerdo	0%	0
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 5



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales, si siempre reconocen las emociones de sus amigos por la manera en que se comportan, el 33% estuvo “más bien de acuerdo”.

Pregunta 6. Soy un/a buen observador/a de las emociones de los demás.

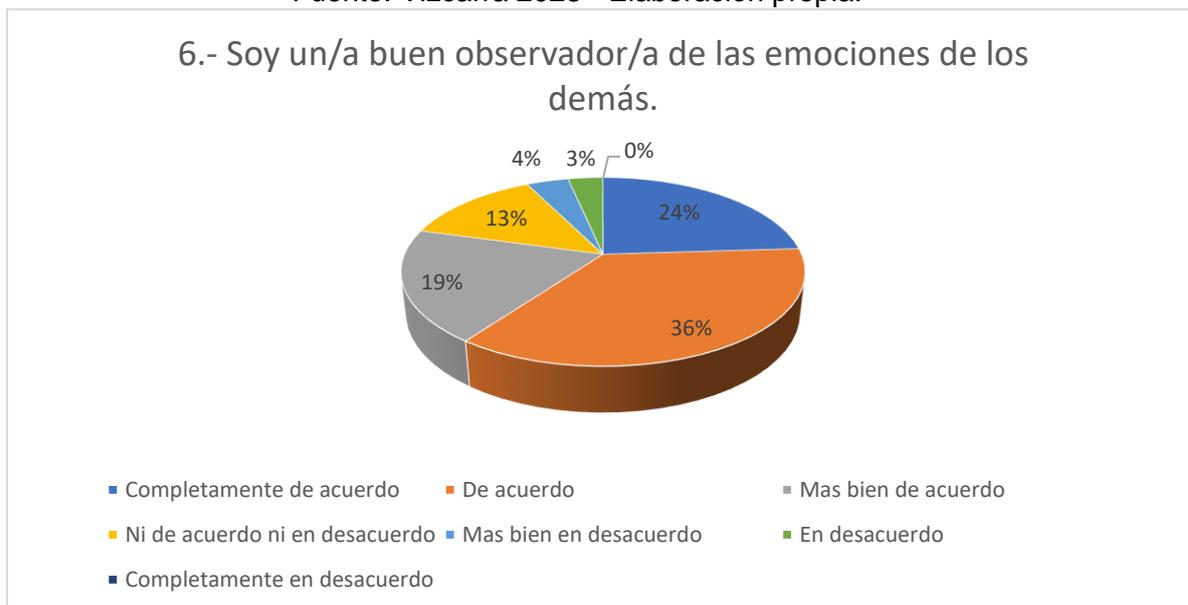
Tabla 6

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	24%	36
De acuerdo	36%	54
Mas bien de acuerdo	19%	29
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13%	20
Mas bien en desacuerdo	4%	6
En desacuerdo	3%	5
Completamente en desacuerdo	0%	0
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 6

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si son un/a buen observador/a de las emociones de los demás, el 36% estuvo “de acuerdo”.

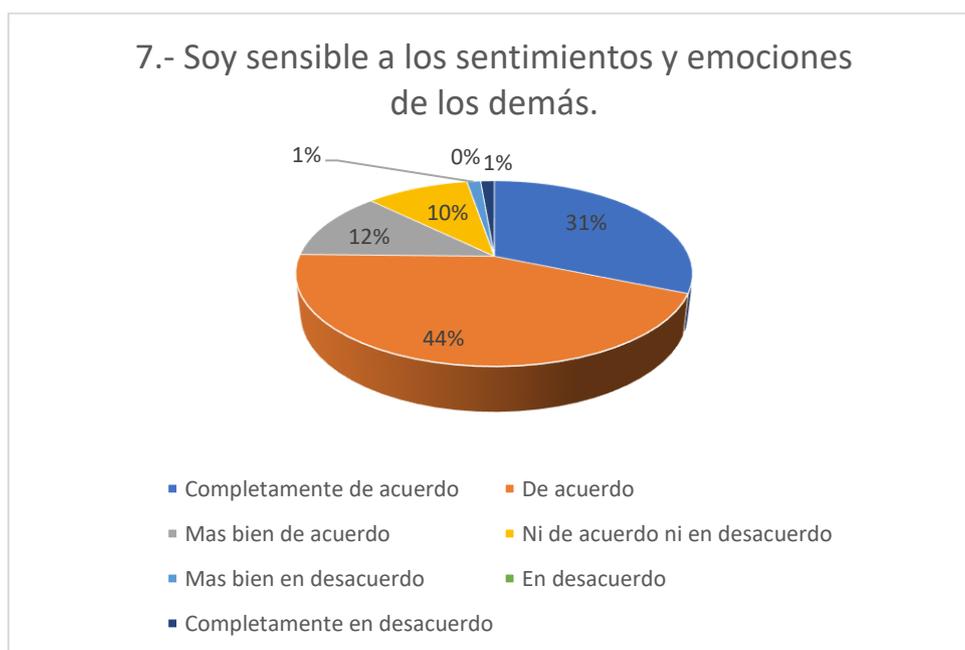
Pregunta 7. Soy sensible a los sentimientos y emociones de los demás.

Tabla 7

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	31%	47
De acuerdo	44%	66
Mas bien de acuerdo	12%	18
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10%	15
Mas bien en desacuerdo	1%	2
En desacuerdo	0%	0
Completamente en desacuerdo	1%	2
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 7



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si son sensibles a los sentimientos y emociones de los demás, el 44% estuvo “de acuerdo”.

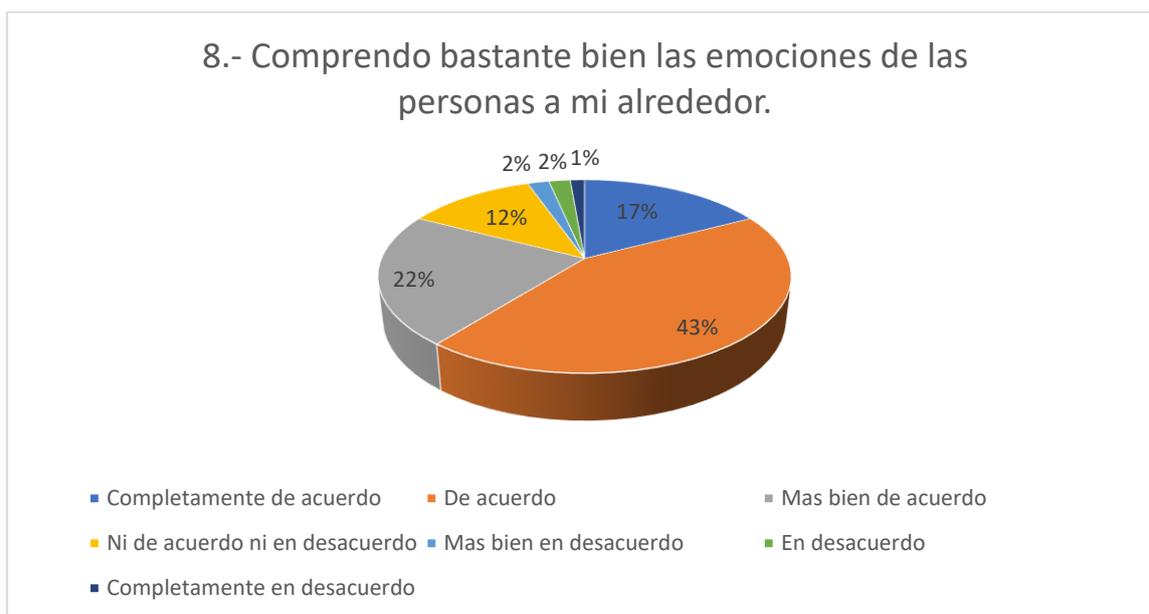
Pregunta 8. Comprendo bastante bien las emociones de las personas a mi alrededor.

Tabla 8

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	17%	26
De acuerdo	43%	65
Mas bien de acuerdo	22%	33
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12%	18
Mas bien en desacuerdo	2%	3
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	1%	2
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 8



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si comprenden bastante bien las emociones de las personas a su alrededor, el 43% estuvo “de acuerdo”.

USO DE LAS EMOCIONES (ASIMILACIÓN)

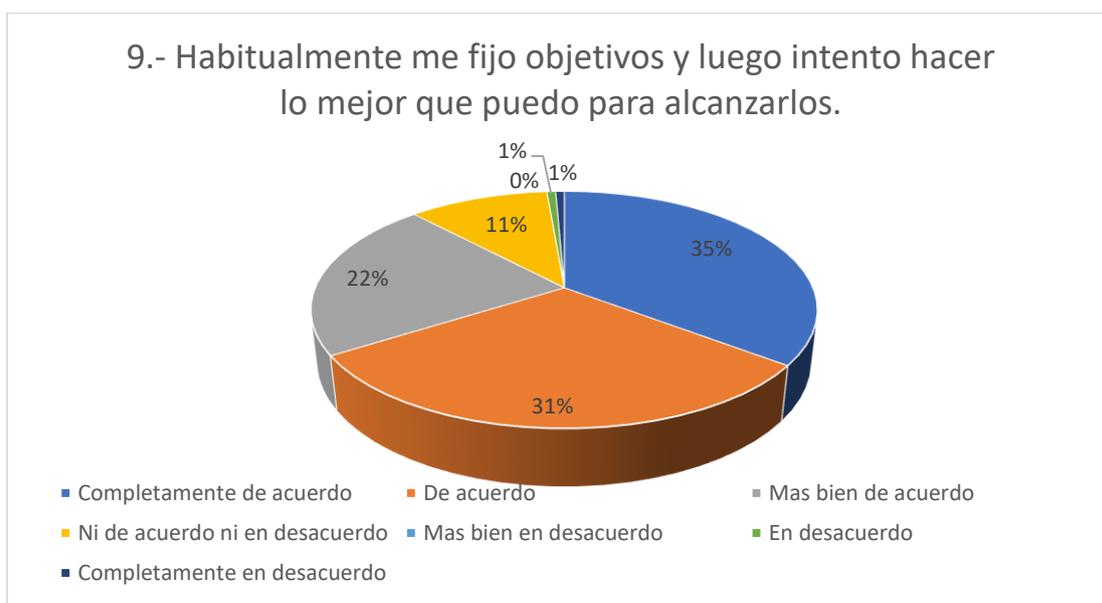
Pregunta 9. Habitualmente me fijo objetivos y luego intento hacer lo mejor que puedo para alcanzarlos.

Tabla 9

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	35%	53
De acuerdo	31%	46
Mas bien de acuerdo	22%	33
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11%	16
Mas bien en desacuerdo	0%	0
En desacuerdo	1%	1
Completamente en desacuerdo	1%	1
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 9



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si habitualmente se fijan en objetivos y luego intento hacer lo mejor que puedo para alcanzarlos, el 35% estuvo “totalmente de acuerdo”.

Pregunta 10. Siempre me digo a mí mismo/a que soy una persona competente.

Tabla 10

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	32%	48
De acuerdo	39%	59
Mas bien de acuerdo	16%	24
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6%	9
Mas bien en desacuerdo	5%	7
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	0%	0
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 10



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si siempre se dicen a si mismo/a que soy una persona competente, el 39% estuvo “de acuerdo”

Pregunta 11. Me resulta fácil movilizarme a mí mismo/a para hacer las cosas.

Tabla 11

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	29%	43
De acuerdo	44%	66
Mas bien de acuerdo	13%	19
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9%	13
Mas bien en desacuerdo	4%	6
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	0%	0
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 11



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si les resulta fácil movilizarse a sí mismo/a para hacer las cosas, el 44% estuvo “de acuerdo”.

Pregunta 12. Siempre me animo a mí mismo/a intentar hacer las cosas lo mejor que puedo

Tabla 12

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	40%	60
De acuerdo	43%	64
Mas bien de acuerdo	9%	14
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7%	10
Mas bien en desacuerdo	1%	2
En desacuerdo	0%	0
Completamente en desacuerdo	0%	0
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 12



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si siempre se animan a si mismo/a intentar hacer las cosas lo mejor que puedo, 43% estuvieron “de acuerdo”.

EVALUACIÓN DE LAS EMOCIONES DE LOS DEMÁS (PERCEPCIÓN INTERPERSONAL)

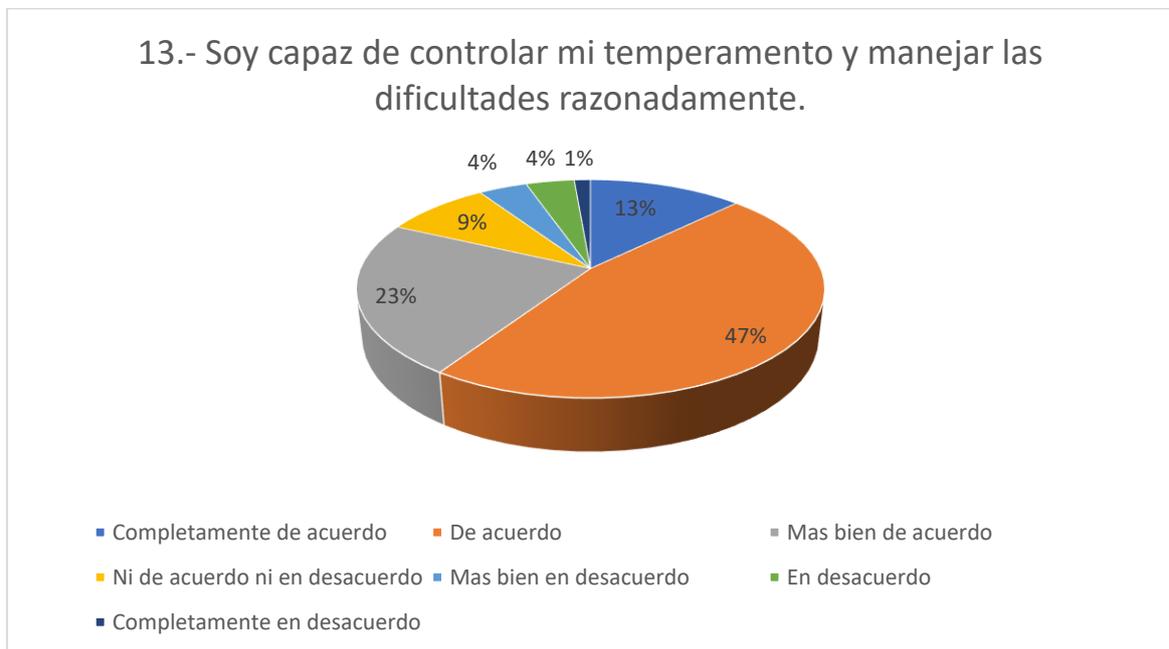
Pregunta 13.- Soy capaz de controlar mi temperamento y manejar las dificultades razonadamente.

Tabla 13

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	13%	19
De acuerdo	47%	70
Mas bien de acuerdo	23%	34
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9%	13
Mas bien en desacuerdo	4%	6
En desacuerdo	4%	6
Completamente en desacuerdo	1%	2
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 13



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si son capaces de controlar su temperamento y manejar las dificultades razonadamente, el 47% estuvo “de acuerdo”

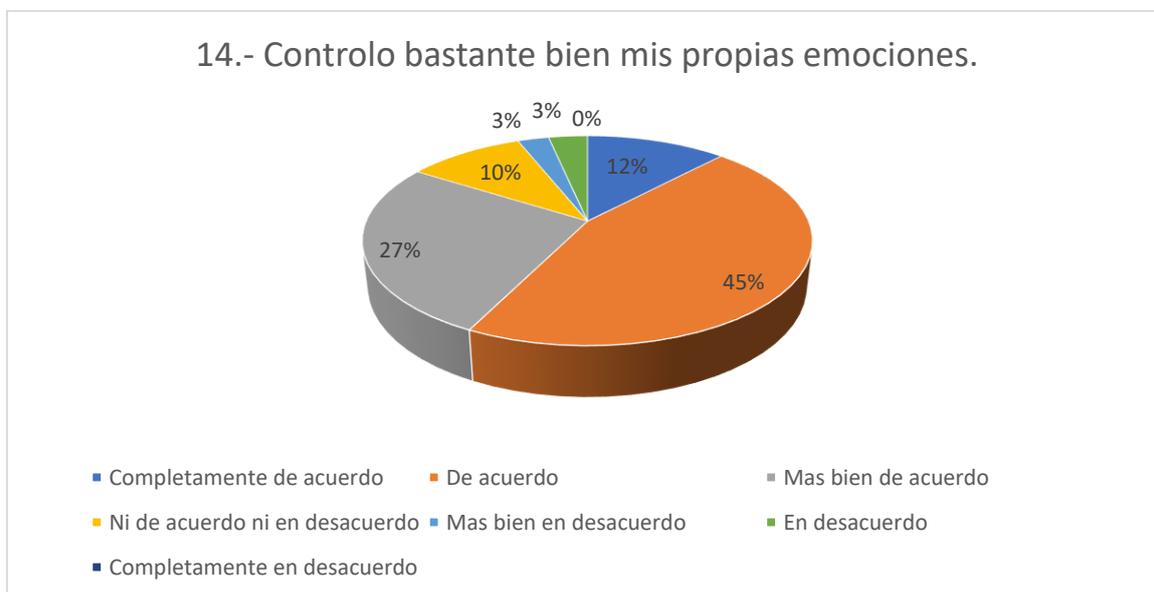
Pregunta 14. Controlo bastante bien mis propias emociones.

Tabla 14

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	12%	18
De acuerdo	45%	68
Mas bien de acuerdo	27%	40
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10%	15
Mas bien en desacuerdo	3%	4
En desacuerdo	3%	5
Completamente en desacuerdo	0%	0
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 14



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si controlan bastante bien sus propias emociones, el 45% estuvo “de acuerdo”.

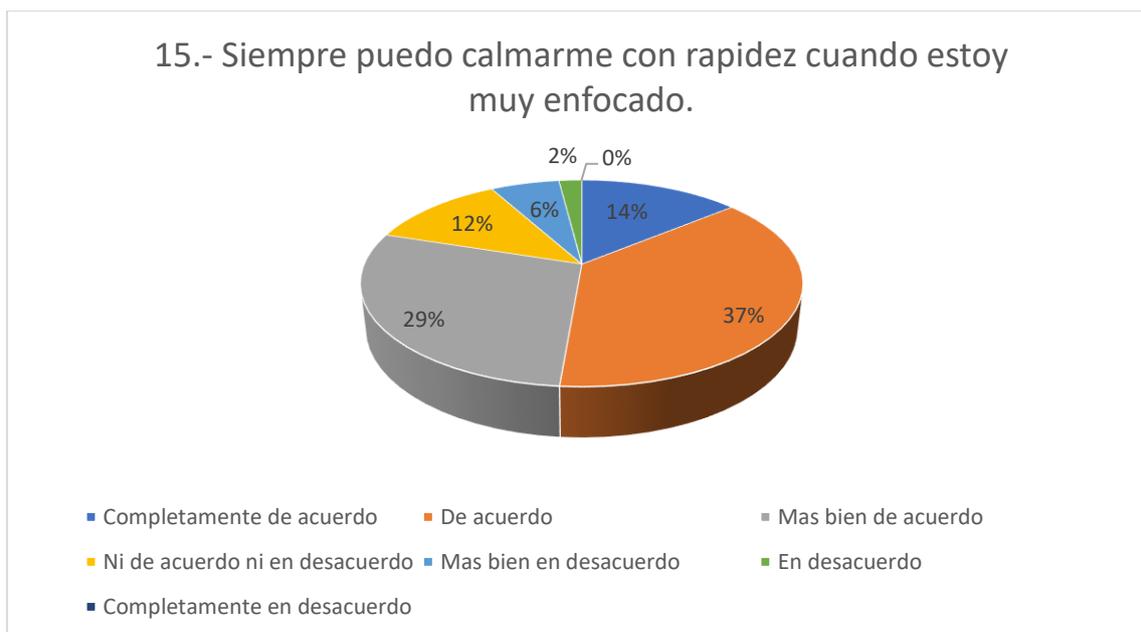
Pregunta 15. Siempre puedo calmarme con rapidez cuando estoy muy enfocado.

Tabla 15

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	14%	21
De acuerdo	37%	56
Mas bien de acuerdo	29%	43
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12%	18
Mas bien en desacuerdo	6%	9
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	0%	0
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 15



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si siempre pueden calmarse con rapidez cuando están muy enfocados, el 37% “estuvo de acuerdo”.

Pregunta 16.

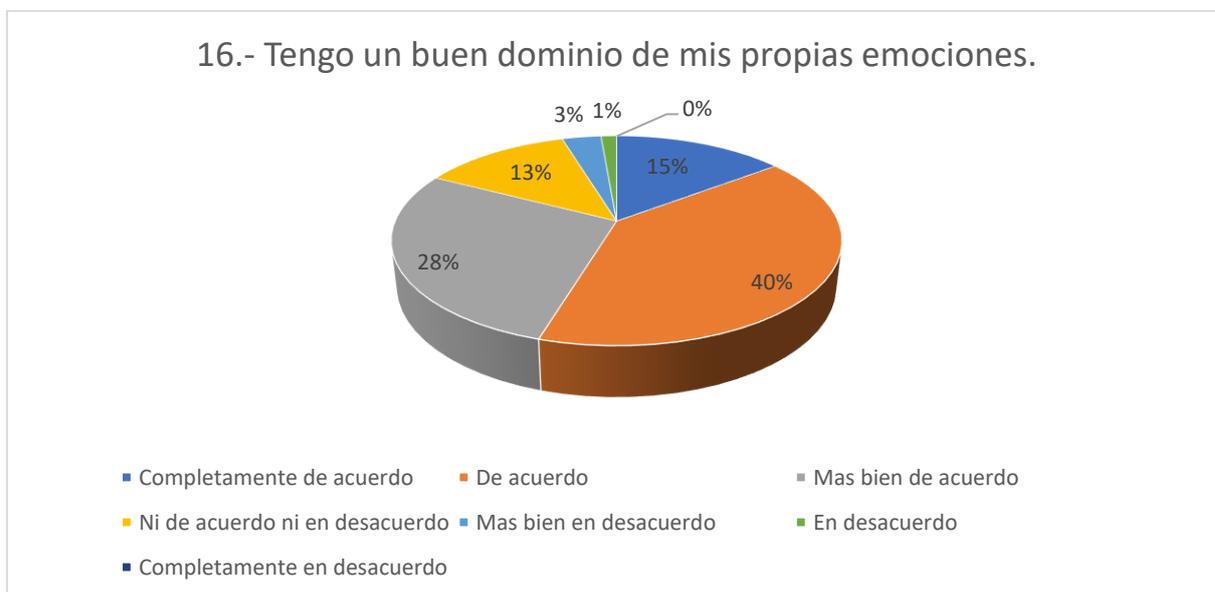
Tengo un buen dominio de mis propias emociones.

Tabla 16

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	15%	22
De acuerdo	40%	60
Mas bien de acuerdo	28%	42
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13%	19
Mas bien en desacuerdo	3%	5
En desacuerdo	1%	2
Completamente en desacuerdo	0%	0
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 16



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si tienen un buen dominio de sus propias emociones, el 40% estuvieron “de acuerdo”.

ESCALA DE SATISFACCIÓN CON LA VIDA

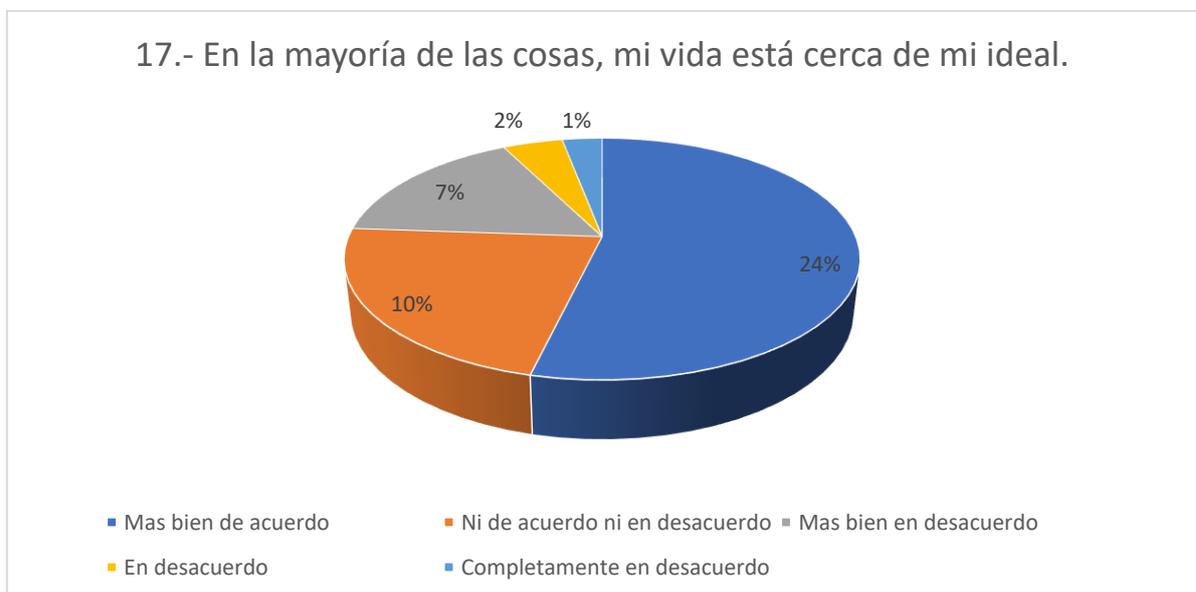
Pregunta 17. En la mayoría de las cosas, mi vida está cerca de mi ideal.

Tabla 17

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	15%	23
De acuerdo	40%	60
Mas bien de acuerdo	24%	36
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10%	15
Mas bien en desacuerdo	7%	11
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	1%	2
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 17



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si en la mayoría de sus cosas, su vida está cerca de sus ideales, el 40% estuvo “de acuerdo”

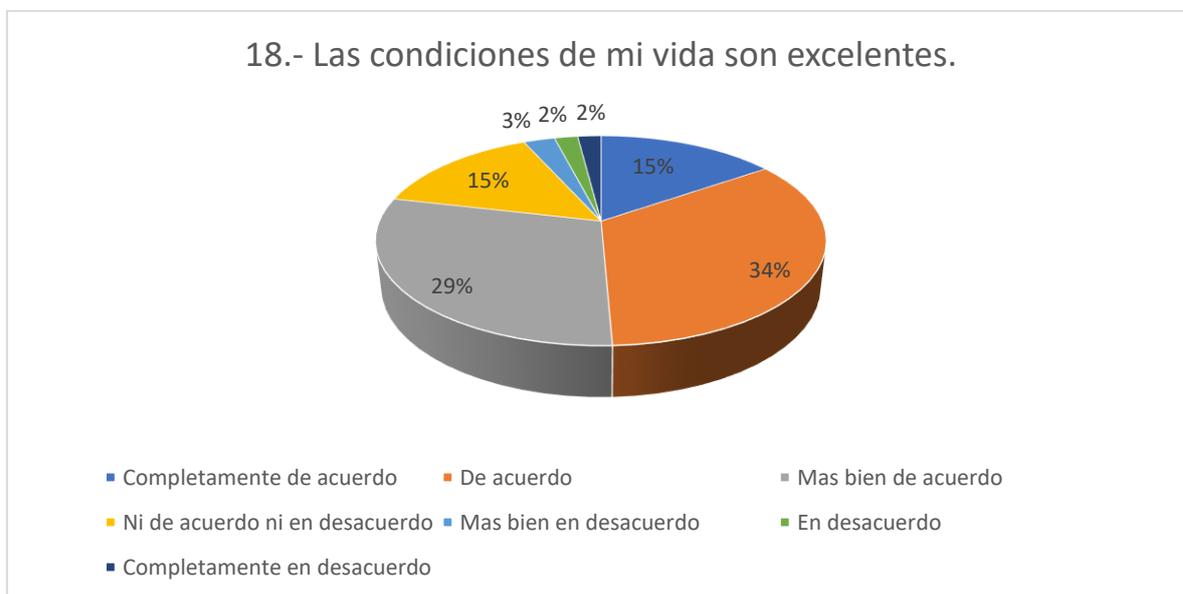
Pregunta 18. Las condiciones de mi vida son excelentes.

Tabla 18

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	15%	23
De acuerdo	34%	51
Mas bien de acuerdo	29%	44
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15%	22
Mas bien en desacuerdo	3%	4
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	2%	3
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 18



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si las condiciones de su vida son excelentes, el 34% estuvo “de acuerdo”.

Pregunta 19. Estoy satisfecho con mi vida.

Tabla 19

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	27%	41
De acuerdo	37%	55
Mas bien de acuerdo	18%	27
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15%	22
Mas bien en desacuerdo	1%	2
En desacuerdo	1%	1
Completamente en desacuerdo	1%	2
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 19



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si están satisfechos con su vida, el 37% estuvo “de acuerdo”.

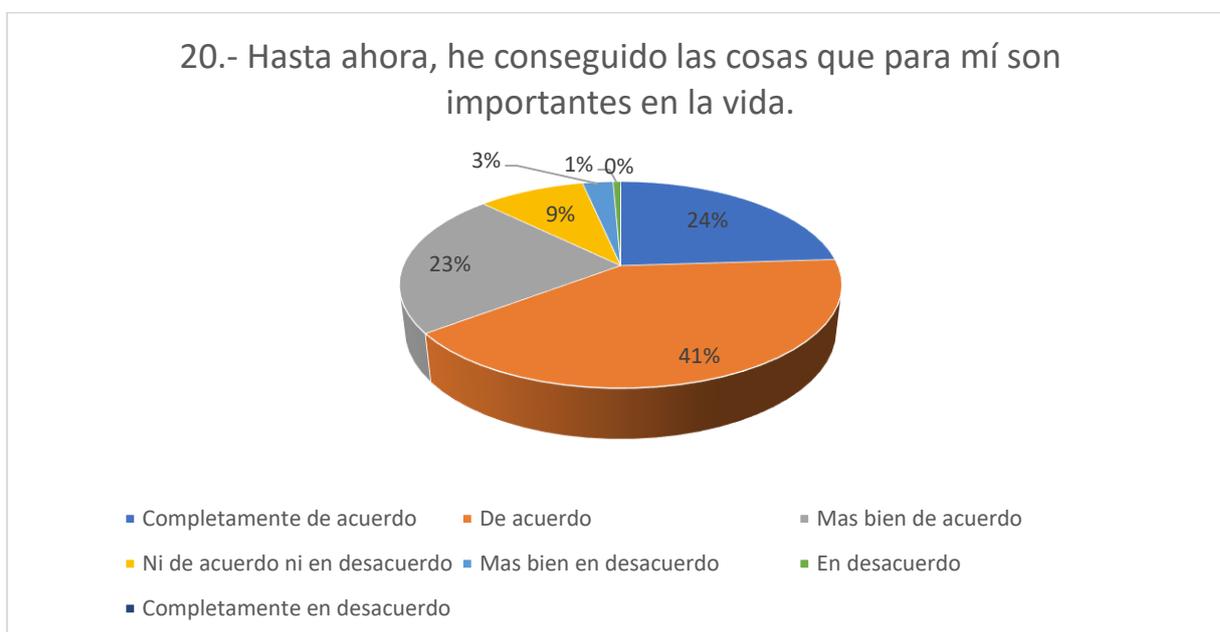
Pregunta 20. Hasta ahora, he conseguido las cosas que para mí son importantes en la vida.

Tabla 20

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	24%	36
De acuerdo	41%	61
Mas bien de acuerdo	23%	34
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9%	14
Mas bien en desacuerdo	3%	4
En desacuerdo	1%	1
Completamente en desacuerdo	0%	0
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 20



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si hasta ahora, han conseguido las cosas que son importantes para su vida, el 41% estuvo “de acuerdo”.

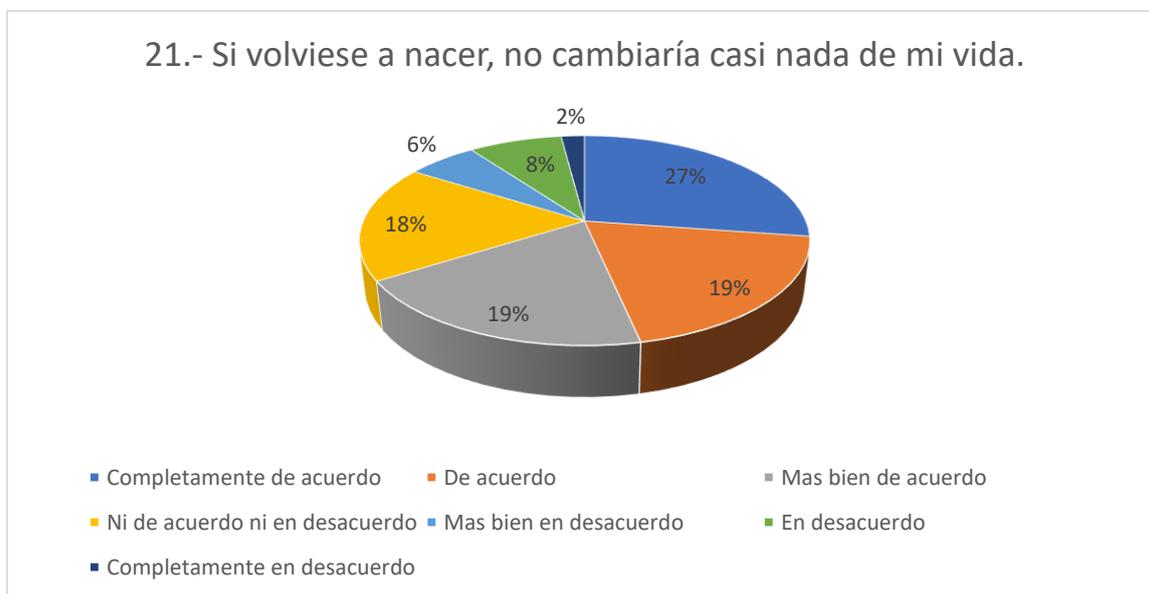
Pregunta 21. Si volviese a nacer, no cambiaría casi nada de mi vida.

Tabla 21

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	27%	41
De acuerdo	19%	29
Mas bien de acuerdo	19%	29
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18%	27
Mas bien en desacuerdo	6%	9
En desacuerdo	8%	12
Completamente en desacuerdo	2%	3
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 21



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas naturales si volviesen a nacer, no cambiarían casi nada de su vida, el 27% estuvieron “completamente de acuerdo”.

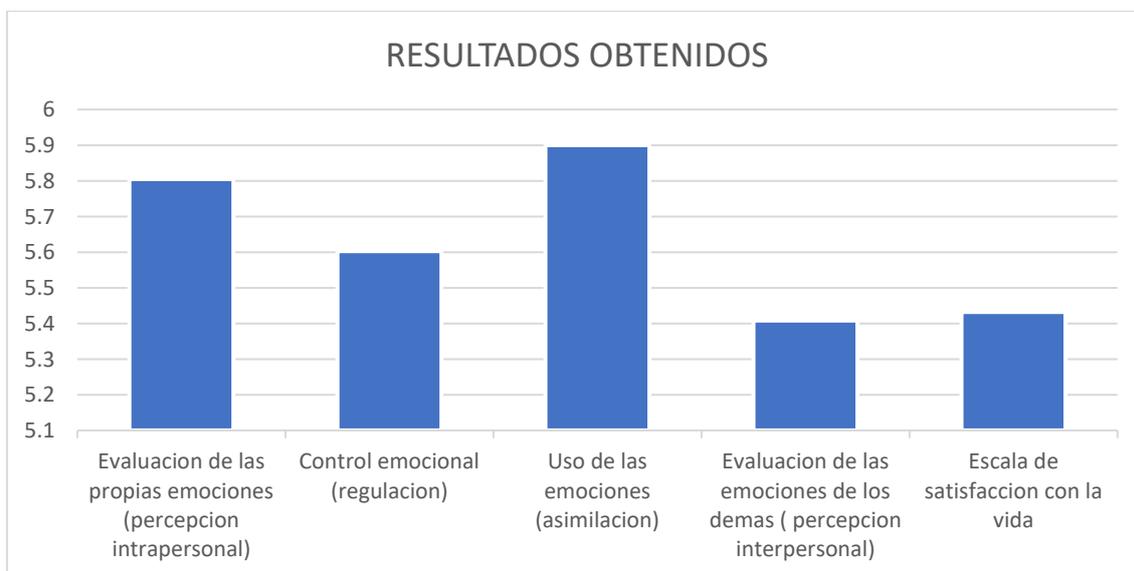
RESULTADOS OBTENIDOS

Tabla 22

OPCION	VALOR
Evaluación de las propias emociones (percepción intrapersonal)	5.805
Control emocional (regulación)	5.603
Uso de las emociones (asimilación)	5.9
Evaluación de las emociones de los demás (percepción interpersonal)	5.408
Escala de satisfacción con la vida	5.432

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 22



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

En el presente cuadro, que es el resumen de los anteriores, vemos que los valores de la inteligencia emocional, y satisfacción con la vida que: en cuanto a la “percepción intrapersonal” es de 5.805, de “regulación” es de 5.603, de “asimilación” es de 5.9, de “percepción” es de 5.408, y finalmente de la escala de satisfacción con la vida, es de 5.432.

PLANTAS DE PLASTICO

EVALUACIÓN DE LAS PROPIAS EMOCIONES (PERCEPCIÓN INTRAPERSONAL)

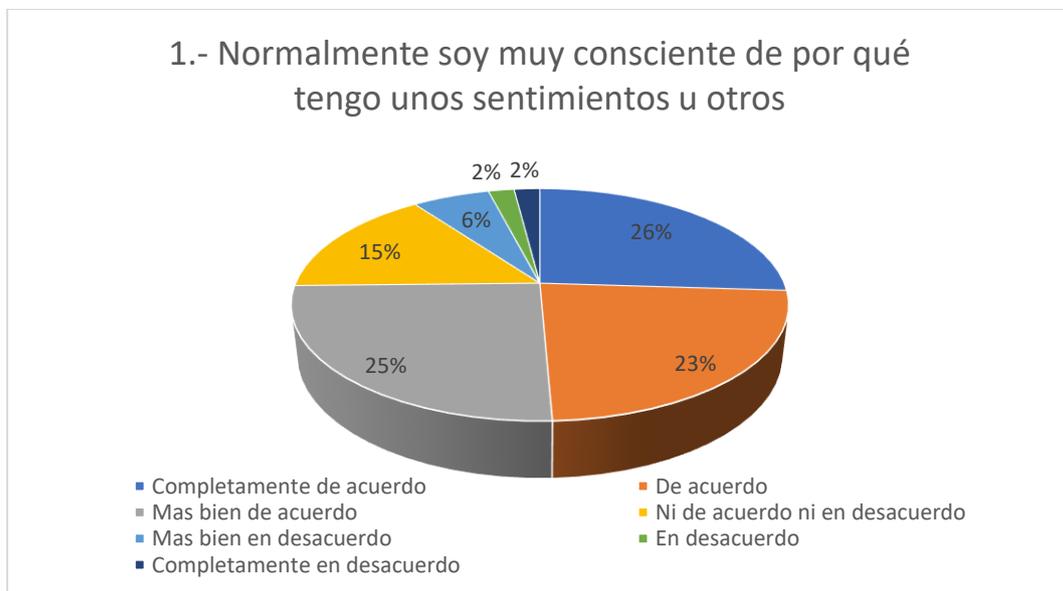
Pregunta 1. Normalmente soy muy consciente de por qué tengo unos sentimientos u otros

Tabla 23

OPCION	%	Nº ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	26%	39
De acuerdo	23%	35
Mas bien de acuerdo	25%	38
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15%	23
Mas bien en desacuerdo	6%	9
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	2%	3
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 23



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si normalmente son muy conscientes de por qué tienen unos sentimientos u otros, el 26% estuvo “totalmente de acuerdo”.

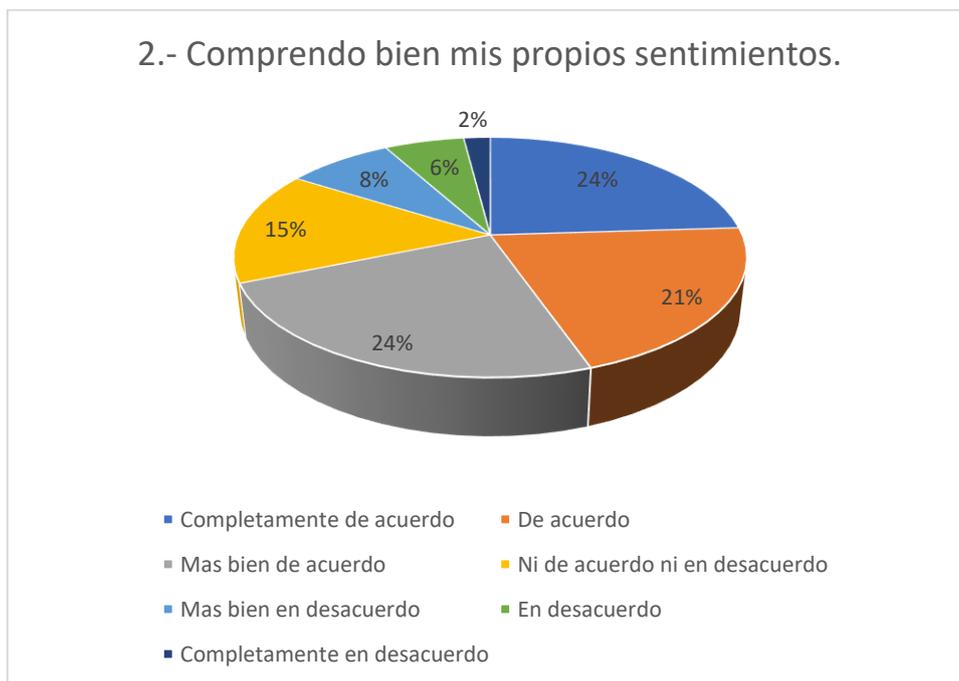
Pregunta 2. Comprendo bien mis propios sentimientos.

Tabla 24

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	24%	36
De acuerdo	21%	31
Mas bien de acuerdo	24%	36
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15%	23
Mas bien en desacuerdo	8%	12
En desacuerdo	6%	9
Completamente en desacuerdo	2%	3
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 24



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si comprenden bien sus propios sentimientos, el 24% estuvo “completamente de acuerdo” y “mas bien de acuerdo”.

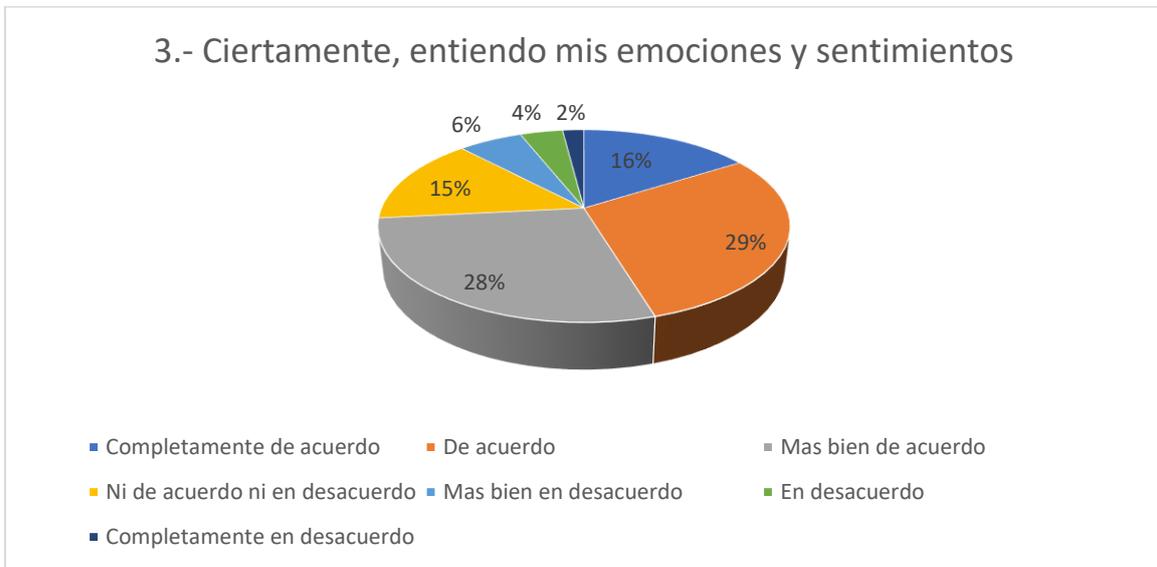
Pregunta 3. Ciertamente, entiendo mis emociones y sentimientos

Tabla 25

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	16%	24
De acuerdo	29%	44
Mas bien de acuerdo	28%	42
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15%	22
Mas bien en desacuerdo	6%	9
En desacuerdo	4%	6
Completamente en desacuerdo	2%	3
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 25



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si ciertamente, entienden sus emociones y sentimientos, el 29% estuvo “de acuerdo”

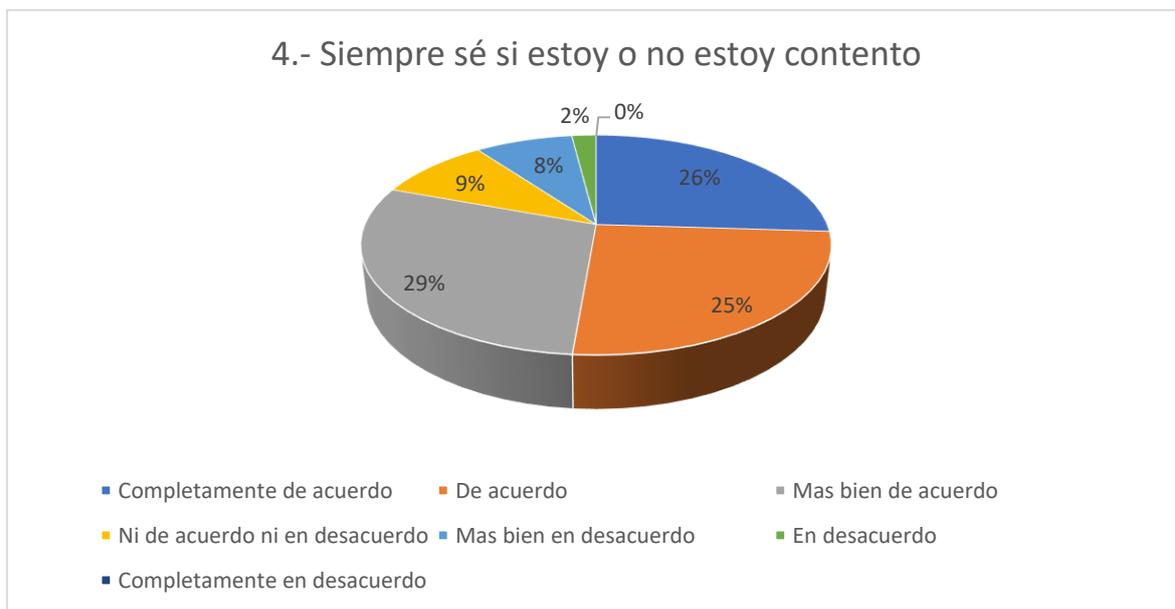
Pregunta 4. Siempre sé si estoy o no estoy contento

Tabla 26

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	26%	39
De acuerdo	25%	38
Mas bien de acuerdo	29%	44
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9%	14
Mas bien en desacuerdo	8%	12
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	0%	0
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 26



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si siempre saben si están o no están contentos, el 29% estaban “más bien de acuerdo”.

CONTROL EMOCIONAL (REGULACIÓN)

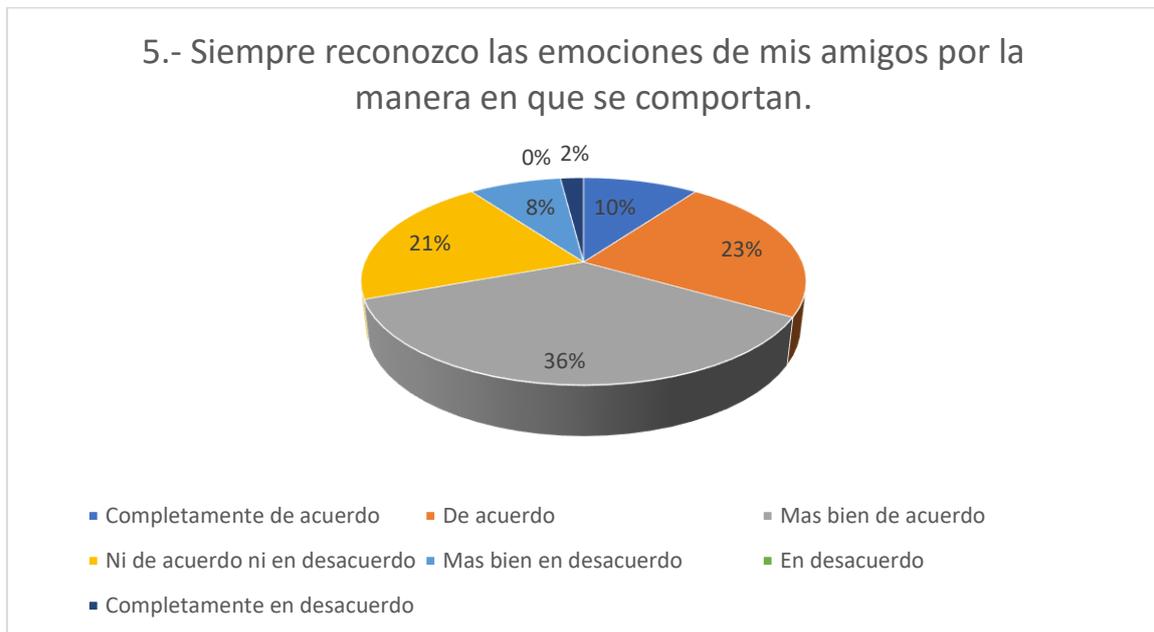
Pregunta 5. Siempre reconozco las emociones de mis amigos por la manera en que se comportan.

Tabla 27

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	10%	15
De acuerdo	23%	35
Mas bien de acuerdo	36%	54
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21%	31
Mas bien en desacuerdo	8%	12
En desacuerdo	0%	0
Completamente en desacuerdo	2%	3
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 27



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si siempre reconocían las emociones de sus amigos por la manera en que se comportan, el 36% estuvo “más bien de acuerdo”.

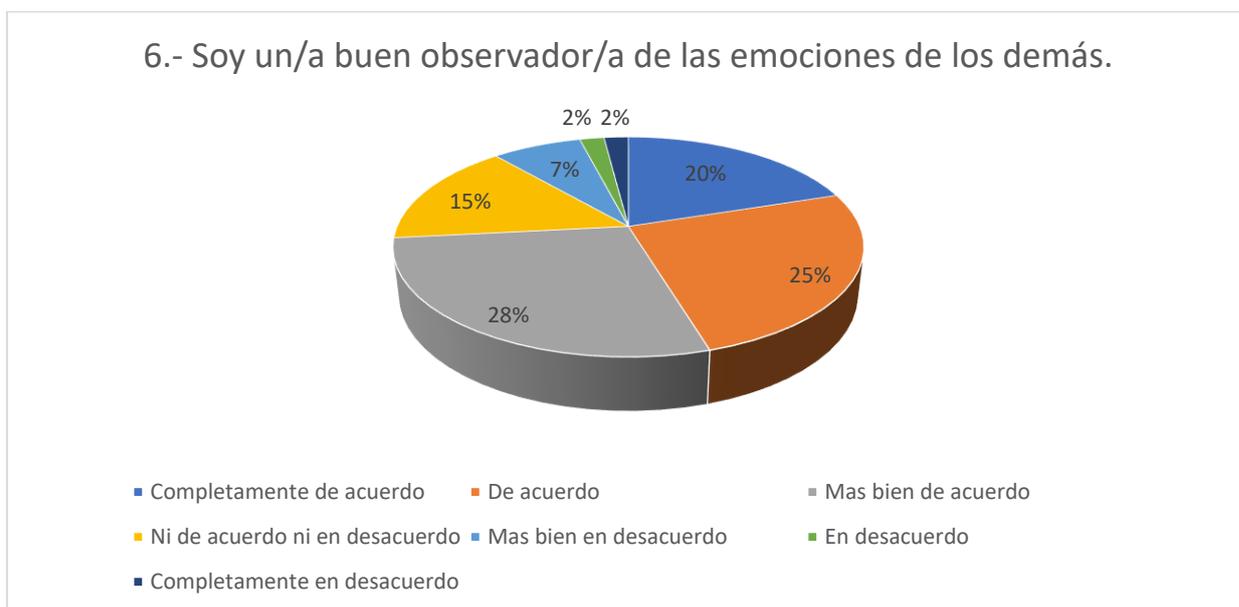
Pregunta 6. Soy un/a buen observador/a de las emociones de los demás.

Tabla 28

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	20%	30
De acuerdo	25%	38
Mas bien de acuerdo	28%	42
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15%	23
Mas bien en desacuerdo	7%	11
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	2%	3
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 28



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si son un/a buen observador/a de las emociones de los demás, el 28% estuvo “más bien de acuerdo”.

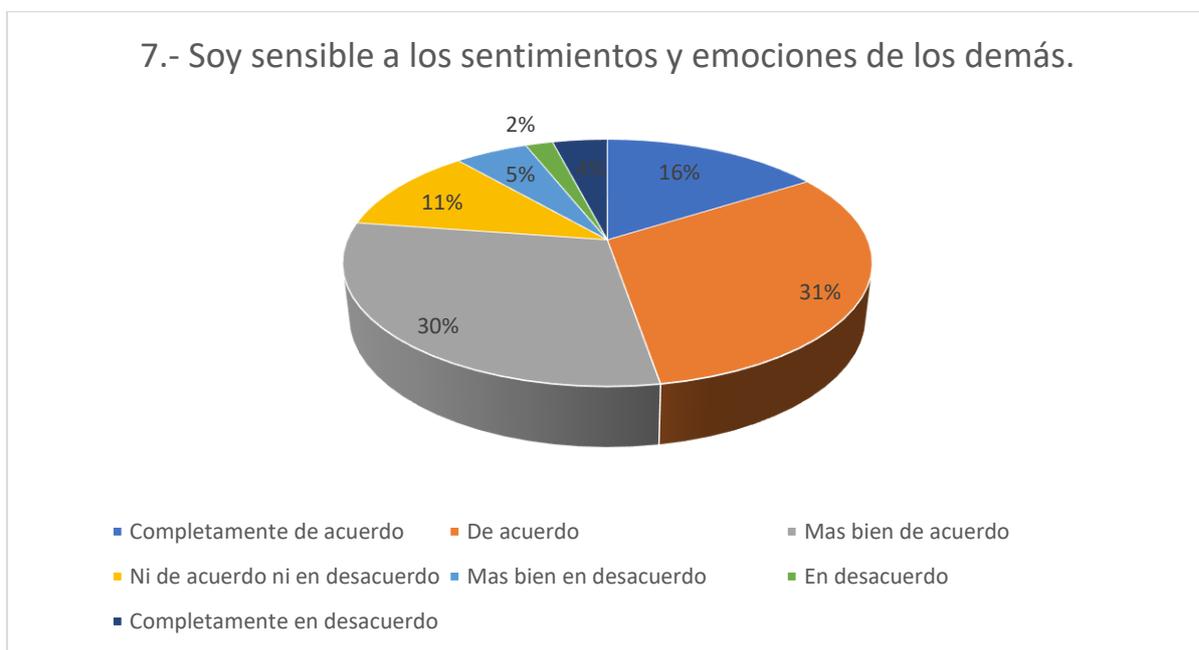
Pregunta 7. Soy sensible a los sentimientos y emociones de los demás.

Tabla 29

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	16%	24
De acuerdo	31%	47
Mas bien de acuerdo	30%	45
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11%	17
Mas bien en desacuerdo	5%	8
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	4%	6
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 29



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si son sensibles a los sentimientos y emociones de los demás, el 31% estuvo “de acuerdo”.

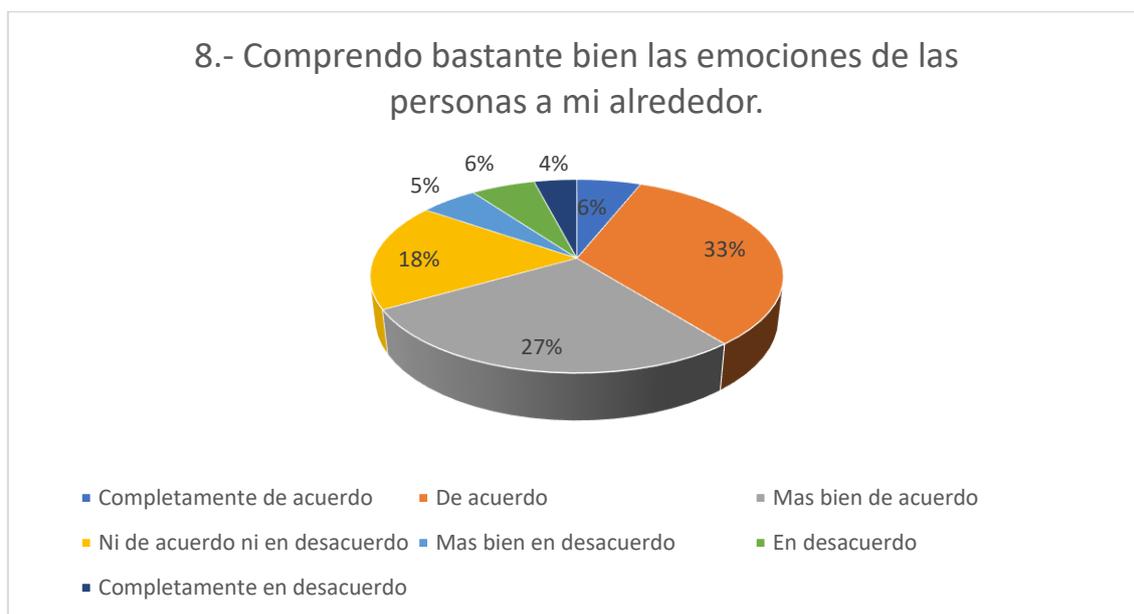
Pregunta 8. Comprendo bastante bien las emociones de las personas a mi alrededor.

Tabla 30

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	6%	9
De acuerdo	33%	50
Mas bien de acuerdo	27%	41
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18%	27
Mas bien en desacuerdo	5%	8
En desacuerdo	6%	9
Completamente en desacuerdo	4%	6
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 30



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si comprenden bastante bien las emociones de las personas a su alrededor, el 33% estuvo “de acuerdo”.

USO DE LAS EMOCIONES (ASIMILACIÓN)

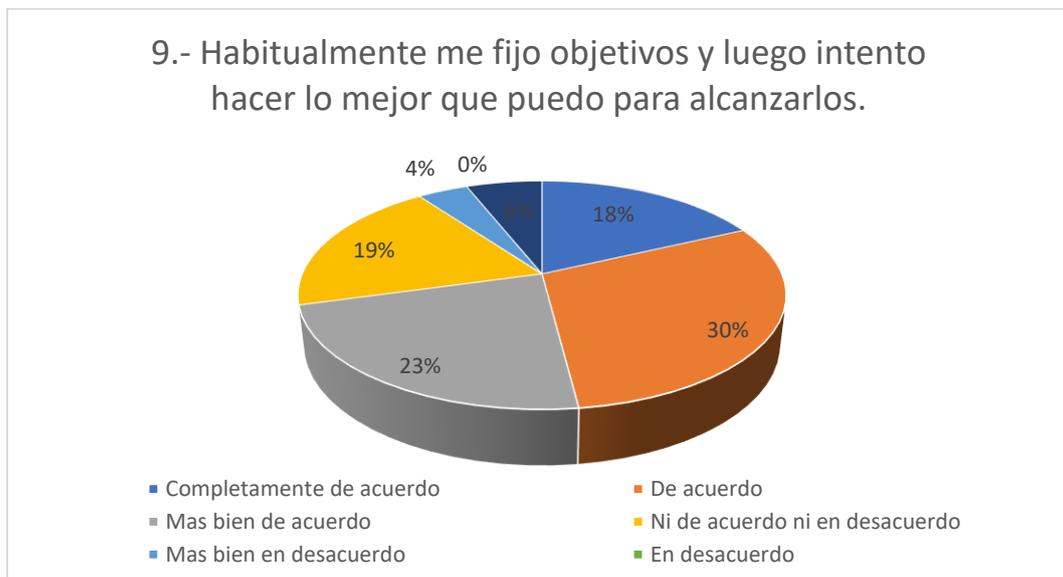
Pregunta 9. Habitualmente me fijo objetivos y luego intento hacer lo mejor que puedo para alcanzarlos

Tabla 31

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	18%	27
De acuerdo	30%	45
Mas bien de acuerdo	23%	34
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19%	29
Mas bien en desacuerdo	4%	6
En desacuerdo	0%	0
Completamente en desacuerdo	6%	9
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 31



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si habitualmente se fijan en objetivos y luego intentan hacer lo mejor que pueden para alcanzarlos, el 30% estuvo “de acuerdo”.

Pregunta 10. Siempre me digo a mí mismo/a que soy una persona competente.

Tabla 32

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	20%	30
De acuerdo	32%	48
Mas bien de acuerdo	29%	43
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11%	17
Mas bien en desacuerdo	2%	3
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	4%	6
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 32



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si siempre se dicen a si mismos que es una persona competente, el 32% estuvo “de acuerdo”

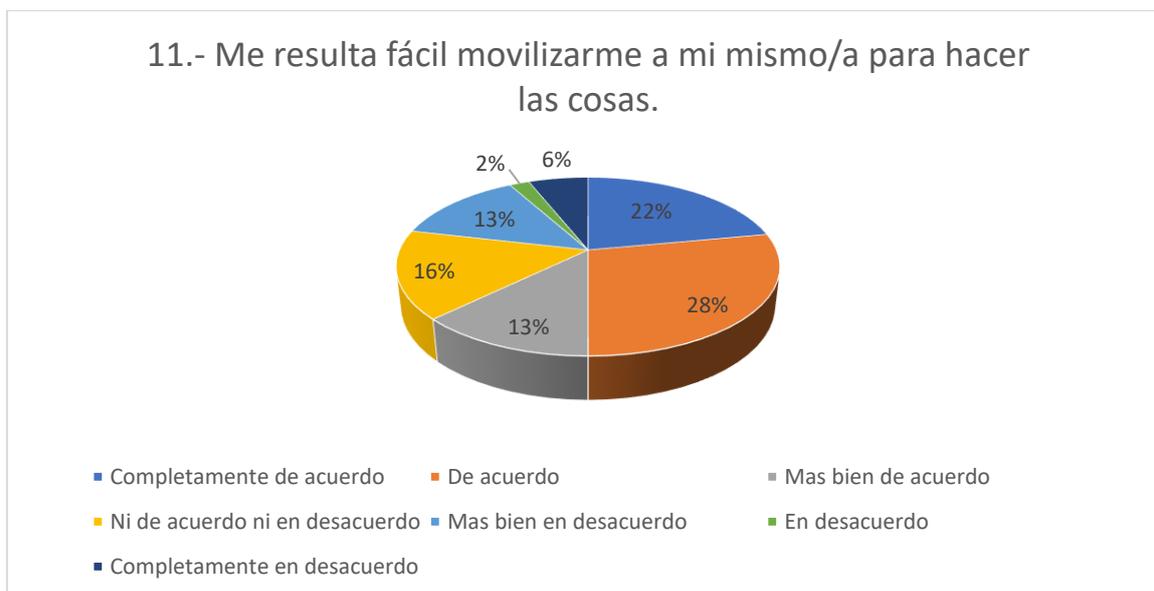
Pregunta 11. Me resulta fácil movilizarme a mí mismo/a para hacer las cosas.

Tabla 33

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	22%	33
De acuerdo	28%	42
Mas bien de acuerdo	13%	19
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16%	24
Mas bien en desacuerdo	13%	20
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	6%	9
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 33



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si les resulta fácil movilizarse a sí mismo/a para hacer las cosas, el 28% estuvo “de acuerdo”.

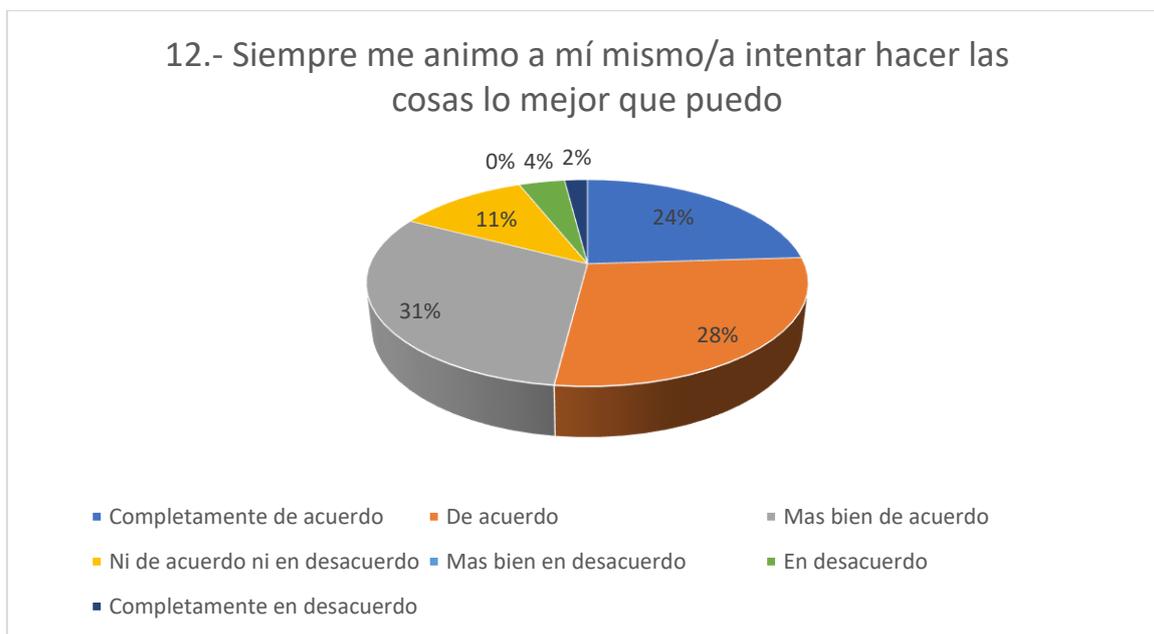
Pregunta 12. Siempre me animo a mí mismo/a intentar hacer las cosas lo mejor que puedo

Tabla 34

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	24%	36
De acuerdo	28%	42
Mas bien de acuerdo	31%	46
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11%	17
Mas bien en desacuerdo	0%	0
En desacuerdo	4%	6
Completamente en desacuerdo	2%	3
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 34



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si siempre se animan a sí mismos al intentar hacer las cosas lo mejor que pueden, el 31% estuvieron “mas bien de acuerdo”

EVALUACIÓN DE LAS EMOCIONES DE LOS DEMÁS (PERCEPCIÓN INTERPERSONAL)

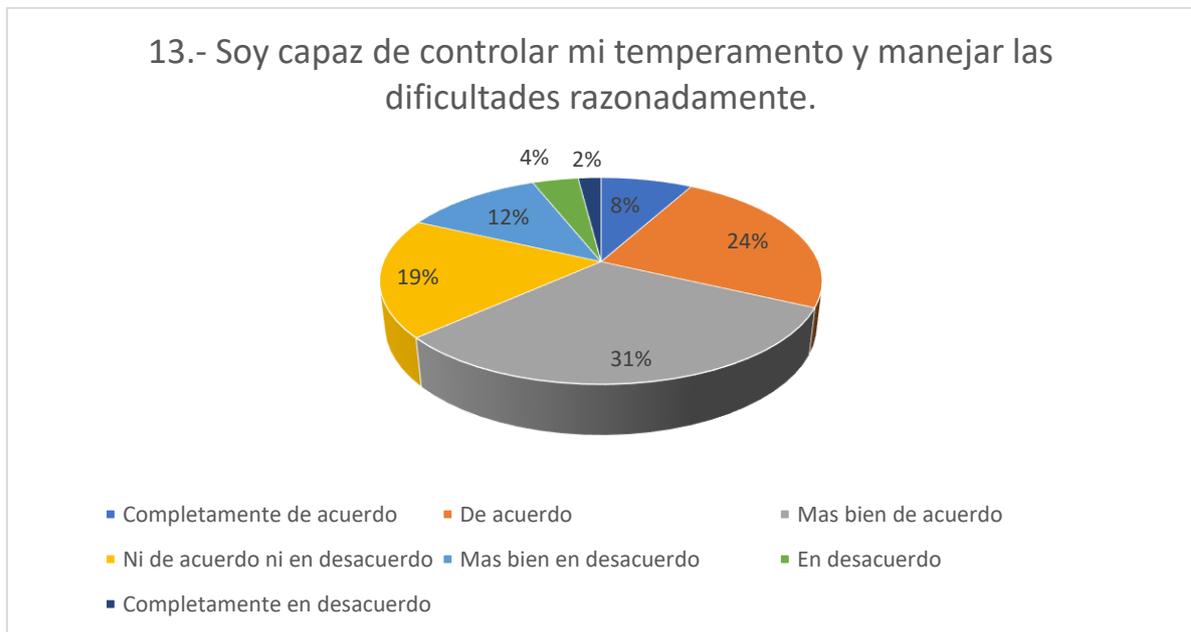
Pregunta 13. Soy capaz de controlar mi temperamento y manejar las dificultades razonadamente.

Tabla 35

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	8%	12
De acuerdo	24%	36
Mas bien de acuerdo	31%	47
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19%	28
Mas bien en desacuerdo	12%	18
En desacuerdo	4%	6
Completamente en desacuerdo	2%	3
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 35



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si son capaces de controlar su temperamento y manejar las dificultades razonadamente, el 31% estuvo “más bien de acuerdo”

Pregunta 14.

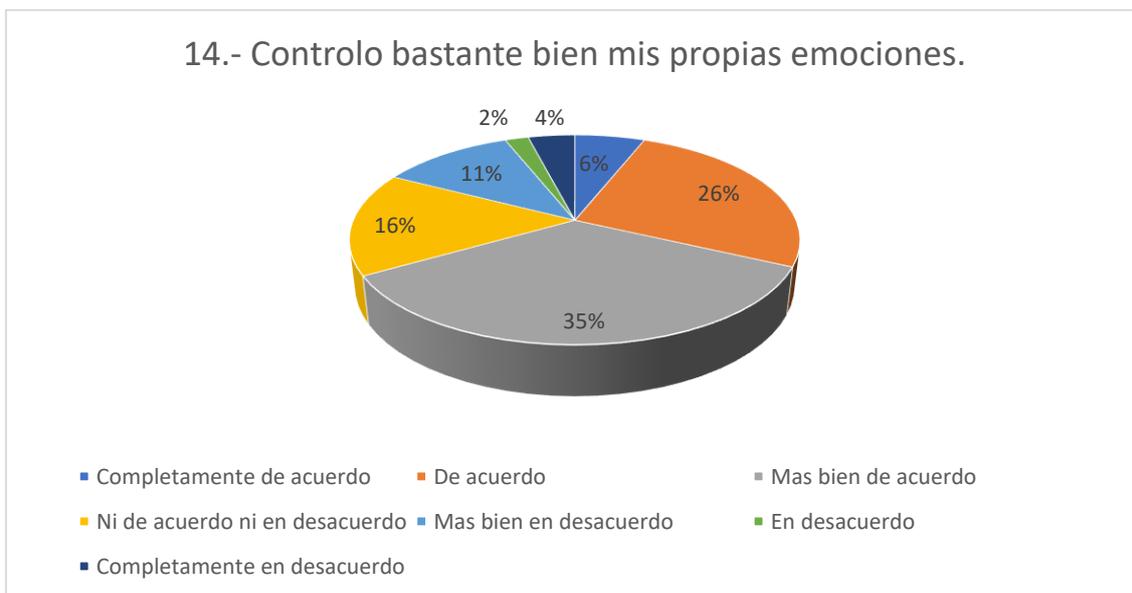
Controlo bastante bien mis propias emociones.

Tabla 36

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	6%	9
De acuerdo	26%	39
Mas bien de acuerdo	35%	52
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16%	24
Mas bien en desacuerdo	11%	17
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	4%	6
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 36



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si controlaban bastante bien sus propias emociones, el 35% estuvo “mas bien de acuerdo”

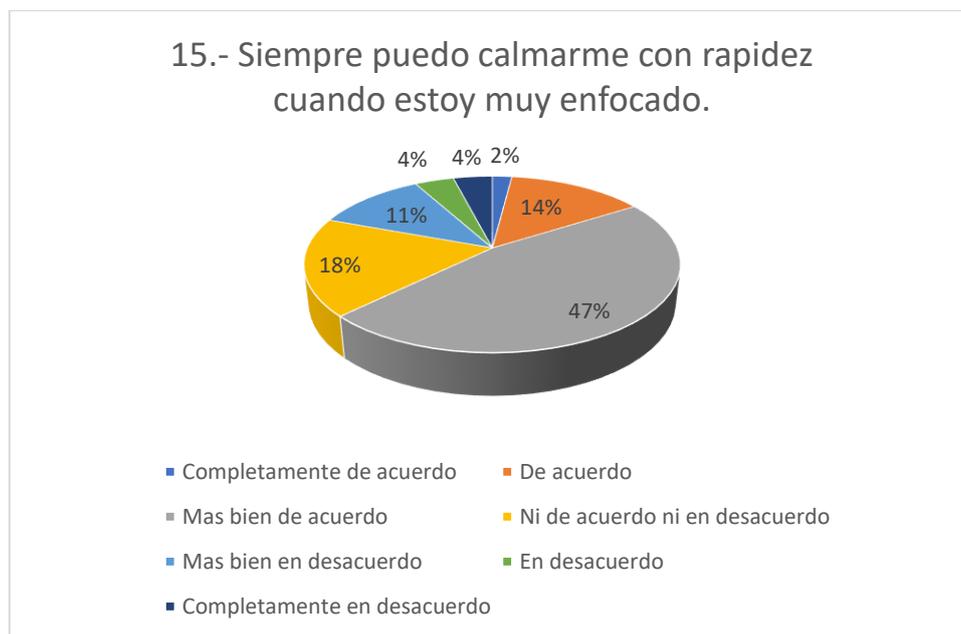
Pregunta 15. Siempre puedo calmarme con rapidez cuando estoy muy enfocado.

Tabla 37

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	2%	3
De acuerdo	14%	21
Mas bien de acuerdo	47%	70
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18%	27
Mas bien en desacuerdo	11%	17
En desacuerdo	4%	6
Completamente en desacuerdo	4%	6
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 37



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si Siempre pueden calmarse con rapidez cuando están muy enfocados, 47% estuvieron “más bien de acuerdo”.

Pregunta 16.

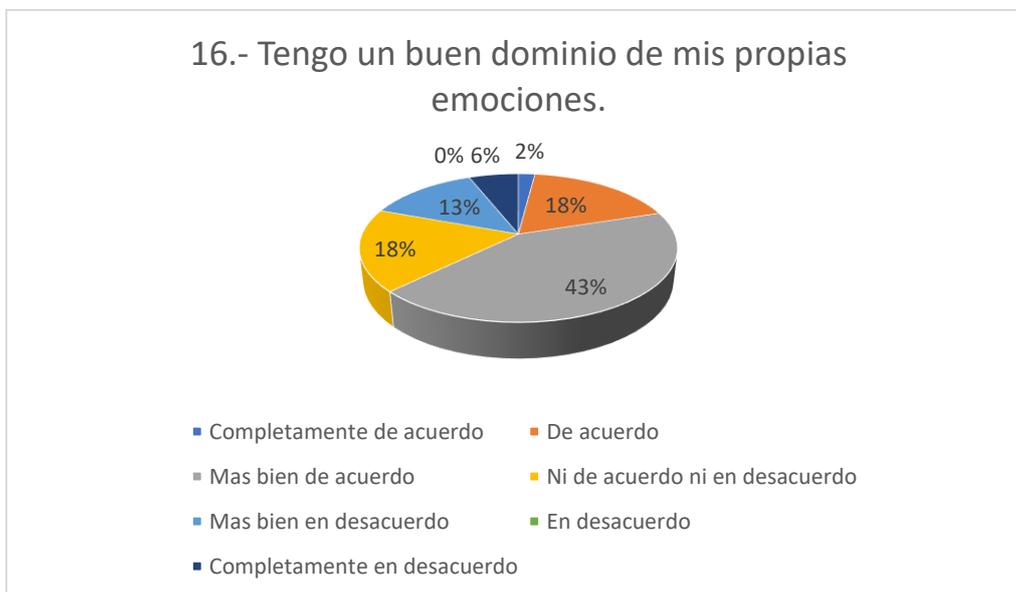
Tengo un buen dominio de mis propias emociones.

Tabla 38

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	2%	3
De acuerdo	18%	27
Mas bien de acuerdo	43%	64
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18%	27
Mas bien en desacuerdo	13%	20
En desacuerdo	0%	0
Completamente en desacuerdo	6%	9
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 38



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si tienen un buen dominio de sus propias emociones, el 43% estuvo “mas bien de acuerdo”.

ESCALA DE SATISFACCIÓN CON LA VIDA

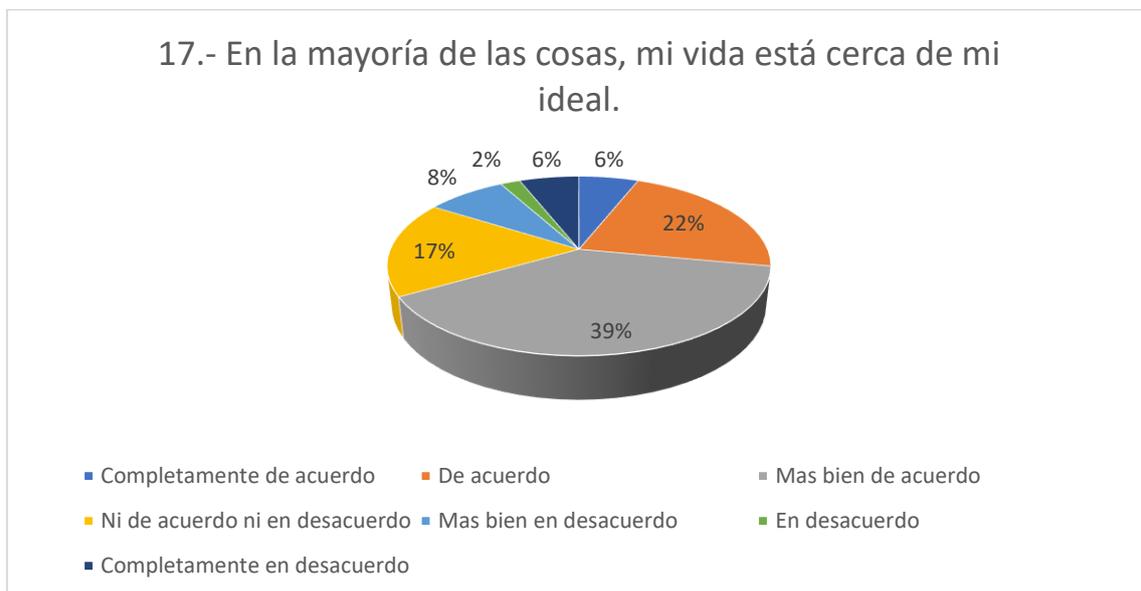
Pregunta 17. En la mayoría de las cosas, mi vida está cerca de mi ideal.

Tabla 39

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	6%	9
De acuerdo	22%	33
Mas bien de acuerdo	39%	58
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17%	26
Mas bien en desacuerdo	8%	12
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	6%	9
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 39



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si en la mayoría de las cosas, su vida está cerca de su ideal, el 39% estuvo “más bien de acuerdo”.

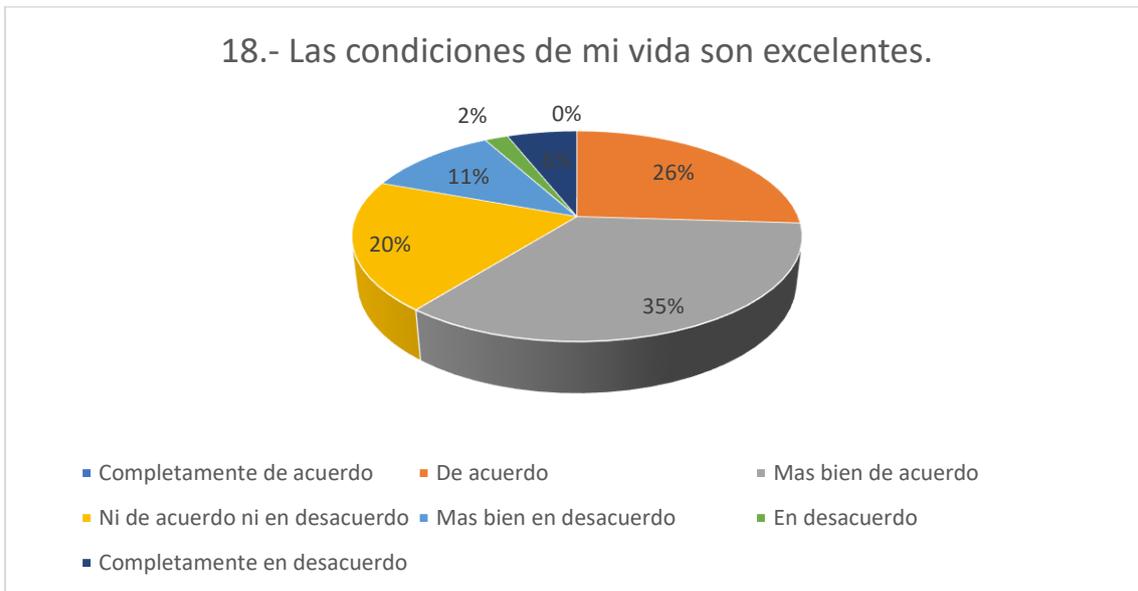
Pregunta 18. Las condiciones de mi vida son excelentes.

Tabla 40

OPCION	%	FRECUENCIA
Completamente de acuerdo	0%	0
De acuerdo	26%	39
Mas bien de acuerdo	35%	52
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20%	30
Mas bien en desacuerdo	11%	17
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	6%	9
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 40



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si Las condiciones de mi vida son excelentes.

Pregunta 19. Estoy satisfecho con mi vida.

Tabla 41

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	12%	18
De acuerdo	28%	42
Mas bien de acuerdo	25%	38
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15%	23
Mas bien en desacuerdo	13%	20
En desacuerdo	0%	0
Completamente en desacuerdo	6%	9
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 41



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si están satisfechos con su vida, el 28% estuvo “de acuerdo”

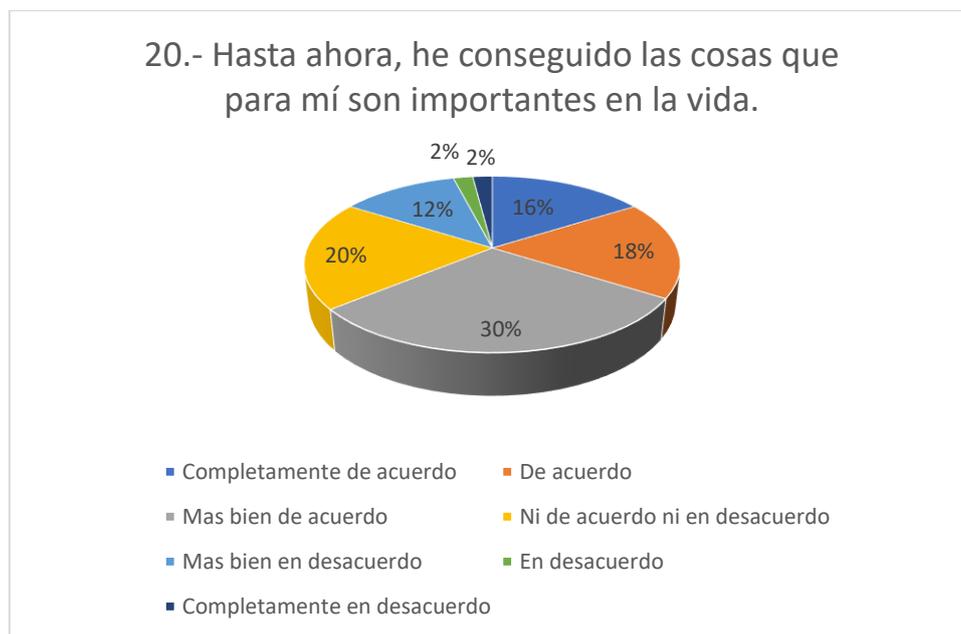
Pregunta 20. Hasta ahora, he conseguido las cosas que para mí son importantes en la vida.

Tabla 42

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	16%	24
De acuerdo	18%	27
Mas bien de acuerdo	30%	45
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20%	30
Mas bien en desacuerdo	12%	18
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	2%	3
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 42



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si Hasta ahora, he conseguido las cosas que para mí son importantes en la vida.

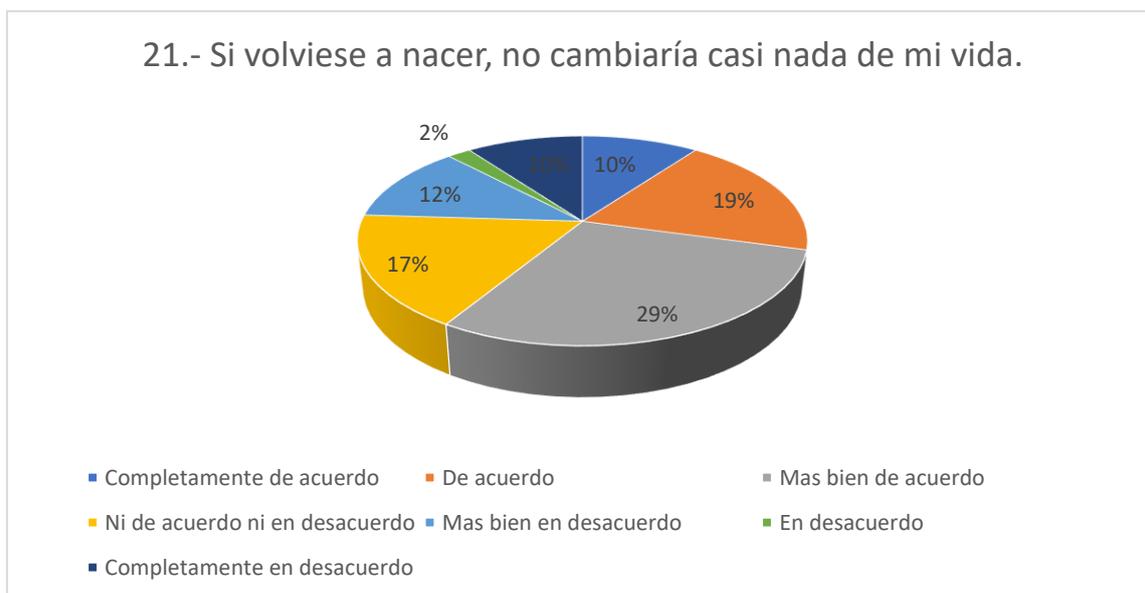
Pregunta 21. Si volviese a nacer, no cambiaría casi nada de mi vida.

Tabla 43

OPCION	%	N° ENTREVISTADOS
Completamente de acuerdo	10%	15
De acuerdo	19%	29
Mas bien de acuerdo	29%	44
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17%	26
Mas bien en desacuerdo	12%	18
En desacuerdo	2%	3
Completamente en desacuerdo	10%	15
TOTAL	100%	150

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 43



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Al preguntarles a los clientes de plantas artificiales si volviesen a nacer, no cambiarían casi nada de su vida, el 29% estuvo “más bien de acuerdo”.

RESULTADOS OBTENIDOS

Tabla 44

OPCION	VALOR
Evaluación de las propias emociones (percepción intrapersonal)	5.265
Control emocional (regulación)	5.055
Uso de las emociones (asimilación)	5.233
Evaluación de las emociones de los demás (percepción interpersonal)	4.643
Escala de satisfacción con la vida	4.708

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 44



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Se puede apreciar en el presente cuadro que resume los valores de la inteligencia emocional, y satisfacción con la vida que: en cuanto a la “percepción intrapersonal” es de 5.265, de “regulación” es de 5.055, de “asimilación” es de 5.233, de “percepción” es de 4.643, y finalmente de la escala de satisfacción con la vida, es de 4.708.

RESULTADOS DE CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Tabla 45

Descripción	Alfa de Cronbach
Inteligencia emocional – plantas naturales	0.893
Inteligencia emocional – plantas de plástico	0.943
Escala de satisfacción con la vida - plantas naturales	0.846
Escala de satisfacción con la vida - plantas de plástico	0.896

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach para realizar un análisis de confiabilidad de la herramienta de investigación de inteligencia emocional y la escala de satisfacción con la vida, los hallazgos son los siguientes:

En la prueba de confiabilidad alfa de Cronbach de la herramienta de inteligencia emocional, los hallazgos relacionados con plantas naturales obtuvieron un coeficiente de 0,893 y los hallazgos relacionados con plantas plásticas obtuvieron un coeficiente de 0,943.

En la herramienta de escala de satisfacción con la vida, el coeficiente para los hallazgos relacionados con las plantas naturales es 0,846 y el coeficiente para los hallazgos relacionados con las plantas plásticas es 0,896.

Estos indicadores indican que, en general, ambas herramientas tienen una alta confiabilidad, lo que asegura la confiabilidad de los hallazgos de la investigación.

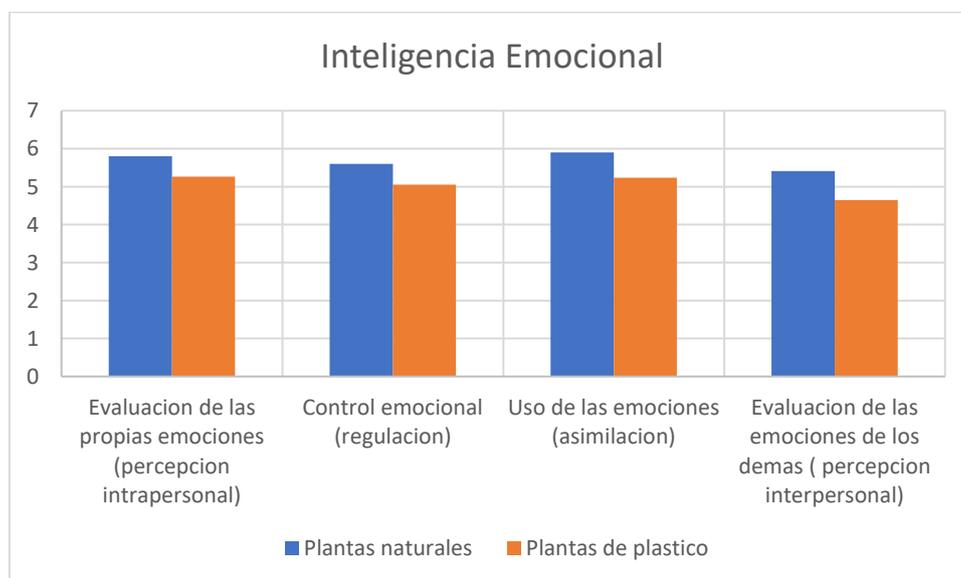
RESULTADOS DE BRECHAS DE CADA VARIABLE DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Tabla 46

Ítem	Plantas naturales	Plantas de plástico	Brecha
Evaluación de las propias emociones (percepción intrapersonal)	5.805	5.265	0.54
Control emocional (regulación)	5.603	5.055	0.548
Uso de las emociones (asimilación)	5.9	5.233	0.667
Evaluación de las emociones de los demás (percepción interpersonal)	5.408	4.643	0.765

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 45



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Como se puede apreciar claramente en el cuadro, existen brechas positivas en favor de los clientes de plantas ornamentales naturales en todos los indicadores de Inteligencia Emocional, pudiendo destacar la mayor con 5.805 en “evaluación de las propias emociones”.

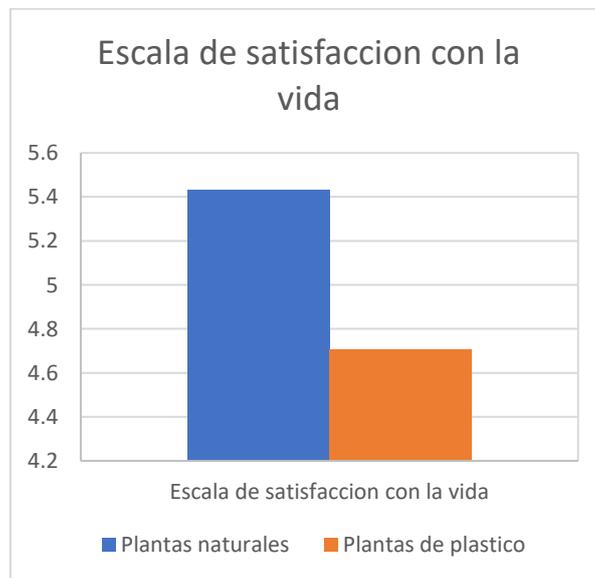
ESCALA DE SATISFACCIÓN CON LA VIDA

Tabla 47

Ítem	Plantas naturales	Plantas de plástico	Brecha
Escala de satisfacción con la vida	5.432	4.708	0.724

Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

Gráfico 46



Fuente: Vizcarra 2023 - Elaboración propia.

El presente cuadro de la escala de satisfacción con la vida, tenemos que los clientes de plantas ornamentales naturales tienen una mayor brecha de 0.724 como resultado, lo que nos permite interpretar que estos poseen una mejor satisfacción con la vida, los que adquieren plantas artificiales.

CONCLUSIONES

PRIMERA. Se determinó que, los clientes de plantas ornamentales naturales tienen mayores niveles de Inteligencia Emocional Percibida en todos los indicadores, destacando el de “evaluación de las propias emociones”, con un promedio a favor de 5.805. En cuanto a la Satisfacción Vital, los clientes de plantas ornamentales naturales tienen una brecha de 0.724 a favor, que los que adquieren plantas artificiales en la ciudad de Tacna, con lo que se comprobó nuestra hipótesis principal.

SEGUNDA. Se comprobó que los clientes de plantas ornamentales naturales, tienen mayores niveles de valoración y expresión de sus emociones (percepción intrapersonal) con 5.805, que los clientes de plantas artificiales (5.265), en la ciudad de Tacna.

TERCERA. Se comprobó que, los clientes de plantas ornamentales naturales tienen mayores niveles de control de sus emociones (regulación) con 5.603, que los clientes de plantas artificiales (5.055), en la ciudad de Tacna.

CUARTA. Se comprobó que, los clientes de plantas ornamentales naturales hacen un mayor uso y regulación de sus emociones (asimilación) 5.9, que los clientes de plantas artificiales (5.233), en la ciudad de Tacna.

QUINTA. Se comprobó que, los clientes de plantas ornamentales naturales evalúan mejor sus emociones y la de los demás (percepción interpersonal) 5.408, que los clientes de plantas artificiales (4.643), en la ciudad de Tacna.

SEXTA. Se comprobó que, los clientes de plantas ornamentales naturales tienen una escala de Satisfacción con la Vida mayor 5.432 que los clientes de plantas artificiales (4.708), en la ciudad de Tacna.

RECOMENDACIONES

PRIMERA. Los profesionales del marketing deben considerar aspectos de la inteligencia emocional del consumidor al diseñar estrategias para ocasiones como el Día de la Madre, el Día del Padre, el 14 de febrero, Navidad, etc. Estas celebraciones están imbuidas de un significado emocional y de una forma u otra están relacionadas con el tema de investigación de este artículo.

SEGUNDA. El saber que los clientes de plantas ornamentales naturales presentan un nivel de inteligencia emocional diferenciada. El modelo de fidelización de clientes de “Bio Plant”, podría reformularse e incluir actividades que despierten más y nuevas emociones o experiencias dentro de sus locales de venta como, relajación, atracción de café filos y otras actividades emocionales.

BIBLIOGRAFÍA

1. Alarcón, R. (2006). Desarrollo de una Escala para medir la Felicidad. *Revista Interamericana de Psicología*, 40 (1), 99-106.
2. Ardila, R. (2011). Inteligencia. ¿Qué sabemos y qué nos falta por investigar? *Revista de La Academia Colombiana de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales*, 35(134), 97–103.
3. Bar-On, R (1997) *The Emotional Quotient Inventory (EQ-i): A test of emotional intelligence*. Toronto: Multi-Health Systems.
4. Caballero, A. (2000) *Metodología de la investigación científica*. Editorial Udegraf S.A. Lima.
5. Caballo, V (2007). *Manual de evaluación y entrenamiento de las habilidades sociales*. Madrid: SIGLO XXI DE ESPAÑA EDITORES S.A.
6. Casado, C (2009). *Entrenamiento emocional en el trabajo*. Madrid: Editorial Esic
7. Diener y N. Schwarz (Eds.) *Wellbeing: The foundations of hedonic psychology* (pp. 213-229). EE.UU. New York: Russel Sage.
8. Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness, and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55, 34-43.
9. Diener, E. y Lucas, R. (1999). Personality and subjective well – being. En D. Kahneman, E.
10. Dörr A., Gorostegui M. y Bascuñán M. (2008) *Psicología general y evolutiva*. Editorial Mediterráneo Santiago
11. Duncan, N. (2007). *Trabajar con las Emociones en Arteterapia*. *Arteterapia –Papeles de arteterapia y educación artística para la inclusión social* 39 Vol. 2 (2007).
12. Fernández-Berrocal, P. y Extremera, N. (2005). La Inteligencia Emocional y la educación de las emociones desde el Modelo de Mayer y Salovey. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*.
13. Fernández-Berrocal, P., Extremera, N. (2006). La investigación de la Inteligencia emocional en España. *Ansiedad y Estrés*.

14. García-Fernández, M., & Giménez-Mas, S. I. (2010). La inteligencia emocional y sus principales modelos: propuesta de un modelo integrador. Espiral. Cuadernos Del Profesorado.
15. Goleman, D. (1995) Psicología de la emoción. México: Grupo Zeta.
16. Goleman, Daniel. (2012). Inteligencia emocional Octogésima cuarta ed. Editorial Kairos S.A.
17. González, E., Barrull, C., Pons y Marteles, P. (1998).
18. Graves Phipil (2011). ¿Por qué compramos?. El mito de las estrategias de mercado y las verdades sobre la psicología del consumidor y su comportamiento. Ediciones Urano-Empresa Activa. España
19. Hawkins, D. I. Best R.J.; Coney K.A. (2004). Comportamiento del Consumidor. Construyendo Estrategias de Marketing, Editorial Mc Graw Hill. México.
20. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill.
21. Jasper, J. M. (2012). Las emociones y los movimientos sociales: veinte años de teoría e investigación. Revista Latinoamericana de Estudios Sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad.
22. Keefer, K. V. (2015). Self-report assessment of emotional competencies: A critical look at methods and meanings. Journal of Psychoeducational Assessment.
23. Kotler Philip y Armstrong Gary (2013). Fundamentos de Marketing, Editorial Pearson- Prentice Hall, México
24. López-Fernández, C. (2015). Inteligencia emocional y relaciones interpersonales en los estudiantes de enfermería. Educación Médica.
25. Paredes, J. (2017). Manual para la formulación del proyecto de tesis. Universidad Católica Santa María. Quinta edición. Arequipa.
26. Pavot, W., Diener, E., Colvin, C., y Sandvick, E. (1991). Further validation of the Satisfaction with Life Scale: Evidence for the cross-method convergence of well-being measures. Journal of Personality Assesment.
27. Pavot, W., y Diener. E., (1993). Review of the satisfaction with life scale. Psychological Assessment.

28. Rivera Camino Jaime, Arellano Cueva Rolando Molero Ayala Víctor M. (2013), Conducta del Consumidor: Estrategias y Políticas aplicadas al Marketing, Editorial ESIC, Madrid
29. Robbins, S. & Judge, T (2009) Comportamiento Organizacional Ed. (13a) México: Person Prentice Hall.
30. Salovey, P., y Mayer, J. (1990). Emotional Intelligence. Imagination, Cognition, and Personality
31. Schiffman León G. y Kanuk Leslie Lazak (2005), El comportamiento del consumidor, Pearson Education, México
32. Villamizar, G., & Donoso, R. (2013). Definiciones y teorías sobre inteligencia. Revisión Histórica. Psicogente.
33. Wong, C. S., y Law, K. S. (2002). The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study. The Leadership Quarterly.