

ANÁLISIS DE LAS NEUROEMOCIONES EN LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA DE LOS EMPRENDEDORES **POST PANDEMIA**



Edison Vinicio Calderón Morán

Andrea del Pilar Ramírez Casco

Norberto Hernán Morales Merchán

Edwin Patricio Pombosa Junez

**ANÁLISIS DE LAS NEUROEMOCIONES EN
LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA DE LOS
EMPRENDEDORES POST PANDEMIA**

**ANALYSIS OF NEUROEMOTIONS IN THE
ECONOMIC REACTIVATION OF POST-
PANDEMIC ENTREPRENEURS**

Edison Vinicio Calderón Morán
Andrea del Pilar Ramírez Casco
Norberto Hernán Morales Merchán
Edwin Patricio Pombosa Junez

**Análisis de las neuroemociones en la
reactivación económica de los emprendedores
post pandemia**

**Analysis of neuroemotions in the economic
reactivation of post-pandemic entrepreneurs**

Autores:

Edison Vinicio Calderón Morán
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
Facultad de Administración de Empresas
ecalderon@espoch.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0002-4016-6801>

Andrea del Pilar Ramírez Casco
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
Facultad de Administración de Empresas
andrea.ramirez@espoch.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0002-1128-2272>

Norberto Hernán Morales Merchán
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
Facultad de Administración de Empresas
n_morales@espoch.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0002-3968-5700>

Edwin Patricio Pombosa Junez
Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
Facultad de Administración de Empresas
edwin.pombosa@espoch.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0001-8340-8631>

Advertencia: Está prohibido, bajo las sanciones penales vigentes que ninguna parte de este libro puede ser reproducida, grabada en sistemas de almacenamiento o transmitida en forma alguna ni por cualquier procedimiento, ya sea electrónico, mecánico, reprográfico, magnético o cualquier otro sin autorización previa y por escrito del Centro de Investigación y Desarrollo Profesional (CIDEPRO).

Primera edición, diciembre 2023

Análisis de las neuroemociones en la
reactivación económica de los emprendedores
post pandemia

ISBN: 978-9942-607-55-3 (eBook)

ISSN: 2600-5719 (electronic)

<https://doi.org/10.29018/978-9942-607-55-3>

Editado por:

Centro de Investigación y Desarrollo Profesional

© **CIDEPRO Editorial 2023**

Babahoyo - Ecuador

Móvil - (WhatsApp): (+593) 9 8 52-92-824

www.cidepro.org

E-mail: **editorial@cidepro.org**

Este texto ha sido sometido a un proceso de evaluación por pares externos
con base en la normativa editorial de CIDEPRO.

Diseño y diagramación:

CIDEPRO Editorial

Diseño, montaje y producción editorial:

CIDEPRO Editorial

Hecho en Ecuador

Made in Ecuador

ÍNDICE

PREFACIO	12
PREFACE	13
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO 1	16
NEUROEMOCIONES EN LAS ORGANIZACIONES	16
Administrar Emociones.....	18
Desarrolla un liderazgo basado en la inteligencia emocional	18
Evaluación de las emociones en el contexto laboral.....	23
Intervención para el manejo de emociones en el trabajo	26
La Inteligencia Emocional y la Comunicación	29
“Todas las sensaciones deben resultar en sabiduría”	30
Emoción colectiva.....	31
¿Para qué sirven las emociones?	35
Las emociones tienen dos funciones muy importantes:	35
La Alegría	35
¿Qué le pasa a mi cuerpo?	35
¿Qué pienso?	36
¿Qué me impulsa a hacer?	36
El Miedo	36
¿Qué le pasa a mi cuerpo?	36
¿Qué pienso?	36
¿Qué me impulsa a hacer?	37
La Tristeza	37
¿Qué le pasa a mi cuerpo?	37
¿Qué pienso?	37
¿Qué me impulsa a hacer?	38
La Rabia	38
¿Qué le pasa a mi cuerpo?	38

¿Qué pienso?	38
¿Qué me impulsa a hacer?	39
La Sorpresa	39
¿Qué le pasa a mi cuerpo?	39
¿Qué pienso?	39
¿Qué me impulsa a hacer?	39
El Asco.....	40
¿Qué le pasa a mi cuerpo?	40
¿Qué pienso?	40
¿Qué me impulsa a hacer?	40
Las emociones complejas	40
Función de algunas de las principales emociones complejas.....	43
La vergüenza	43
La culpa.....	44
El orgullo	44
El placer	45
Los celos	45
¿Cómo manejar las emociones?	46
El mecanismo de la emoción.....	47
¿Cómo funciona la emoción en nuestro cerebro para sobrevivir?	47
CAPÍTULO 2	49
NATURALEZA Y FUNCIÓN DE LAS EMOCIONES	50
El reconocimiento de las emociones en las organizaciones	51
La comprensión de las emociones propias y ajenas mejora el desempeño del gerente	52
Inteligencia Emocional.....	53
Principales modelos de inteligencia emocional	57
Modelos Mixtos	57
Modelo de Goleman.....	58
Modelos Bar- ON.....	59
Modelo de Habilidad.....	60

Neuroeconomía	62
El cerebro en la historia: un breve comentario	64
Neuroeconomía: el marketing desde dentro	65
CAPÍTULO 3	68
EMOCIONES.....	68
Las emociones en tiempos de crisis.....	69
Observar a los observadores.....	70
Sociología de las emociones.....	70
Neurociencia de las emociones	72
La interacción cerebro y emoción: Encuentros y desencuentros para su explicación	76
Mecanismos neurofisiológicos de las emociones: una visión contemporánea	77
La emoción se detecta mejor	78
La emoción entra en la consciencia	79
Ante la incertidumbre que crea el nuevo coronavirus (COVID-19), la inteligencia emocional se vuelve clave para mantener la calma	80
CAPÍTULO 4	84
AFRONTAMIENTO EMOCIONAL ANTE LA PANDEMIA DE COVID 19	84
REACTIVACIÓN ECONÓMICA.....	86
El confinamiento, las restricciones para viajar y la disminución de ingresos en los hogares ecuatorianos favorecieron a la industria nacional	86
El COVID-19 en el entorno actual del emprendedor.....	88
Medidas para recuperar la economía	91
¿Qué políticas serán las más eficaces para mitigar los efectos del COVID-19 en el mundo del trabajo?	93
Marco de políticas: Tres pilares fundamentales para luchar contra el COVID-19 sobre la base de las Normas internacionales del trabajo	95
Estrategias de emprendedores en tiempos de COVID-19.....	99
Los emprendimientos del país durante la pandemia	101
Reacciones de los emprendedores	102
El rol de las redes de apoyo.....	102
Puntos positivos de las redes sociales.....	103

La pérdida del empleo en la pandemia	104
Transformación del empleo	105
Reacción de los emprendedores frente a la crisis sanitaria de la Covid 19	106
Claves de reactivación.....	108
Emprendimiento en tiempos de pandemia y su supervivencia.....	110
CONCLUSIONES.....	116
ACERCA DE LOS AUTORES	123
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	127

PREFACIO

El presente libro nace del proyecto de investigación “**Neuroeconomía y neuro emociones post- pandemia para la reactivación económica del cantón Guano**”, aprobado mediante **Resolución 584. CP.2021**, el cual tiene como propósito recuperar y reactivar la economía de los emprendedores post pandemia. Por tal motivo, se propone un **Análisis de las principales neuro emociones que afectaron a la población durante la época del COVID-19**.

Las principales emociones que resaltan de las personas ante situaciones que implican peligro, amenaza, daño, pérdida, éxito, entre otras, son consideradas de carácter universal las mismas que producen cambios en la experiencia afectiva, en la actividad fisiológica y en la conducta expresiva de cada uno de los seres humanos. En Guano, la economía fue evidentemente afectada, pues la presencia de un gran porcentaje de emprendedores que conforman el sistema productivo del país que tuvo que cerrar sus negocios, muchos otros redujeron sus niveles de producción generando desempleo por los recortes de presupuesto que debieron hacer para poder mantenerse a flote, y poder pagar sus compromisos.

La emergencia sanitaria ha traído consigo el tener que tomar medidas drásticas en relación con los emprendimientos y a la evolución en la que se han sometido producto de esta pandemia, debido a esto, las empresas han tenido que buscar nuevas formas de comercio para seguir sosteniendo sus negocios, como las redes sociales y el Internet. En general, presenta nuevas puertas para innovar y seguir en pie, por lo que se propone identificar las principales emociones, ventajas y desventajas de cómo afectaron nuestro sistema cognitivo durante la visita inesperada del COVID-19.

PREFACE

This book is born from the research project "**Neuroeconomics and neuro emotions post pandemic for the economic reactivation of the Guano canton**", approved by **Resolution 584**. CP.2021, which aims to recover and reactivate the economy of entrepreneurs post pandemic. For this reason, an **Analysis of the main neuro-emotions that affected the population during the COVID-19 period is proposed**.

The main emotions that stand out in people in situations involving danger, threat, damage, loss, success, among others, are considered of universal character and produce changes in the affective experience, in the physiological activity and in the expressive behavior of each human being. In Guano, the economy was evidently affected, since the presence of a large percentage of entrepreneurs that make up the productive system of the country had to close their businesses, many others reduced their production levels generating unemployment due to budget cuts they had to make in order to stay afloat, and to be able to pay their commitments.

The health emergency has brought with it the need to take drastic measures in relation to enterprises and the evolution they have undergone as a result of this pandemic, because of this, companies have had to seek new forms of trade to continue sustaining their businesses, such as social networks and the Internet. In general, it presents new doors to innovate and continue standing, so it is proposed to identify the main emotions, advantages and disadvantages of how they affected our cognitive system during the unexpected visit of COVID-19.

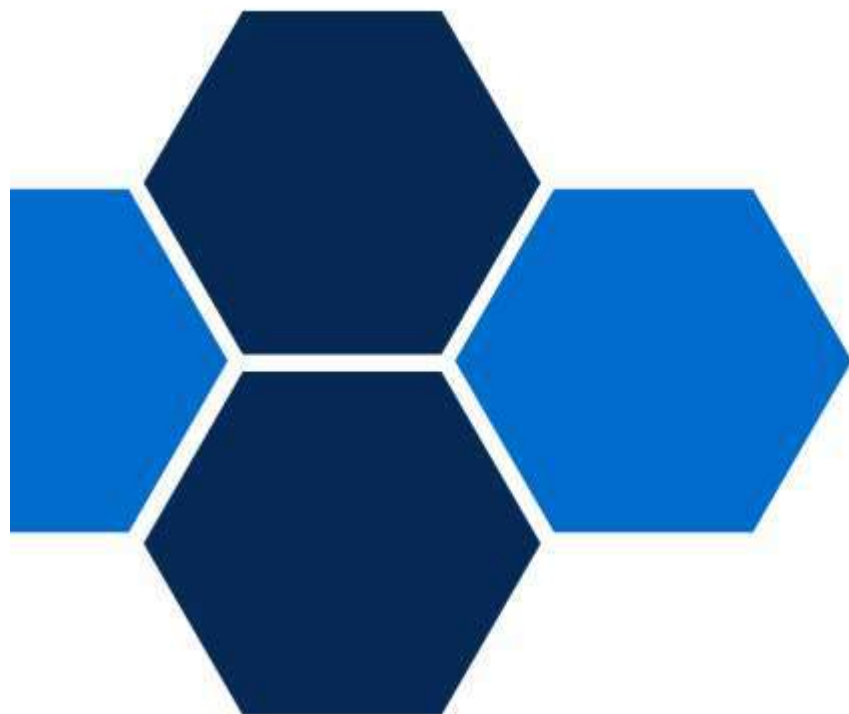
INTRODUCCIÓN

En todos los ámbitos de la vida son las relaciones interpersonales el eje primordial, que permite la adaptación e integración en las diversas experiencias cotidianas, las cuales favorecen y fortalecen los sentimientos como: las muestras de empatía, reciprocidad y amor para enfrentar la supervivencia sin resquemor (Montesinos, 2018).

Las emociones son reacciones psicofisiológicas de las personas ante situaciones relevantes desde un punto de vista adaptativo, tales como aquellas que implican peligro, amenaza, daño, pérdida, éxito, novedad, etc. Estas reacciones son de carácter universal, bastante independientes de la cultura, producen cambios en la experiencia afectiva (dimensión cognitivo-subjetiva), en la activación fisiológica (dimensión fisiológica-adaptativa) y en la conducta expresiva (dimensión conductual expresiva).

Además, desde un punto de vista psicológico, emociones tales como la alegría, el miedo, la ansiedad o la ira son emociones básicas que se dan en todos los individuos de las más diversas culturas, poseen un sustrato biológico considerable, son esencialmente agradables o desagradables, nos activan y forman parte de la comunicación con los demás y a su vez, pueden actuar como poderosos motivos de la conducta (Cano Vindel & Tobal, 2001).

Entre las emociones podemos distinguir al menos en dos grupos: las positivas y las negativas. El miedo-ansiedad, la ira, la tristeza- depresión y el asco son reacciones emocionales básicas que se caracterizan por una experiencia afectiva desagradable o negativa y una alta activación fisiológica. Las tres primeras son las emociones más estudiadas en relación con el proceso salud enfermedad. Estas reacciones tienen una función preparatoria para que las personas puedan dar una respuesta adecuada a las demandas del ambiente, por lo que se consideran respuestas eminentes adaptativas para el individuo. (Cano Vindel & Tobal, 2001)



CAPÍTULO 1

NEUROEMOCIONES EN LAS ORGANIZACIONES



CAPÍTULO 1

NEUROEMOCIONES EN LAS ORGANIZACIONES

Es natural dado que nos sentimos afectados y nos embarga la angustia, no obstante, los que ya hemos vivido varias crisis, no solo de nuestro país sino de las políticas externas que teóricamente nos afectarían y abrazamos a la incertidumbre con una emoción de posibilidad y a las crisis como posibles aprendizajes, sabemos que se puede trabajar y seguir enfocados en nuestros proyectos o los de la organización, aun en estos momentos críticos.

Hemos estado planteando una suerte de profilaxis neuro emocional con dinámicas que nos permitan enfocar en los objetivos declarados y en la forma de medirlos para saber si se están logrando las metas. Estamos profundizando mucho sobre la incertidumbre, mostrando que la posibilidad de aceptar que cosas nuevas, diferentes o desconocidas nos pueden ocurrir y también le pueden pasar a nuestra empresa u organización, sin que eso signifique algo negativo, si tenemos la confianza y compromisos con nuestros procesos y objetivos declarados.

Estamos trabajando en conversaciones de Coaching sobre la emoción control, no sobre el control administrativo que cualquier organización debe llevar adelante para saber si lo está logrando, sino sobre la emoción control obsesiva que lleva a la micro gestión y duplicación o superposición de tareas, que impide ser eficientes y creativos.

Talleres sobre creatividad y como desarrollar nuevas posibilidades son un aliado insustituible para no dejarnos embargar por la angustia generalizada que se percibe en el clima organizacional en esta coyuntura, destacando que se trata de una coyuntura y que por más grave que nos parezca se supera y se vuelve a la normalidad del transcurso habitual de la vida de la empresa.

No debemos olvidar en esta coyuntura, que el cerebro procesa la información nueva a lo largo de la vida, sobre el rol de la imitación, y que la tentación de tomar caminos conocidos no necesariamente volverá a ser la solución actual, o aún más siempre hay soluciones mejores o perfectibles en el camino de la mejora continua y hacia la excelencia que proponemos en nuestros trabajos e intervenciones.

En este sentido, estar muy atentos y dar importancia al necesario tiempo de descanso cerebral para el asentamiento del conocimiento, de la relevancia de la corrección de errores, de la ayuda de la tarea dirigida y de la importancia del rol activo y fundamental del dirigente.

Nuevos aprendizajes e ideas creativas, aislándonos del ruido de las crisis y coyunturas difíciles y procurando el cruce de diferentes disciplinas donde se logran los mayores conocimientos y las más eficaces prácticas.

Las personas tendemos a continuar en nuestro diario transcurrir dado que nos sentimos más cómodos en estas posturas siempre igual. No importa lo que suceda en nuestra vida personal, profesional u organizacional, no importa con quién nos crucemos, ni qué pase a nuestro alrededor, siempre tenderemos al camino conocido.

Es preferible cambiar. No solo por fuera, esa inevitable forma en que el universo nos recuerda que nos seguimos moviendo en un mundo tridimensional. Cada situación afecta, y ayuda a replantearnos quienes somos y en que rol estamos jugando o qué hago acá. en quienes forman parte de mi equipo, de mi empresa, hacia dónde vamos y para qué.

Administrar Emociones

La administración, es hacer que las acciones ocurran por medio de las personas para obtener los mejores resultados en el trabajo de equipo, esto ha sido una premisa desde el origen de los primeros grupos humanos que se han organizado con un propósito en común.

La administración es el orden de la inteligencia multidisciplinaria, que funciona como un arquitecto del pensamiento colectivo respondiendo sus emociones, a las leyes de la naturaleza y al servicio de la sociedad; es dentro de este mismo orden conceptual, que la administración se define de diversas maneras y todas encuentran su respectiva validez y confiabilidad, aceptando que la administración es la capacidad para alcanzar los propósitos en las organizaciones sean públicas, privadas o virtuales, mediante el esfuerzo de las personas que participan. Dentro de la praxis administrativa, la comunicación expresa las diferentes emociones e ideas de un individuo particular y entre personas para enunciar e identificar un mensaje.

Desarrolla un liderazgo basado en la inteligencia emocional

Las compañías necesitan de una estructuración en equipos con un amplio manejo de la inteligencia emocional organizacional para llevar adelante todo tipo de tareas. Esto con la finalidad de alcanzar el máximo nivel de bienestar para potenciar su desempeño en cada una de las jornadas laborales.

Dentro de este proceso, el liderazgo positivo es fundamental. De hecho, los buenos líderes de equipo no solamente deben potenciar la motivación en el trabajo, también deben ser promotores de la inteligencia emocional en las empresas.

Según una nota de Harvard Deusto, una persona que ejerza un estilo de liderazgo que maximice el desarrollo de la inteligencia emocional dentro de las compañías debe ser una persona humilde y que le otorgue valor a las opiniones de los colaboradores que lidera. Estas acciones las debe llevar a cabo por medio de una escucha activa, de la empatía; y por sobre todas las cosas, a partir de un alto nivel de autoconocimiento y autorregulación emocional.

Aquí te presentamos algunas de las estrategias más eficientes para desarrollar y gestionar la inteligencia emocional en las empresas desde un buen liderazgo:

Estrategias para desarrollar la inteligencia emocional

Maximiza tu manejo de la autoconciencia

Este es uno de los componentes de la inteligencia emocional que puede definirse como la capacidad de reconocer y comprender las propias emociones.

Particularmente, la autoconciencia puede potenciarse a través de las siguientes acciones y contribuir con el desarrollo de la inteligencia emocional en las empresas:

- Presta más atención a tus reacciones y emociones.
- Practica mindfulness.
- Fija objetivos medibles y claros.
- Reflexiona sobre las experiencias con el equipo para identificar puntos fuertes y débiles.
- Motiva las reuniones de feedback para fomentar las críticas constructivas.

Optimiza tu autorregulación

La autorregulación implica esperar el momento adecuado para expresar las emociones. Si quieres mejorar esta

competencia y contribuir con el crecimiento de la inteligencia emocional en las empresas como líder, ten en cuenta estos elementos:

- Trabaja la tolerancia a la frustración para disminuir los niveles de ansiedad y angustia.
- Reconoce la importancia de la inteligencia emocional e identifica formas para manejar situaciones difíciles e identificar tus emociones.
- Reconoce que no estás obligado a mostrar tus emociones inmediatamente, ya que debes encontrar el momento oportuno.
- Utiliza la reestructuración cognitiva para cambiar los patrones de pensamiento y las respuestas emocionales negativas.

**Motiva a tus
equipos de trabajo**

Para ello, es imprescindible que puedas automotivarte como líder y llevar a cabo algunas de estas estrategias que te proponemos:

- Asume nuevos desafíos y sal de tu zona de confort.
 - Evita el uso de recompensas extrínsecas como las compensaciones netamente económicas.
 - Asume los aportes de la inteligencia emocional y reconoce tus logros y los del equipo por más pequeños que sean.
-

-
- Valora el esfuerzo de tus colaboradores siempre, incluso cuando no hayan conseguido el resultado que esperas.
 - Conversa con tu equipo de trabajo y detecta las motivaciones principales que lo incitan a cumplir los objetivos con los mayores niveles de desempeño.

Sé empático

La empatía es una de las habilidades del liderazgo más importantes. De hecho, para fortalecer la inteligencia emocional en tu empresa, puedes tener en cuenta estas recomendaciones:

- Mejora tu escucha activa.
- Fomenta que los diferentes equipos se conozcan para que mejoren su trabajo en equipo.
- Promueve desde el ejemplo la tolerancia, el respeto y la igualdad.
- Crea espacios seguros para el intercambio de ideas.
- Fomenta la libertad de expresión y escucha las opiniones de tus colaboradores.

Desarrolla tus habilidades sociales

Cuando los empleados y líderes tienen competencias de índole social, pueden construir relaciones sólidas con su entorno. Así, tienen la capacidad de comprender mejor las emociones del resto y las propias.

En el caso de que desees maximizar tus habilidades sociales, aplica estas recomendaciones:

- Encuentra puntos de interés en común para iniciar conversaciones con los integrantes de tus equipos de trabajo.
- Mejora tu lenguaje verbal y no verbal.
- Optimiza la inteligencia emocional empresarial al mostrar interés en cada instancia de comunicación.
- Agenda reuniones con tus colaboradores para tener conversaciones relacionadas con el nivel de satisfacción que tienen en su puesto de trabajo y en relación con sus compañeros.

Capacita a tus equipos de talento

Una vez que las empresas reconocen la importancia de la inteligencia emocional y la ponen en práctica, sus equipos comenzarán a entender que la mejora constante es fundamental para que la organización funcione correctamente. Este proceso es posible a través de la educación.

En esta sección, te contamos algunas de las alternativas disponibles para potenciar la inteligencia emocional en las empresas desde la capacitación:

- Brinda material bibliográfico de utilidad a tus empleados en los que se especifique la importancia
-

de la inteligencia emocional y cuáles son los principales métodos para poder desarrollarla.

- Ofrece a tus empleados la posibilidad de participar en congresos y/o webinars interactivos, por medio de los cuales puedan comprender que las competencias de la inteligencia emocional son capaces de consolidar la autoestima y potenciar la creación de un equipo enfocado en resultados.
- Participa de instancias formativas para líderes para fortalecer tu propia inteligencia emocional y la de tus empleados.

De este modo, la inteligencia emocional en las organizaciones contribuye a la creación de equipos capaces de coexistir de forma saludable, pues tanto los líderes como el resto del grupo, estarán preparados para reaccionar correctamente frente a eventos conflictivos.

Crea programas de bienestar laboral

Otra de las formas esenciales para maximizar la inteligencia emocional en las empresas está asociada con la inclusión de planes de bienestar integral para todos los colaboradores.

Evaluación de las emociones en el contexto laboral

Se han desarrollado diversas estrategias para evaluar las diferentes emociones que se experimentan en los ambientes laborales. Encontramos las medidas de auto reporte que son escalas que se dividen en ítem o preguntas simples y multi-ítems. En las de ítem simple se evalúa la emoción como una dimensión global, por ejemplo, cuán

rabioso se siente o cuán alegre se siente. La respuesta se da en una escala bipolar que va desde nada alegre hasta extremadamente alegre. Estas escalas son de fácil construcción y comprensión, así como rápidas de administrar y calificar. (Lord, Klimosni, & Kanfer, 2002)

En cuanto a las multi-ítems se trata en general de listas de chequeo en las cuales se presenta una serie de adjetivos con los que los trabajadores/as chequean todas las emociones que puedan estar experimentando. Existen diversas escalas ya diseñadas, entre las más utilizadas y reportadas en la bibliografía se encuentran, la lista de adjetivos de los estados afectivos (Nowlis & Green) la lista de adjetivos de afectos múltiples, y el inventario de afectos positivos y negativos.

Por otra parte, se han diseñado cuestionarios específicos que evalúan estados emocionales relacionados con el trabajo: como el inventario de expresiones de rabia (Spielberger, 1996). Las técnicas de autor reporten son muy eficientes y fáciles de aplicar, sin embargo, el autor reporte puede representar un problema a la hora de que el trabajador/a tenga que decidir o tener conciencia de su estado emocional. La deseabilidad social en el caso de algunas emociones negativas y la no comprensión clara de los adjetivos, son otras de las dificultades de este tipo de instrumentos.

Ante estas limitaciones surgen otras técnicas más específicas de evaluación de los estados emocionales como las medidas de la expresión emocional, en las cuales se evalúan las expresiones faciales a través de medidas electrofisiológicas, tono de la voz, gestos, posturas para cada tipo de emoción.

Se han desarrollado algunos sistemas de observación estructurada como el sistema específico de códigos emocionales (SPAFF por sus siglas en inglés) diseñada por (Gottman, 1993). Este sistema separa las expresiones emocionales en categorías positivas y negativas tales como buen humor, alegría, disfrute, rabia, tristeza,

disgusto, etc. Contiene códigos que incluyen el tono y contenidos verbales, gestos y posturas corporales, concediéndole gran importancia a estos componentes expresivos.

Las expresiones emocionales también pueden ser evaluadas a través de códigos relacionados exclusivamente con cambios en la expresión facial. (Gottman, 1993) crearon un sistema de evaluación denominado sistema de códigos de acciones faciales (FACS por sus siglas en inglés), el cual contiene 46 unidades de acción facial anatómica que corresponden a cambios observables en el rostro y que se codifican de acuerdo a lo observado en un video. Sin embargo, en algunas situaciones emocionales las personas pueden inhibir la expresión facial y por otro lado el tiempo de aplicación y codificación de las acciones faciales suele ser muy largo.

Otra expresión emocional que tiene una posibilidad de ser medida, particularmente en el ambiente laboral o en grupos de trabajo, es la voz. Las personas en las organizaciones y en los grupos de trabajo están constantemente hablando y la voz contiene información sobre el estado emocional de quien habla. Con el uso de la tecnología se pueden realizar análisis acústicos en relación a la frecuencia, intensidad, tono, inflexiones, logrando diferenciar estados emocionales (Lang & Bradley, 1990).

Las medidas de tipo fisiológico asociadas a la expresión de emociones tales como, la actividad del sistema nervioso autónomo, la electroencefalografía diferencial, el registro del reflejo de parpadeo, han sido utilizadas específicamente en estudios controlados de laboratorio (Lang & Bradley, 1990).

Al abordar la evaluación de los estados emocionales se han considerado distintos aspectos de la emoción como son: la expresión, la vivencia de la experiencia, las conductas asociadas, las cogniciones o pensamientos y las respuestas fisiológicas. Por ello han surgido diversas estrategias para valorar los distintos aspectos de las emociones que han pretendido mostrar una parte del complejo mundo emocional.

Intervención para el manejo de emociones en el trabajo

Son diversos los enfoques que se utilizan para el manejo o la regulación de las emociones en los contextos laborales cambiantes y exigentes de nuestros días. Es así como las técnicas para lograr por un lado identificar las emociones, aprender a regularlas y disminuir las consecuencias negativas, van dirigidas hacia el trabajador en lo individual, hacia los equipos de trabajo y hacia las instituciones u organizaciones.

Dentro de las estrategias individuales un elemento fundamental es el fomento de hábitos saludables. Entre estas estrategias se encuentra la actividad física, no sólo por los beneficios intrínsecos que tiene para la salud en general, sino que facilita el aprendizaje de las señales corporales relacionadas con estados emocionales e incrementa un estado general de bienestar que minimiza el impacto que sobre el individuo pueden tener las emociones negativas.

En cuanto a las estrategias a nivel grupal es fundamental hacer énfasis en el aprendizaje de reconocimiento y habilidades en el manejo de las emociones y en la identificación de las diversas formas de expresión emocional. La capacitación a los líderes en estrategias para implementar normas y condiciones para un clima positivo en los equipos de trabajo redunda en un beneficio directo para los trabajadores/as y para la organización. (Ekman, 1999)

El abordaje en las organizaciones apunta a generar programas para el desarrollo de líderes, creación de una cultura organizacional más humana que legitime la importancia de las emociones y su manejo.

A nivel organizacional o institucional, se han descrito tres niveles para abordar el manejo de las emociones:

Prevención de emociones	
Prevención primaria	Modifica o elimina las fuentes de emociones negativas presentes en el ambiente laboral, orientándose hacia el cambio organizacional y se centra en una serie de actividades como rediseño de las tareas, horarios de trabajo flexibles, hacer partícipe al trabajador/a de su desarrollo de carrera, construir equipos de trabajo bien cohesionados, proveer de apoyo social y retroalimentación entre supervisores y compañeros, establecer políticas justas para los trabajadores/a, compartir las recompensas, analizar los roles laborales tanto como el establecimiento de metas y estimular la participación.
Prevención secundaria	Se focaliza en el desarrollo de la autoconciencia y entrenamiento en habilidades y destrezas de los trabajadores/as y equipos de trabajo para lograr experimentar emociones más saludables minimizando las consecuencias negativas, incluye programas de promoción de la salud y cambios de estilo de vida.
Prevención terciaria	Consiste en programas específicos de tratamiento para recuperar al trabajador/a de los múltiples efectos que causan la experimentación constante de emociones negativas derivadas del entorno laboral.

Tal como se ha evidenciado con anterioridad, la identificación y regulación de los estados emocionales es una tarea compleja que requiere planificación y abordajes a diversos niveles. Más allá del nivel individual las emociones desempeñan una función social, por tanto, su regulación y expresión impactará de modos muy diversos en el contexto laboral.

La inteligencia emocional en la empresa es una competencia cada vez más valorada. Tanto es así que numerosos estudios han demostrado que una de las competencias fundamentales a la hora de conseguir el éxito profesional es la inteligencia emocional.

Por ello, con la forma actual de hacer negocios en mercados cada vez más globalizados y competitivos, las empresas buscan a personas que no estén únicamente preparadas en lo referente a lo técnico para desarrollar el trabajo diario, sino que, además, sean empáticas, adaptables y resolutivas, entre otros aspectos.

Las emociones han sido ignoradas en el ámbito empresarial y laboral históricamente, siendo solo valorada la excelencia en el trabajo, así como la formación académica y la experiencia del trabajador. Sin embargo, actualmente estos criterios están cambiando, y, cada vez más, las empresas tienen en cuenta las capacidades emocionales de los trabajadores. Ahora son importantes aspectos como la capacidad de los trabajadores para saber escuchar y comunicar, la adaptabilidad de estos, su capacidad creativa, la capacidad para trabajar en equipo, la confianza en uno mismo y la efectividad en el trabajo.

Las empresas demandan profesionales que, además de contar con sólidos conocimientos, sean capaces de identificar y gestionar las emociones propias y las ajenas, con habilidades sociales y con capacidad de adaptación a las distintas situaciones. Crear una organización emocionalmente inteligente para conseguir un alto rendimiento de los equipos de trabajo flexible es uno de los grandes objetivos de las nuevas empresas, tanto híbridas como digitales.

Para que la inteligencia emocional se desarrolle plenamente en el ámbito de las organizaciones, es vital que se impliquen los miembros más altos de la Dirección de la empresa. Tradicionalmente, se ha visto al líder como una figura que ha conseguido

el éxito profesional gracias a su raciocinio y capacidad de argumentación, pero la competencia emocional apela también a la importancia de la ilusión, la imaginación y el deseo. (Escobar, 2021)

La Inteligencia Emocional y la Comunicación

Comunicar de forma emocional, implica tener claro qué emociones estamos sintiendo y saber transmitir las a nuestro público, ya sea una audiencia multitudinaria o una única persona que está pendiente de lo que decimos para evaluar el canal de transmisión. Una excelente comunicación asertiva en las ciencias sociales requieren de un gerente con visión, experiencia y conocimientos en el campo laboral, que le permita asumir sus responsabilidades en la ecuanimidad del ser, para saber hacer práctico y asertivo los conocimientos adquiridos; mediante la construcción y acción transformadora de libre expresión, donde se propicie el aprendizaje colaborativo y el respeto por la diversidad, vinculándose como ser individual en el desarrollo de propuestas, programas, proyectos y aportes que contribuyan significativamente a la sociedad.

El gerente partiendo de ideas que son expresadas desde un gesto, una palabra, una emoción y sus acciones, puede lograr comunicar las más grandes obras realizadas en todos los campos de estudio que han acompañado la evolución de la humanidad, donde la misión administrativa del orden y control, está presente en todos los fenómenos de la sociedad, siendo determinante en el éxito y el desarrollo de cualquier forma de organización según su personalidad jurídica.

Se interpreta que la capacidad de autocontrol afectivo, es una competencia fundamental en los directivos y base esencial del liderazgo. En este sentido, el mundo empresarial no ha sido ajeno a estas tendencias y ha encontrado en la inteligencia emocional una cualidad del gerente para comprender la comunicación asertiva de las

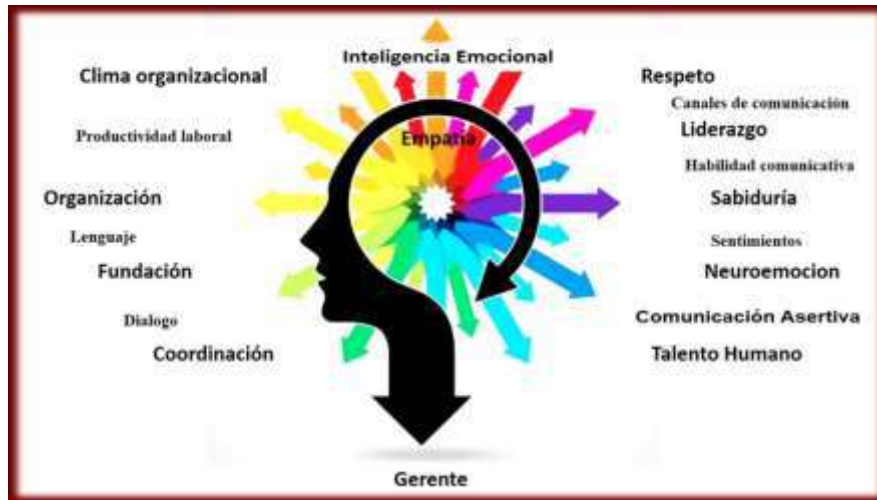
personas, el éxito de las empresas, los requerimientos del liderazgo y la prevención de los desastres corporativos. El término contemporáneo asociado, es neuro emociones. Al respecto, cabe destacar que, en esencia, toda emoción constituye un impulso que nos moviliza a la acción, por ello, no hay que sorprenderse si en muchas ocasiones, frente a los complejos retos que presenta el mundo contemporáneo, en la organización, las personas respondamos instintivamente con recursos emocionales adaptados a las necesidades.

Actualmente, las expresiones contemporáneas incluyen escenarios donde aún se práctica la ecuanimidad, entrenando a la parte de la mente que conoce, percibe, recuerda, siente, reacciona; mediante la observación de las sensaciones, la sensación es la causa del deseo que se convierte en apego, la sensación entra en contacto con los sentidos y esta combinación de mente y materia resultará en consecuencias emocionales diferentes, lo que diferencia a cada individuo es la forma de cómo reacciona.

“Todas las sensaciones deben resultar en sabiduría”

En este sentido, una persona que carece de control sobre sus emociones negativas podrá ser víctima de un arrebato emocional que le impida concentrarse, recordar, aprender y tomar decisiones con claridad, el precio que puede llegar a pagar una empresa por la baja inteligencia emocional de su personal es tan elevado, que fácilmente podría llevarla a la quiebra; el tiempo de los jefes neuróticos y manipuladores, que confundían la empresa con un campo de concentración, ha pasado a la historia. Es por ello que, la nueva sociedad requiere otro tipo de gerente, cuyo liderazgo no radique en su capacidad para controlar y someter a los otros, sino en su habilidad para persuadirlos a través de una asertiva comunicación, encauzando la colaboración de todos hacia unos propósitos comunes.

Los gerentes y líderes contemporáneos, deben saber que es mediante la confianza de sí mismos como individuos, que pueden desarrollar la inteligencia emocional para comprender a otras personas dentro de un clima laboral organizativo y transmitirles la confianza para que sean partícipes ejerciendo su rol en la construcción de la sociedad.



Esta reflexión que les comparto desde mi sentir, espero sirva de aporte para observar con optimismo estos tiempos de humanidad virtual.

Emoción colectiva

Actualmente son más el número de empresas que incorporan redes sociales colaborativas. Las redes sociales ayudan a potenciar las emociones, los sentimientos, facilitan el contagio a través de los *influencers*, y, por tanto, las empresas son más propensas a conectarse con una emoción determinada.

Las redes sociales nos pueden ayudar a conseguir determinadas emociones, a que una organización utilice sus emociones como motor de acción a la innovación. Una emoción que nos lleve a luchar por el bien común. (Humanova, 2018)

Las emociones permean las organizaciones y afectan el desempeño individual y colectivo. Por ello es necesario abandonar la tendencia a considerar la emoción algo que debe ocultarse, limitarse, controlarse o incluso manipularse interesadamente.

Ciertamente, y afortunadamente, el estudio de las emociones en el contexto organizacional salió de la «infancia» y está contribuyendo a la comprensión del comportamiento humano en el trabajo (Bowen, 2014). La formación de gerentes también se ha beneficiado de la investigación en este campo. Hoy se reconoce que la comprensión de las emociones propias y ajenas mejora el desempeño del gerente en áreas tales como procesos de decisión, desarrollo de liderazgo, relaciones interpersonales y manejo de estrés.

Ubicación de las expresiones emocionales en el contexto organizacional

Según (Ashkanasy, 2003) quien elaboró un esquema de cinco niveles de agregación —desde el intrapersonal hasta el organizacional— que facilita la ubicación y la clasificación de fenómenos relativos a las emociones en la organización, con sus correspondientes conceptos y teorías, o hallazgos de investigación. Si bien, como puede esperarse, los procesos psicológicos atraviesan cualquier barrera y desafían cualquier categoría analítica.

EXPRESIONES EMOCIONALES	
Intrapersonal	Las emociones se originan y son experimentadas en el ámbito más íntimamente individual. Algunas parecen respuestas

automáticas a los estímulos ambientales (instintivas) y otras parecen resultados de la interpretación de esos estímulos (cognoscitivas). La teoría de los eventos afectivos (Weiss & Cropanzano, 1996) enfoca las causas y consecuencias de las emociones en el contexto organizacional que, en interacción con los rasgos de personalidad, afectan las conductas y los sentimientos acerca del trabajo (por ejemplo, altibajos emocionales asociados con despidos y sus efectos en el desempeño y la satisfacción laborales).

Individual

(Salovey & Mayer, Emotional intelligence, 1990) encontraron relaciones positivas entre inteligencia emocional y diversos resultados laborales: efectividad de liderazgo, desempeño y satisfacción laborales, desempeño de equipo, solución de conflictos. Identificaron cuatro factores de inteligencia emocional: 1) habilidad para percibir emociones en uno mismo y en los otros, 2) habilidad para integrar emociones con procesos cognoscitivos, 3) habilidad para entender emociones y sus consecuencias, y 4) habilidad para manejar y regular emociones en uno mismo y en otros. (Cote & Hideg, 2011)añaden un quinto factor: habilidad para influir en otros mediante la expresión de emociones.

Interpersonal

En la interacción cada persona trata de regular su expresión emocional en respuesta a la otra (por ejemplo, el vendedor que amplifica su expresión de felicidad o el abogado que la reduce). La emoción expresada por un empleado para cumplir una exigencia organizacional ha sido denominada

«trabajo emocional» (Hochschild A. , 1983); y la diferencia entre la emoción sentida y la expresada, disonancia emocional. Para lidiar con la disonancia, el empleado puede actuar de manera superficial (esconder sus sentimientos para ajustarse a las reglas) o profunda (intentar modificar sus sentimientos para que sean congruentes con las reglas).

Grupal

El proceso mediante el cual una persona influye en las emociones de otras al expresar sus emociones (consciente o inconscientemente) se conoce como contagio emocional. Se han estudiado conexiones interpersonales (formas de imitar expresiones faciales, vocales o posturales), habilidades para influir en otros y grados de susceptibilidad. En este ámbito se ubican las interacciones entre líderes y seguidores, y sus efectos: comunicación de estados emocionales, impacto de relaciones líder-seguidor en intercambios afectivos equipo-integrante, impacto de estados emocionales de seguidores en estados emocionales y efectividad de líderes.

Organizacional

El ambiente social percibido por los miembros de la organización en un momento determinado se define como clima emocional; mientras que la cultura organizacional es una característica más estable, resistente al paso de líderes y seguidores. Para medir el clima emocional se han distinguido cuatro dimensiones de procesos emocionales (Yurtsever & Rivera, 2010): seguridad-inseguridad, autoconfianza-desesperanza, rabia-amor, temor-confianza.

¿Para qué sirven las emociones?

Ya hemos hablado anteriormente sobre la función básica de adaptación de las emociones, pero quiero ampliar esta cuestión tan importante y explicar la función de cada emoción básica.

Todas las emociones son brújulas, nos sirven para orientarnos en nuestro viaje de descubrimiento del mundo. Las emociones nos ofrecen información que contribuye a ayudarnos a tomar decisiones en nuestra vida.

Las emociones tienen dos funciones muy importantes:

1. **La función adaptativa:** nos sirven para adaptarnos al medio y sobrevivir preparándonos para la acción y para el cambio.
2. **La función social:** nos sirven para expresar lo que sentimos ante una determinada situación y hacer partícipes de ello a los demás.

Es decir, las emociones son básicas en nuestra interacción y comunicación social.

La Alegría

Aparece cuando algo es gratificante o positivo para nosotros. Desde una persona que nos gusta, un lugar o una situación que nos hace sentir bien. Se corresponde con la expresión facial de la sonrisa y nos impulsa a la cercanía hacia ese objeto/situación/persona.

¿Qué le pasa a mi cuerpo?

Sentimos que nuestro cuerpo se expande o se abre a la situación. Segregamos serotonina, endorfina, dopamina y oxitocina, –las llamadas “hormonas de la felicidad”–.

¿Qué pienso?

Tengo pensamientos positivos y optimistas.

¿Qué me impulsa a hacer?

Acercarme a otras personas para compartir aspectos positivos. Reír y bromear.

La alegría tiene un papel de afiliación o reproducción: nos impulsa a vincularnos a las personas y a las cosas que nos hacen sentir bien, deseamos compartir y repetir más veces las experiencias que nos generan bienestar.

El Miedo

Se da ante situaciones de carácter amenazante. Cuando tenemos miedo percibimos una amenaza –real o imaginada–. De esta emoción surgen los estados de ansiedad, inseguridad o incertidumbre.

¿Qué le pasa a mi cuerpo?

Cuando sentimos miedo percibimos una serie de reacciones físicas en nuestro cuerpo: se tensan nuestros músculos, empezamos a temblar, el corazón y la respiración se aceleran, tenemos la sensación de un nudo en la garganta u opresión en el pecho.

Nuestro cuerpo segrega adrenalina y cortisol.

¿Qué pienso?

Tengo pensamientos sobre la amenaza. Intentamos anticipar cuál es el peligro y pensamos en soluciones.

¿Qué me impulsa a hacer?

Podemos reaccionar de tres maneras: quedándonos bloqueados, huir de la situación o atacar. Normalmente la huida o la evitación suele ser la opción elegida. También puede impulsarnos a pedir ayuda.

El miedo tiene una función de protección. Nos protege de amenazas para que podamos sobrevivir a ellas.

¿Quieres saber cuál es tu principal miedo y aprender técnicas para comprenderlo y afrontarlo?

La Tristeza

Es una emoción que aparece ante la percepción de una pérdida de cualquier tipo – muertes, separaciones, pérdidas de trabajo, pérdida de nuestra residencia habitual–. De esta emoción pueden surgir emociones secundarias como la soledad, la culpa o la decepción.

¿Qué le pasa a mi cuerpo?

Sentimos un nudo en la garganta y dolor en el pecho. Nuestro cuerpo se contrae. Es posible que nuestros movimientos sean lentos, como aletargados.

¿Qué pienso?

Tenemos pensamientos de pérdida y pensamos en soluciones o en un plan para recuperar lo perdido –en caso de que sea posible, a veces también se fantasea con la idea de recuperarlo– o para seguir con nuestra vida.

¿Qué me impulsa a hacer?

Aislarnos, reposar. A veces buscar apoyo de otras personas.

La tristeza nos sirve para reintegrar: incorporar esa nueva situación o experiencia, asimilar la pérdida y seguir hacia delante. La tristeza es una emoción básica en el proceso del duelo.

Os recomiendo el artículo de nuestra compañera Marta de la Fuente: «Las pérdidas emocionales. Cómo manejar la tristeza en el duelo».

La Rabia

Es una emoción que aparece cuando percibimos que se está realizando una injusticia –pérdida de algo que sentimos como nuestro– o sentimos una amenaza a nuestra integridad o una provocación. Se relaciona con otras emociones secundarias como la frustración. Es una emoción que se dispara muy rápido, tenemos muy poco tiempo para anticiparnos a esta emoción y evitar la reacción o impulso inmediato –responder con violencia verbal o física–.

¿Qué le pasa a mi cuerpo?

Los músculos se ponen en tensión –se disponen al ataque–, se nos acelera el corazón y respiramos más rápido.

Segrega noradrenalina, dopamina y glutamato.

¿Qué pienso?

La rabia es una emoción muy relacionada con la interpretación que hacemos de la situación, considerando que se ha producido un abuso o una injusticia. A veces

pensamos que la situación es un obstáculo para conseguir una meta. Aparecen pensamientos de deseo de agresión o de planificación.

¿Qué me impulsa a hacer?

Levantar la voz o cambiar a un tono serio. Posición física de ataque y cambio radical de la expresión no verbal.

La rabia tiene una función básica de autodefensa: advierte a la persona que sentimos amenazante que podemos reaccionar.

¿Quieres comprender tu enfado y aprender a manejarlo?

La Sorpresa

La sorpresa aparece ante un estímulo inesperado. Reaccionamos, es decir, nos genera sobresalto o desconcierto. Es la emoción que tiene una menor duración, la sorpresa es algo que suele ser temporal.

¿Qué le pasa a mi cuerpo?

Los músculos se ponen en tensión y abrimos los ojos y la boca, cae la mandíbula.

¿Qué pienso?

No da tiempo a pensar, puesto que dirigimos toda nuestra atención a lo que nos ha sorprendido y a averiguar de qué se trata.

¿Qué me impulsa a hacer?

Explorar, conductas de acercamiento a lo que nos ha sorprendido.

La sorpresa tiene la función de exploración: nos sirve para orientarnos y resituarnos ante el nuevo estímulo.

El Asco

Sin duda es la emoción más adaptativa de todas, ya que nos permite sobrevivir, ya que su función es la de rechazar aquello que es peligroso. Por ejemplo, ingerir un alimento en mal estado.

¿Qué le pasa a mi cuerpo?

Dolor de estómago, náuseas, tensión facial, hiperventilación.

¿Qué pienso?

Valoramos negativamente el estímulo y pensamos en rechazarlo. Memorizamos la experiencia y nos sirve para no repetirla en el futuro.

¿Qué me impulsa a hacer?

Evitación y rechazo.

El asco es una emoción muy práctica ya que al pararnos y no continuar con algo que nos produce rechazo evitamos consecuencias futuras.

Las emociones complejas

En la película *Inside Out* (Del Revés, 2015) se muestra cómo van apareciendo las emociones básicas que explicamos anteriormente y la función que cumplen en la infancia de la protagonista, Riley.

Según va creciendo la niña, los recuerdos –bolas de colores– van adquiriendo nuevas tonalidades, que se mezclan, representando esta combinación entre las emociones básicas que interactúan entre sí, y produciendo nuevas funciones: estas son las emociones complejas, que son emociones nuevas resultantes de la combinación de las emociones básicas.

Las emociones básicas son innatas y universales, en cambio, las emociones complejas no son universales y se construyen a partir de lo aprendido a lo largo de la vida y requieren de procesos cognitivos –procesos para interpretar las experiencias vitales y adquirir conocimiento mediante la percepción y el pensamiento–.

Las emociones complejas se desarrollan a partir de los 2 o 3 años, cuando el niño o la niña ya han interiorizado las emociones básicas y tienen una capacidad lingüística más desarrollada para comprender y expresar matices más sutiles y complejos sobre lo que siente.

Existe un acuerdo claro sobre cuáles son las emociones básicas, pero no sucede así en cuanto a las emociones complejas. Esto se debe a la cantidad de matices diferentes que una misma emoción compleja tiene para personas distintas.

El sentimiento de culpa, algunas personas, lo expresan con una combinación de tristeza y frustración, mientras que otras personas sienten, sobre todo, una mezcla de miedo y rabia.

Además, según decía el psicólogo Plutchik, podemos combinar las emociones básicas de forma casi infinita, sintiendo emociones nuevas a las que podríamos ponerles nombres diferentes. Es por esto que Plutchik creó la llamada rueda de emociones que plantea que las emociones complejas parten de las emociones básicas:



Diferentes autores y expertos han tratado de representar visualmente este “mundo de las emociones complejas”. Estos son algunos ejemplos que creo que son verdaderamente brillantes:

El modelo cromático de las emociones que proponen José Luis Díaz y Enrique O. Flores:



Fuente: (Díaz & Flores, 2001)

O el Universo de las Emociones, creación de Eduard Punset, Rafael Bisquerra y el estudio PalauGea. (Área Humana, 2018)



Fuente: (Área Humana, 2018)

Función de algunas de las principales emociones complejas

Según el psicólogo Paul Ekman, que definió las emociones básicas, las emociones complejas y su función son:

La vergüenza

Aparece cuando nos sentimos vulnerables y con una sensación de malestar, al percibir que no somos aceptados por los demás o que hay una parte de nosotros o nosotras que no queremos mostrar y que queda expuesta al juicio de los demás. También

aparece cuando hacemos algo que va en contra de nuestras expectativas y nos juzgamos a nosotros mismos o nosotras mismas.

“Sentí vergüenza cuando bebí de más, ya que hice cosas que no quería hacer y además me había propuesto dejar de beber y no lo conseguí”.

La culpa

La culpa se relaciona con nuestro código ético o moral. Aparece cuando hemos hecho algo que va en contra de nuestros principios o anticipamos que hemos podido dañar o perjudicar a otra persona. Sentimos un gran malestar y creemos merecer algún tipo de castigo que repare lo que hemos hecho.

“Sentí culpa cuando le traté mal y le reproché algo injusto, yo en realidad no siento eso que le dije, creo que solo lo hice por resentimiento, y no está bien”.

El orgullo

Sentimos orgullo cuando hemos hecho algo tan bien que supera nuestras expectativas o valoramos nuestra manera de comportarnos de forma muy satisfactoria. El orgullo, en su justa medida es conveniente, porque nos hace tener un buen nivel de autoestima, pero en exceso nos puede aislar y podemos recibir rechazo de los demás. En este caso se relaciona con el narcisismo o con la soberbia.

“Siento orgullo por haberme graduado, hice un gran esfuerzo y por fin tengo el título”

El placer

El placer es una emoción muy intensa que se da cuando hemos satisfecho nuestras necesidades básicas –comer, beber, relaciones sexuales...– pero también lo experimentamos cuando hacemos actividades que nos gustan –tiene que ver con la satisfacción vital–. La principal emoción básica es la alegría que nos informa de qué cosas o aspectos tenemos que repetir y son buenos para nuestra vida.

Como todas las emociones el placer podría ser una emoción desfavorable según como la gestionemos. Por ejemplo, la búsqueda obsesiva de un placer, difícilmente alcanzable, puede llevar a un estado de insatisfacción permanente, que nos acerque a hábitos nada saludables, como las sustancias adictivas, la sexualidad compulsiva... Estos procesos pueden encubrir mecanismos de evasión al no saber enfrentarnos de forma adecuada y eficaz a determinadas situaciones o experiencias.

“Siento placer cuando como sushi. Es una comida que me encanta”. “Siento placer cuando voy de compras”.

Los celos

Los celos aparecen asociados a la anticipación de la pérdida de algo o alguien importante en nuestra vida. También se manifiestan celos en procesos de comparación con otras personas, lo que poseen, y nosotros o nosotras no poseemos. En este caso hay sentimientos de injusticia, infravaloración... Los celos tienen un gran componente social y se dan entre amistades, familiares... ya que son las personas de nuestro entorno con quienes tendemos a compararnos, al entender que, si ellos o ellas han logrado algo, ¿por qué nosotros o nosotras no lo tenemos también?

Los celos pueden tener una función motivacional, estimularnos a alcanzar algo que otra persona tiene y que consideramos que también está a nuestro alcance. Pero no

siempre tienen esta función de acicate o estímulo, muchas veces, los celos son una emoción autodestructiva y muy perjudicial para el entorno de la persona que los siente. Un caso claro de celos conflictivos se da en las relaciones de pareja.

“Siento celos cuando quedan dos amigas mías y no me avisan”.

Te propongo un ejercicio para reflexionar sobre tus emociones complejas.

¿Qué emociones han sido las mas relevantes en tu última semana?

¿Qué emociones han sido más intensas y frecuentes en la última semana?

Es probable hayas sentido, en alguna medida, casi todas las emociones que te propongo en este test, pero la idea es que elijas sólo las emociones que consideras que han tenido, por su intensidad o su frecuencia, relevancia en esta última semana.

¿Cómo manejar las emociones?

Probablemente si has leído hasta aquí este artículo te preguntes ¿y esto para que me sirve?

Saber qué son las emociones, comprender sus funciones y los mecanismos que hay tras ellas, incluso mejorar el vocabulario emocional para saber expresar y compartir lo que sentimos, tiene un objetivo fundamental, esencial para lograr el bienestar que todos y todas deseamos: manejar nuestras emociones, autorregularlas.

Al principio de este artículo os mencionaba que en ocasiones las emociones no responden de forma coherente o adecuada a los estímulos. Es decir, percibimos como amenaza algo que no lo es en realidad y sentimos emociones que están sobredimensionadas.

En ocasiones podemos sentir ansiedad o tristeza y no somos capaces de precisar por qué estas emociones son tan intensas y nos acompañan durante tanto tiempo. Aquí es donde la comprensión de la emoción y la posterior regulación o gestión emocional van a ser decisivas.

Este es un objetivo muy importante en nuestra profesión, la Psicología en el área clínica: dotar de las técnicas, el conocimiento y los recursos, para que las personas identifiquen, expresen y gestionen sus emociones.

El mecanismo de la emoción

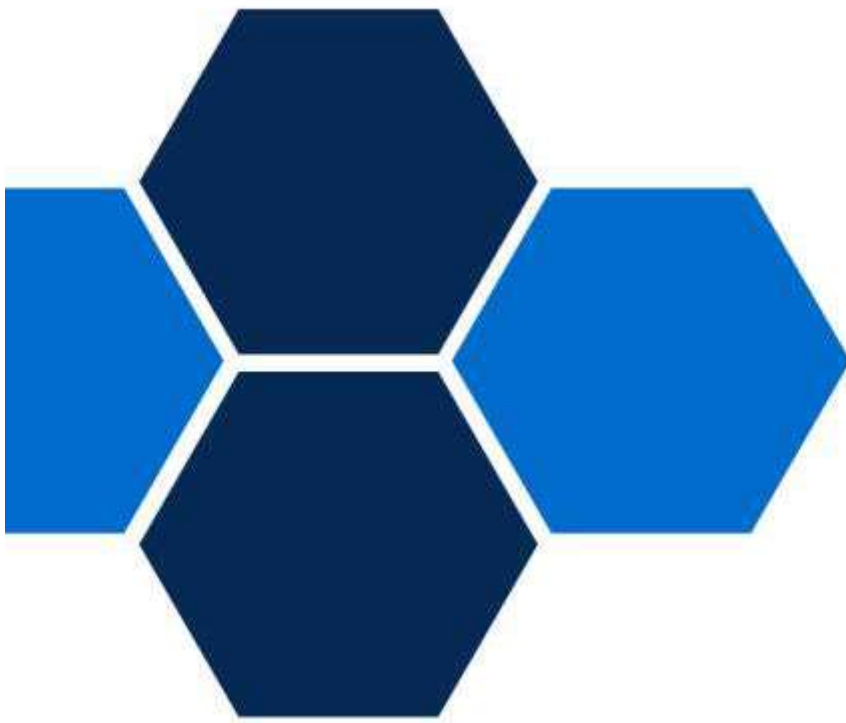
¿Cómo funciona la emoción en nuestro cerebro para sobrevivir?

Según el psicólogo Hervás (2011), ante una situación determinada existe una reacción emocional –ante el miedo al sótano si se nos cierra la puerta y no podemos salir, pegamos un grito o nos ponemos a temblar–.

A esta reacción le sigue un proceso. Comprender este proceso es crucial para una adecuada gestión emocional.

TIPOS DE EMOCIONES	
Apertura Emocional	Es nuestra capacidad para abrírnos a la emoción y permitirnos sentirla, es decir, es lo consciente que somos de esa emoción.
Atención Emocional	Ponemos en marcha recursos para atender a la emoción.
Aceptación Emocional	Consiste en no juzgar la emoción que estamos sintiendo y aceptarla tal como es.
Etiquetado emocional	Cuando identificamos qué emoción estamos sintiendo y le ponemos nombre: “ <i>siento miedo</i> ”.

Análisis emocional	Cuando somos capaces de analizar la emoción y sabemos qué significa esa emoción y que implicaciones tiene – sabemos que estamos sintiendo miedo y que eso proviene por la situación en el sótano, porque nos da miedo estar en la oscuridad o que puedan tardar tiempo en abrirnos.
Modulación emocional	Es nuestra capacidad para regular esa emoción. En el caso del sótano, ante la emoción de miedo, decidimos evitar la situación o si hemos bajado, tranquilizarnos y hacer algo interesante en el sótano mientras nos abren.



CAPÍTULO 2

NATURALEZA Y FUNCIÓN DE LAS EMOCIONES



CAPÍTULO 2

NATURALEZA Y FUNCIÓN DE LAS EMOCIONES

Steven Pinker (1997) propuso ver las emociones como módulos de programas (*software*), con una ingeniería bien diseñada para trabajar de modo armónico con el intelecto, lo que hace posible el funcionamiento de la mente en su conjunto. Tales programas han sido seleccionados para asegurar la propagación de la especie. Sus aparentes disfunciones (irracionalidad, agresividad, autoengaño, por ejemplo) revelan la operación de un mecanismo adaptado a su función evolutiva (no su «lado oscuro»). Además, la neurociencia ha mostrado que los distintos sistemas del cerebro están integrados por una diversidad de conexiones y que un órgano como la amígdala — donde se encuentran los circuitos que transmiten las emociones— procesa no solo señales simples sino también información compleja y abstracta.

Desde una perspectiva diferente, basada en experimentos sobre decisiones y teoría de juegos, el economista Eyal Winter (2014: 238) ha llegado a una conclusión similar:

Las emociones no son un resto arcaico dejado por el proceso evolutivo desde un lejano pasado primitivo, sino una herramienta efectiva y avanzada para balancear y complementar nuestro lado racional. Al final, quien tiene la ventaja es la persona que siente y piensa, no la que depende solamente del pensamiento.

La función clave de las emociones, plantea Pinker (1997), consiste en jerarquizar y activar las metas y submetas que guían el pensamiento y la acción. Ante una señal de peligro se desencadena el miedo y se activa una meta inmediata como huir, pero pueden también activarse metas más complejas y de largo plazo (diseñar estrategias para el manejo del riesgo, por ejemplo). Las emociones permiten al organismo saber qué hacer en cada momento para enfrentar los retos presentes en su ambiente, que

van desde las más simples o evidentes señales de amenaza hasta los más complejos dilemas éticos.

La perspectiva evolutiva revela la existencia de emociones básicas que no requieren evaluación ni juicio, ligadas a conductas animales instintivas: miedo, ira, disgusto, felicidad, tristeza, sorpresa. Son procesos afectivos localizados en sistemas cerebrales evolutivamente primitivos (Izard, 2007).

El reconocimiento de las emociones en las organizaciones

Robbins y Judge (2009), autores del texto de comportamiento organizacional más popular en todo el mundo, ofrecen dos explicaciones para la escasa y tardía atención que se ha prestado a las emociones en el ámbito organizacional. A la primera se refieren como «el mito de la racionalidad»: en una organización bien dirigida no hay cabida para la expresión de sentimientos (frustración, miedo, disgusto, amor, odio, alegría, sufrimiento), que constituyen lo opuesto a la racionalidad. Este mito se emparenta con una cultura «masculina» de la gerencia, en la cual no está «bien visto» que un gerente exprese emociones o incluso dudas. De hecho, la presencia de mujeres en cargos y escuelas de gerencia es un fenómeno relativamente reciente.

La segunda explicación puede considerarse otro mito: las emociones son perjudiciales, pues afectan el desempeño de los empleados. Si bien es comprensible que algunas emociones intensas, expresadas inoportunamente, puedan interferir o interrumpir el flujo normal del trabajo, la experiencia y la investigación han mostrado que las emociones bien encauzadas pueden contribuir a mejorar procesos de decisión, liderazgo, relaciones interpersonales, desempeño y satisfacción laboral. Además, como argumentan Robbins y Judge, el hecho es que los empleados llevan sus emociones al trabajo todos los días —podría agregarse que también las llevan del

trabajo a sus hogares— y, por lo tanto, sería irresponsable ignorarlas o tratar de ocultarlas, restringirlas, controlarlas o manipularlas.

Ciertamente, como dijera Bowen (2014), la investigación sobre emociones en las organizaciones salió de la infancia. Para facilidad de los interesados, Robbins y Judge presentan un nutrido resumen de hallazgos sobre 1) factores que desencadenan, influyen o condicionan la experiencia y la expresión de emociones en el contexto organizacional (personalidad, día y hora, clima, estrés, interacción social, sueño, ejercicio físico, edad y género) y 2) aplicaciones del conocimiento sobre emociones en el contexto organizacional que se traducen en beneficios de experimentar y expresar emociones.

La comprensión de las emociones propias y ajenas mejora el desempeño del gerente

Investigaciones recientes se han enfocado en la expresión «estratégica» (combinada) de más de una emoción, para entender cuándo, cómo y por qué puede ser beneficiosa la expresión de ira en la organización. Estudios de campo llevados a cabo por Ferreira, Saldanha y Lopes (2019) mostraron que la expresión estratégica de emociones —expresar enfado en combinación con emociones positivas— produce beneficios para los individuos: acentúa las percepciones de cooperación que mejoran las evaluaciones de desempeño.

La neurociencia ha venido mostrando la relevancia de las emociones para el pensamiento racional, aunque solo recientemente haya comenzado a ser reconocida. Las emociones aportan información clave para tomar decisiones. Además, se ha puesto en evidencia que los comportamientos éticos dependen más de sentimientos —culpa, disgusto, compasión, enojo— que de razonamientos abstractos. Es necesario comenzar por reconocer que las emociones son respuestas a eventos que ocurren en

la organización, e influyen en comportamientos y actitudes de las personas: compromiso, esfuerzo, intención de renuncia y desviación en el trabajo.

La comprensión de las emociones influye de manera positiva en la capacidad de las personas para llevar a cabo actividades tales como selección de personal, toma de decisiones, liderazgo, manejo de conflictos, negociación o servicio al cliente. La investigación ha contribuido también a desarrollar teorías como la de inteligencia emocional, que ha ayudado no solo a entender mejores comportamientos humanos en las organizaciones sino también a diseñar herramientas para el diseño de puestos y la selección de candidatos a gerentes. Ciertamente, hay límites éticos a la posibilidad de controlar o manejar emociones.

Pero una mayor comprensión de las emociones y sus efectos en los comportamientos de los colaboradores mejorará la efectividad y las relaciones interpersonales del gerente. Tal es también la lección de la psicología evolutiva. El desarrollo de habilidades propiamente humanas ha dependido de algo más que el razonamiento abstracto y la capacidad analítica: la capacidad para sentir y responder apropiadamente a las circunstancias.

Inteligencia Emocional

De acuerdo con (Mayer J. , 2001) la evolución del concepto de inteligencia emocional se ha dividido para su estudio en cinco fases:

FASES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

Primera Fase <i>La concepción de inteligencia y emoción como conceptos separados</i>	Comienza en 1900 y termina en la época de los setenta; coincide con el surgimiento del enfoque psicométrico de la inteligencia humana donde se comienzan a emplear instrumentos científicamente elaborados para medir el razonamiento abstracto.
Segunda Fase <i>Los precursores de la inteligencia emocional</i>	La duración de esta etapa es de aproximadamente 20 años, de 1970 a 1990. Aquí la influencia del paradigma cognitivo y del procesamiento de información es evidente.
Tercera Fase <i>Creación del concepto a manos de Mayer y Salovey</i>	Su trabajo trata explicar el procesamiento de información emocional y proponen un primer modelo sobre los componentes de la inteligencia emocional, y si bien no es definitivo, servirá como guía para formular la versión final de su teoría.
Cuarta Fase <i>La popularización del concepto</i>	La inteligencia académica no ofrece prácticamente ninguna preparación para los trastornos o las oportunidades. Esto podría llevar al error de pensar que los conocimientos académicos entorpecen el desarrollo

	personal de los individuos y que lo único importante en la educación de las futuras generaciones.
Quinta Fase <i>Institucionalización del modelo de habilidades de investigación</i>	Se crean nuevos instrumentos de medición, crece el número de investigaciones sobre la temática a la par que el constructo comienza a relacionarse con las variables.

El concepto de inteligencia emocional surge debido a las investigaciones llevadas a cabo por (Salovey & Grewal, 2005), que a su vez se basan en los adelantos de Howard Gardner al introducir en su publicación de 1983 el concepto de las inteligencias múltiples. Esta construcción teórica sobre la importancia de las emociones ha sido trabajada por diversos autores tal como, (Cortés, Barragán , & Vázquez, 2002), quienes sostienen que la inteligencia emocional comprende tanto la evaluación como la expresión de las emociones propias y las de los demás, así como la comprensión de las experiencias emocionales para promover un crecimiento emocional e intelectual.

Los autores mencionados (Cortés, Barragán , & Vázquez, 2002), sugieren diez factores constituyentes de la inteligencia emocional:

1. Control emocional.- Control de los sentimientos y manejo del humor.
2. Autoestima.- Motivación de sí mismo.
3. Control de los impulsos.- Gratificación tardía o posterior.
4. Manejo de estrés.- Su control y manejo ante el cambio.
5. Habilidad social.- Relación y empatía con otros.

6. Balance creativo.- Mantener el equilibrio entre el trabajo, los deberes del hogar y conservar el buen humor.
7. Habilidades de comunicación.- Comunicación efectiva con otras personas.
8. Manejo de metas.- Fijarse metas realistas en todas las áreas de la vida.
9. Auto motivación.- Para alcanzar las metas de nuestra vida.
10. Actitudes positivas.- Mantenerse en actitud positiva y realista, aún en tiempos difíciles.

Por su parte (Hassan & Mohsen, 2012), define la inteligencia emocional como la forma en que un individuo, lidia con la experiencia emocional y administra sus emociones mientras se comunica con otros; en otras palabras, la inteligencia emocional afecta cómo nos percibimos a nosotros mismos y la manera como nos comunicamos con los demás.

En este sentido, (Chopra & Kanji, 2010), proponen una distinción conceptual entre el modelo basado en habilidades y el modelo basado en rasgos de la inteligencia emocional. Por su parte, el modelo basado en habilidades se fundamenta en destrezas que han probado ser resistentes a la medición científica, y en cuanto al modelo basado en rasgos de la inteligencia emocional.

Por su parte el modelo basado en habilidades se fundamenta en destrezas que han probado ser resistentes a la medición científica, y en cuanto al modelo basado en rasgos, este se basa en disposiciones comportamentales y habilidades de auto-percepción, considerando a la inteligencia emocional como un conjunto de rasgos de personalidad que pueden medirse por medio de instrumentos de auto-reporte.

Desde este último, (Trujillo & Rivas, 2008) afirman que la inteligencia emocional es una serie de habilidades adaptativas que se llevan a cabo gracias a criterios como la evaluación y la expresión de emociones, la regulación de emociones y la utilización de emociones de manera adaptativa.

Se puede afirmar que los estados emocionales afectan la dirección del pensamiento cuando somos capaces de reconocer altos estados de ánimo en otros individuos, facilitándose el cambio de actitud en estas mismas personas (Briñol, Gandarillas, Horcajo, & Becerra, 2010). Por este motivo, es importante que los vendedores ejerzan un grupo de habilidades mentales que consistan en la percepción, utilización, entendimiento y manejo de los diversos estados emocionales, todo eso comprendido dentro de la teoría de la inteligencia emocional elaborada por (Salovey & Grewal, 2005)

Dentro de este grupo de habilidades el carácter fundamental consiste en la percepción de los estados emocionales que, como nos afirma (Ekman, 1999), manifiestan los cuerpos de manera diferentes por medio de indicadores musculares específicos y distintos para cada tipo de emoción básica, esto se denomina expresión facial.

Teniendo en cuenta las bases referenciales del estudio sobre la inteligencia emocional (Mayer & Salovey, 1997) la consideran como un conjunto.

Principales modelos de inteligencia emocional

Nacen diferentes modelos conformados en función de la visión particular de sus autores. Según (Mayer J., 2001) estos pueden clasificarse en dos grandes grupos: Los modelos mixtos y el modelo de habilidad.

Modelos Mixtos

Como su nombre lo indica, aglutina diversas habilidades, destrezas, objetivos, rasgos de personalidad competencias y disposiciones afectivas. La mayor crítica a estos modelos es que al contener tantos elementos los resultados de sus instrumentos llegan a ser confusos, así como los límites entre sus numerosas y complejas variables.

Muchas veces no son el resultado de años de estudio como modelos de inteligencia emocional sino de las investigaciones de sus variables aisladas. (Rego & Fernández, 2005). Dos de los modelos más representativos son: a) el modelo de Goleman y b) el modelo de Bar-on.

Modelo de Goleman

La inteligencia emocional es considerada como un conjunto de características claves para resolver con éxito los problemas vitales entre las que destacan: la habilidad de auto-motivarse y persistir sobre las decepciones; controlar el impulso para demorar la gratificación; regular el humor; evitar trastornos que disminuyan las capacidades cognitivas; mostrar empatía y generar esperanza.

Este modelo, se ha ido perfeccionando a través del tiempo, la versión final, que se muestra a continuación, afirma que la inteligencia emocional se integra por cuatro dimensiones conformada de diversas competencias:

DIMENSIONES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

El conocimiento de uno mismo

Dimensión formada por la competencia del autoconocimiento emocional, que comprende las capacidades para atender señales internas; reconocer como los propios sentimientos afectan el desempeño laboral; escuchar a la intuición y poder hablar abiertamente de las emociones para emplearlas como guías de acción.

La autoregulación

Dimensión relacionada como la persona maneja su mundo interno para beneficio propio y de los demás, las competencias que la integran son: autocontrol emocional, orientación a los resultados, adaptabilidad y optimismo.

La conciencia social

Las competencias desarrolladas en esta dimensión son esenciales para establecer buenas relaciones interpersonales, se conforma de: empatía y conciencia organizacional.

La regulación de relaciones interpersonales

Se enfoca principalmente a los efectos de la persuasión e influencia sobre otros, se integra de las competencias; inspiración de liderazgo, influencia, manejo de conflicto y trabajo en equipo y colaboración.

Para (Goleman, 2000) un individuo que posee un buen nivel de inteligencia emocional no necesariamente dominará diversas competencias emocionales, ya que el primer concepto solo indica la potencialidad que tiene la persona para el uso de el siguiente extracto: Una competencia emocional es una capacidad adquirida basada en la inteligencia emocional que da lugar a un desempeño sobresaliente.

Modelos Bar- ON

Para (Baron, 2010) la inteligencia socio emocional es un conjunto de competencias y habilidades que determinan cuán efectivamente los individuos se entienden, comprende a otros, expresan sus emociones y afrontan la demanda de la vida cotidiana. La inteligencia emocional se detalla en cinco dimensiones básicas:

- Intrapersonal.- Esta dimensión consiste en tener conciencia de las propias emociones así como su autoexpresión, las habilidades y competencias que la conforman son: autoreconocimiento, autoconciencia emocional, asertividad, independencia y auto actualización.
- Interpersonal.- Dimensión que considera a la conciencia social y las relaciones interpersonales como su punto central, las habilidades y competencias que la comprenden son: empatía, responsabilidad social y establecimiento de relaciones interpersonales.

- Manejo del estrés.- Los puntos centrales de esta dimensión son el manejo y regulación emocional, las habilidades que la conforman son: tolerancia al estrés y control de impulsos.
- Adaptabilidad.- El núcleo de esta dimensión es el manejo del cambio, las habilidades y competencias que la integran son: chequeo de realidad, flexibilidad y resolución de problemas.
- Humor: Es la última dimensión considerada por Bar-On y se relaciona con la motivación del individuo para manejarse en la vida, se integra de las habilidades: optimismo y felicidad.

Modelo de Habilidad

Para comenzar con el desarrollo del modelo de habilidad es fundamental señalar que antes de su construcción había dos concepciones de la emoción: la tradicional, donde se considera la emoción como enemiga del pensamiento, como una perturbación producida por un evento externo, un “arrebataimiento”, una pérdida completa de control y la contemporánea, la cual considera que las emociones ayudan al desarrollo del pensamiento y forman parte fundamental del procesamiento de información de cerebro. (Biess & Daniel, 2014)

Existen cuatro habilidades básicas de la inteligencia emocional:

HABILIDADES BÁSICAS DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL	
1.- Percepción, valoración y expresión de emociones	Es la habilidad más básica y se refiere a la certeza con la que las personas pueden identificar las emociones y el contenido emocional en ellos mismos y otras personas. Incluye el registro, la atención y la identificación de los mensajes emocionales, su manifestación se observa en expresiones faciales,

	movimientos corporales, posturas, tonos de voz, entre otros.
2.- Facilitación emocional del pensamiento	Esta habilidad se relaciona con el uso de las emociones como una parte de procesos cognitivos como la creatividad y resolución de problemas, esto se debe a que los estados emocionales dirigen nuestra atención hacia cierta información considerada relevante, determinando tanto la manera en que procesamos la información, como la forma en que enfretamos problemas.
3.- Comprensión de las emociones	La habilidad se refiere al conocimiento del sistema emocional, en otras palabras, a conocer como se procesa la emoción a un nivel cognitivo , y como afecta el empleo de la información emocional en los procesos de razonamiento: comprende el etiquetado correcto de las emociones, la comprensión del significado emocional, no solo de emociones sencillas, sino también de emociones complejas, así como la evolución de unos estados emocionales en otros. (Montesinos, 2018)
4.- Regulación reflexiva de las emociones	Es la que propone el modelo y se relaciona con la capacidad de estar abierto tanto a los estados emocionales positivos como negativos, reflexionar sobre los mismos y determinar si la información que los acompaña es útil sin reprimirla ni exagerarla, así como al regulación emocional de las propias emociones y las de otros.

Neuroeconomía

A partir del avance de la neurociencia se está transformado el discurso científico en un sustrato sumamente valioso para la rama de la economía, que ha dejado los postulados axiomáticos de la ciencia económica para adentrarse en una ciencia totalmente nueva, que afronta el mismo problema desde otra perspectiva científica. Puesto que el campo de la neuroeconomía ha emergido recientemente desde un carácter interdisciplinario, tratando de acortar los intersticios existentes entre ambas ciencias, y así asignar los criterios que se demuestren, a través de resultados que servirán como bases neuronales del valor y la predictibilidad en las tomas de decisiones; parámetros centrales en la teoría económica, donde se establecen y se conforma el nuevo pensar económico.

La economía dista demasiado con el concepto de neuroeconomía en lo que se refiere al presupuesto base de la ciencia económica. Para los neuroeconomistas la racionalidad se fundamenta en la dualidad “mente-cerebro”, en cómo esta interacción permite una mejor decisión desde el punto orgánico del cerebro: “cómo interactúa el cerebro de manera funcional cuando se expone a una realidad palpable”. (Chalmers, 2002)

Para muchos estudiosos de la temática, la neuroeconomía revalida de manera sustancial a la economía, permitiendo acopiar más en su expresión científica, descubriendo los modelos axiomáticos donde se estructura y quedando revalidados esos conceptos por una nueva evidencia científica.

La neuroeconomía se ha desarrollado como una nueva rama del conocimiento, que ha posibilitado un crecimiento investigativo relacionando la neurociencia y la economía (Ramírez, 2010) y que además, ha permitido fortalecer los temas de gestión ya que también permite comprender la toma de decisiones en ámbitos económicos y

financieros (McKiernan, 2017). Es a partir de los estímulos neuronales, que los científicos pueden conocer mucho mejor los procesos de elección.

Según (Camerer, 1995) se originó el debate entre los académicos que veían como un avance promisorio en la búsqueda de fundamentos para los modelos de conducta individual y aquellos que observan un avance la de la ciencia económica hacia un campo interdisciplinario que le implicaba desvirtuar la naturaleza de su objeto de estudio.

Sin embargo, la decisión apropiada para el individuo tiene una serie de características:

CARACTERÍSTICAS	
1. Es una de un conjunto de varias decisiones	Para la literatura económica pueden existir varias decisiones óptimas para el individuo, pero la idea imperante es que siempre predomine una que optimice los objetivos del agente económico. Las opciones no reveladas por el mercado o contexto, aunque sean las mejores decisiones, sino son puestas a consideración no tienen relevancia.
2. Todo depende de la decisión	La economía establece reglas o normas de decisión para el agente, esto quiere decir que hay muchas decisiones óptimas que sólo dependen de la que utilice el decisor.
3. Puede ser distinta la decisión para personas diferentes	Las decisiones pueden generar una o varias consecuencias. Si estas contingencias se pueden establecer en términos de probabilidad objetiva el agente decisor establecerá la más óptima para él. Ahí cabe una pregunta sustancial: ¿Todo es objetivo a la luz de los diferentes agentes?
4. Todo depende de la información	Ignorar cualquier información relevante a la hora de tomar una decisión se considera un acto no racional.

Las decisiones en el contexto de la ciencia económica mantienen una estructura bajo ciertas normas, leyes y el supuesto fuerte de racionalidad, haciendo que las decisiones se tomen en un ambiente sui generis de realidad; anulando de paso cualquier concepción de emotividad y reacción sentimental por parte del individuo.

Pero la realidad es avasalladora y hace del individuo un ser más complejo y dinámico en su formación, y en cómo afronta las decisiones. El individuo en su interacción con el mundo tiene que tomar decisiones que ha ido priorizando, desde su carácter evolutivo: la necesidad de subsistir, de defenderse, de protegerse; ese tipo de decisiones son “autónomas”, es decir, se realizan como un proceso natural. Se planteará el argumento que cualquier individuo decide si comer o no comer, ese tipo de decisiones son las llamadas irracionales, a la luz de la misma racionalidad económica o universal.

El cerebro en la historia: un breve comentario

Los neurólogos y científicos del cerebro gustan en decir que la función de los diversos órganos del cuerpo humano, es única y exclusivamente, servir al cerebro. Quizás sea una afirmación excesivamente drástica, pero también es verdad que el yo y la realidad subjetiva, perduran aún en la disección de varios apéndices, órganos viscerales, eliminación de todo contacto social; pero no cuando hay cese de actividad eléctrica cerebral, y todo esto incluso aunque el corazón siga latiendo. Este hecho, se ha reflejado en la mayoría de los sistemas legales de los países, que certifican el fallecimiento de las personas en cuanto hay cese de actividad cerebral, aunque otros parámetros biológicos estén presentes.

Pero el interés por el cerebro como base de las facultades intelectivas, del comportamiento cualquiera que sea este (económico, social) y sede de las pasiones, así como el origen de varias condiciones médicas; no siempre ha sido el mismo a lo

largo de la historia cultural y científica de Occidente. El concepto actual sobre la conexión entre células nerviosas, encéfalo (cerebro) y comportamiento, solo tiene dos siglos de vida. Gracias a disciplinas como la anatomía, biología molecular, embriología fisiología, farmacología y psicología; se ha podido descubrir tal conexión. Hasta el perfilamiento de este cuadro explicativo se pensaba que la vida mental con sus funciones y operaciones, tenía un origen supra físico y porque no decirlo divino. (Monasterio, 2005)

Neuroeconomía: el marketing desde dentro

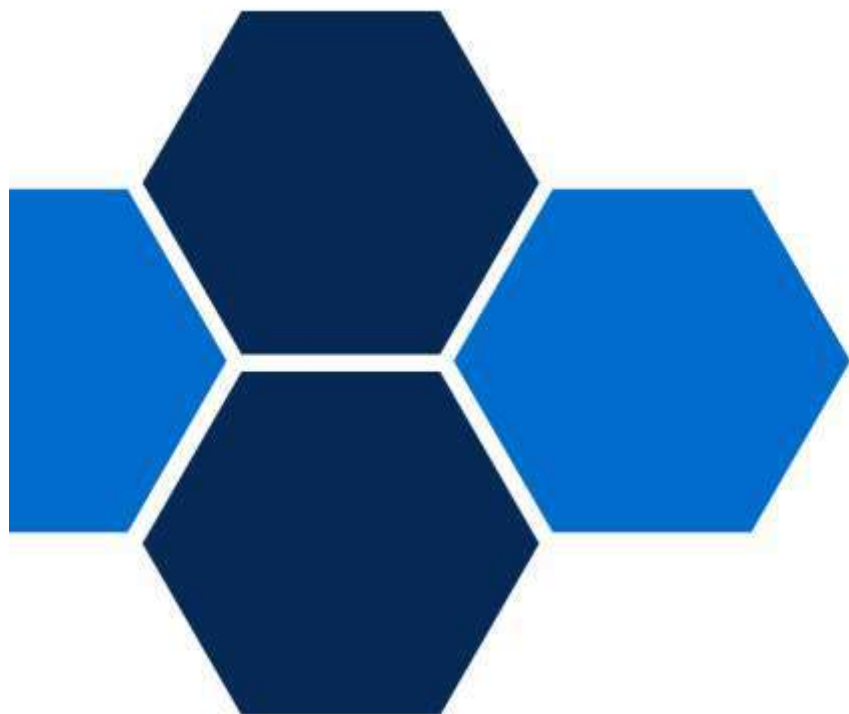
La gran peculiaridad de la neuroeconomía (el estudio de la toma de decisiones en contextos económicos) aplicada al marketing es que, sobre la base del conocimiento de los mecanismos de funcionamiento de los procesos de comparación e identificación del consumidor con la marca, el proceso de formación de la utilidad subjetiva de un producto, expectativas y motivación de compra; la publicidad resultante comienza operando en el mismo sujeto consumidor. Con las promesas de la neuroeconomía (muchas de ellas factibles) no será necesario atraer al consumidor hasta el producto con el uso de una retórica publicitaria, bien diseñada audiovisualmente, o un lenguaje específico innovador con eslóganes con gran poder de contraste.

El propio consumidor no tendrá *otra* alternativa, más que comprar el producto neuro económicamente publicitado. Y este es el gran problema moral subyacente. Porque la protección y defensa del consumidor, no solo se basa en evitar la información engañosa en la publicidad de un producto, proteger al consumidor de posibles peligros en su salud tras el consumo de un producto; o permitirle expresarse y garantizar una serie de vías jurídicas de denuncia y reclamación. Es igualmente importante, la

intencionalidad del anunciante, la cualidad moral de los métodos empleados y los objetivos perseguidos.

Los derechos clásicos del consumidor, circunscritos en la libertad genérica del ciudadano reconocido como sujeto jurídico de un estado, se entienden como la serie de capacidades para decidir sin coacción la elección de un producto. Sin embargo, la introducción de la tecnología neuroeconomía debe incoar una especie de libertad *sui generis*, una libertad virtual, si cabe más intangible: la libertad del *espacio interno subjetivo*. Este espacio de libertad es en algunos aspectos análogo a la libertad de conciencia al que apelan los antimilitaristas, movimientos seculares ante la imposición de culto etc.; pero con la diferencia de ser un espacio sujeto a la manipulación y control.

Mientras que la libertad de conciencia es fruto del proceso de en culturización de las personas, de los valores aprendidos y de su madurez racional que les conduce a dirigir sus vidas hacia la búsqueda de la felicidad que mejor estimen, así como el reconocimiento de la pluralidad ideológica; la libertad del espacio interno subjetivo es un entorno cognitivo que se puede crear artificialmente a través de métodos inteligentes, pero potencialmente fraudulentos. (Monasterio, 2005)



CAPÍTULO 3

EMOCIONES



CAPÍTULO 3

EMOCIONES

Las emociones son parte de nuestra vida cotidiana, urbana, moderna, neoliberal, utilitarista. Sin embargo, durante un tiempo quedaron fuera del mapa de la ciencia. Quienes han observado este resurgimiento del interés por las emociones como objeto de estudio científico refieren que el proyecto de la modernidad suponía la racionalización de la vida. En este sentido, las emociones eran un freno de la razón, una parte de nuestra animalidad y había que controlarlas. La primera y segunda guerras mundiales mostraron que la racionalidad también producía acciones aberrantes y es esa una de las fisuras por las que las emociones se reincorporan en la explicación de las acciones humanas. (Biess & Daniel, 2014)

Ahora bien, es hasta los años setenta del siglo pasado que las emociones recobraron su importancia en la psicología no psicoanalítica y en la naciente neurociencia. La visión adoptada seguía muy de cerca la propuesta que Charles Darwin había elaborado en el siglo XIX (Darwin, 1899): animales y humanos comparten emociones; estas últimas existen para la sobrevivencia, son productos innatos, empaquetados y mantenidos por la evolución. Desde otro frente, aparece una sociología de las emociones. Esta surge en los años setenta del siglo pasado y se consolida en los noventa. La sociología de las emociones nace en contraposición a la visión darwiniana; con una significativa variedad de teorías e investigación empírica muestra la diversidad cultural en las expresiones emocionales, las diferentes etiquetas utilizadas para nombrarlas y cómo la situación social produce o inhibe determinadas emociones. (Turner & Jan, 2005)

En la actualidad existen intentos por reconciliar ambas posiciones, o por lo menos de tender puentes entre ellas. Por ejemplo, algunos autores dentro de la sociología de las

emociones se refieren a la necesidad de dialogar con la neurociencia y de emprender intersecciones con ésta (Turner, 2013). El presente trabajo busca contribuir a este diálogo entre disciplinas, mostrando algunos puntos de contacto.

En la primera parte del trabajo, se enunciarán los supuestos de los que parten tanto la sociología de las emociones como la neurociencia de las emociones. La apuesta con esta estrategia es que al conocer al observador y sus límites de observación podemos ver qué aspectos ilumina cada disciplina al estudiar la *emoción*. Al aclarar lo anterior, se observará que la neurociencia de las emociones enfatiza el proceso que se da al interior del individuo al detonar/expresar la emoción, excluyendo -aparentemente- el entorno social. En la segunda parte del escrito se delinearán dos explicaciones del fenómeno realizadas por Antonio Damasio y Joseph LeDoux, ambos conocidos neurocientíficos especialistas en las emociones (Blanco, 2014), el segundo en la del miedo específicamente.

A lo largo de la explicación que proporcionan ambos autores se resaltarán algunos aspectos que muestran cómo la sociedad aparece en el proceso de emoción individual. En la última parte del escrito se presentará con mayor claridad en qué momentos específicos lo hace. Aquí se esbozará que la sociología de las emociones puede obtener una observación más compleja del desarrollo emocional si incluye tanto el proceso de percepción de la emoción, como aquél de la experiencia que se puede reconstruir desde la neurociencia de las emociones.

Las emociones en tiempos de crisis

Sobre las emociones en coyunturas de catástrofes y desastres se afirma que cuando hay ruptura de la cotidianeidad y el funcionamiento habitual de la sociedad y la vida, se desarrollan en consecuencia con diferentes efectos psicológicos, principalmente ansiedad, neurosis y depresión y crisis emocionales profundas (OMS, 2006).

Una suerte de shock y estrés personal y colectivo que se dice, para el caso de epidemias, desencadena episodios de pánico, conductas violentas u ostracismo (Páez et al., 2001; Fernández et al., 1999).

Observar a los observadores

En este trabajo se asume que en todo encuentro cognoscitivo existe una interpretación, un observador. Tal observador no puede verlo todo a un tiempo y, por ello, distingue ciertos elementos como importantes y deja como entorno lo que considera como existente pero no relevante para la explicación. En esta apuesta, seguimos a Niklas Luhmann, sociólogo alemán, que ante las discusiones ya mencionadas propone como instrucción metodológica no observar el objeto, sino mirar a quién observa y qué es lo que enfatiza y qué es lo que deja fuera. (Luhmann, 1999)

En este caso, y al seguir tal instrucción, es preciso acotar quién observa la emoción y cómo la observa. Los observadores no son personas, son disciplinas. El objetivo de este apartado es precisar qué preocupa a la sociología de las emociones y qué a la neurociencia de las emociones cuando observan la emoción para tener claro cuáles son sus puntos ciegos.

Sociología de las emociones

Si uno lee las investigaciones empíricas y teóricas de la sociología de las emociones, advierte que para ellas toda emoción y afecto es producto de la cultura, las instituciones, una situación social, la interacción y la socialización. Por ejemplo, se dice que la cultura reproduce ciertas emociones y ocasiona que los individuos las expresen: el respeto y gratitud, que son parte de la cultura en algunas comunidades indígenas de México, intermedian en la relación entre padres e hijos cuando estos

últimos migran y producen emociones de alegría o tristeza (Hernández Lara, 2016) O bien, la institución refuerza, moldea, controla a sus individuos a través de las emociones: la envidia permite el funcionamiento de algunas instituciones y estas ayudan a la reproducción de esa emoción, como lo muestra (Giraud, 2008).

También, y como caso intermedio entre la institución y la interacción, la situación social que supondría una serie de elementos históricos y materiales compartidos, que colocan a los individuos en igualdad de circunstancias, permite la detonación de emociones similares. Por ejemplo, en el caso de los movimientos sociales que surgen de la reunión de emociones de enojo o insatisfacción ante una situación social compartida. (Gutierrez Vidrio, 2016)

La interacción también promueve, potencia e incluso genera las emociones: en un ritual de interacción exitoso, los individuos se sienten radiantes, felices, se produce un alto grado de energía emocional (Collins, 2009). Finalmente, la socialización, la reiteración de una educación empírica en un determinado ambiente y posición, reproduce ciertas emociones, las modifica, enseña a expresarlas: las mujeres son socializadas para ser amorosas, solidarias, cuidadoras, y los hombres para reprimir sus emociones, ya que lo contrario mostraría debilidad y los asociaría con las mujeres. (Bourdieu, 1998)

Pocos recuentos desde la sociología de las emociones se centran en el individuo y en su emoción. Los casos más relevantes son el de Erving Goffman, y en una vertiente similar, el de Arlie (Hochschild, 1979).

- El primero lo hace al afirmar cómo el individuo requiere de control emocional para sostener la presentación de sí mismo, aquello propio que desea mostrar ante los otros (Goffman, 1997).

- El segundo, al retomar esta aserción y acuñar el concepto de *emotional work*, noción que supondría que la imposición social de las emociones no viene sólo desde fuera, sino que implica un trabajo del individuo para modelar su emoción, lo que abre la posibilidad de manipular estas emociones para su beneficio (especialmente en las posiciones de servicio que cada vez hacen más uso de la manipulación de emociones). (Martell, 2017)

Si visualizamos lo anterior desde un panorama amplio, la sociología de las emociones distingue como emoción todo aquello que se produce más allá de los individuos y en una vertiente social. Es decir, no incluye el clima, la flora y la fauna o la aridez o la fertilidad del suelo; tampoco los estómagos o las hormonas.

Las emociones son producto del inter juego entre una semántica (cultura visual, escrita, oral) y el individuo; y de las relaciones entre individuos a mayor o menor escala. Si se retoma al individuo como productor, es porque fue socializado (impactado por la sociedad, por su grupo), o porque se privilegia la parte del individuo que es social: una persona que es consciente, monitorea, que es un agente (García Andrade, 2013). Si hay alguna referencia al cuerpo, se trata de un cuerpo social, que produce emociones sociales; no se refiere a músculos o nervios ni a procesos cerebrales.

Neurociencia de las emociones

En el caso de la neurociencia de las emociones, la observación del fenómeno emocional está centrada en el organismo individual. Aunque todos confluyen en el estudio del cerebro para analizar cómo se produce la emoción, existen algunas diferencias en la localización cerebral y en la relación con el cuerpo propiamente dicho. Para los neurocientíficos en general, las emociones aparecen causadas por necesidades del organismo detonadas internamente o por acontecimientos externos.

Son sensores de que algo se modificó y aparecen como motivadoras para la acción y la movilización de recursos del individuo (interna o externa). Las emociones, en última instancia, son traducciones del entorno externo o interno: traducciones de información percibida y que se utilizan para la acción. En este sentido, las emociones son fenómenos de sobrevivencia (del individuo y de la especie).

Partiendo de un supuesto tiempo evolutivo, es decir, de la continuidad de las especies y de la necesidad de sobrevivir, las emociones no son productos culturales (el *homo sapiens* aparece en la Tierra hace cincuenta mil años, las primeras expresiones culturales hace doce mil, y la escritura hace 3,500 años) (Damasio, 2018). Son, por el contrario, señalizaciones y reacciones formadas a lo largo de milenios que han resultado útiles para la subsistencia de la vida.

Las distinciones de cómo aparece la emoción se dan con respecto a qué partes del organismo son las inicialmente activadas o movilizadas para producirla. Aquí la socialización, la cultura, la interacción aparecen como entorno. Es decir, los autores no niegan su existencia; sin embargo, lo importante de la emoción aparece en el organismo. El entorno es social y ambiental y aparece como parte de los detonantes de la emoción. Para entenderla, entonces, no es necesario analizar los detonantes externos sino qué sucede en el cerebro/cuerpo ante ese entorno supuesto. La mayor parte de los neurocientíficos asumen que existen emociones innatas (conservadas por la evolución) compartidas con otras especies.

Además, se considera que otras son propiamente humanas. Entonces, la explicación de la emoción está centrada en *¿Qué sucede en el organismo humano?* Los problemas que se investigan son:

- 1) ¿Cuáles son los circuitos cerebrales necesarios para que cada emoción básica aparezca y cómo se expresan estas en el cuerpo (músculos faciales, tono muscular en

general, secreción de hormonas, liberación de neuromoduladores, acciones concretas, etc.)?

2) ¿Cómo un estímulo del entorno se traduce en señales químico-eléctricas y se puede transformar en un detonante para la acción?

3) ¿Cómo se producen emociones específicas?; y

4) La relación de las emociones con el comportamiento humano y con la salud/enfermedad.

Como se puede apreciar, para la sociología de las emociones el entorno es el cuerpo con su cerebro, vísceras y sistema músculo esquelético; lo que se distingue como relevante para la explicación de la emoción es precisamente lo que aparece como entorno para la neurociencia de las emociones, a saber, la cultura, la interacción, la socialización.

Es decir, los intentos de explicación no son contradictorios, sino que se podrían concebir como complementarios. ¿Cómo tender puentes entre disciplinas? La respuesta está en esas intersecciones que ambos enfoques mencionan. En el punto de contacto del cerebro-cuerpo con lo social.

Esta estrategia supone retomar lo que los propios neurocientíficos de la emoción afirman sobre el proceso emocional y desvelar cómo la sociedad está inscrita en los cuerpos-mentes que analizan. Dos momentos en los que es posible observar lo anterior son la percepción (de estímulos emocionalmente competentes) y la experiencia/vivencia de la emoción, así como su relato verbal. En ambos momentos se requiere de memoria y procesamiento de información, dimensiones que están anudadas con la sociedad como entorno (que se incorpora en el cerebro-mente).

Para poder demostrar lo anterior, es necesario presentar con detalle cómo se explican las emociones desde la neurociencia. En neurociencia existen múltiples investigaciones empíricas respecto de las emociones; sin embargo, sólo algunos nombres han logrado reconocimiento, y tienen sus propios institutos y financiamientos.

El porqué de ello requeriría de una explicación sociológica de la ciencia mucho más profunda. Carlos Blanco, en su libro sobre la historia de la neurociencia (Blanco, 2014) menciona a un puñado de autores especializados en el tema y que tienen más o menos treinta años de un trabajo constante en el campo.

La universidad es un escenario que supera la transmisión de saberes, la capacitación de científicos expertos en el manejo de tecnologías y se orienta a formar profesionales con habilidades para innovar, investigar y ser agentes de mejoramiento y cambio social, a través de procesos de formación que involucren todas las facetas del ser humano (Ariza & Ocampo, 2005).

En el cumplimiento de su misión y en el marco de una formación integral, la universidad debe implementar diversas estrategias, que se ajusten a las constantes transformaciones sociales, políticas, económicas y culturales de su contexto. Estas estrategias se orientan a los siguientes objetivos:

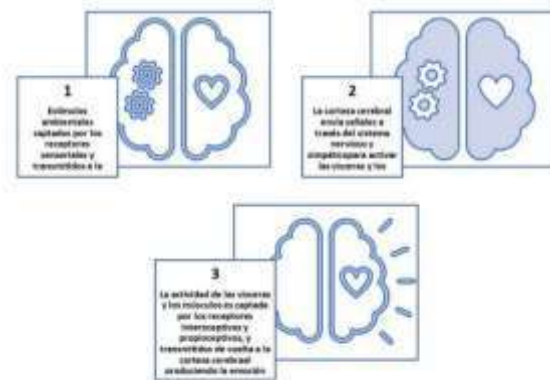
- a) Facilitar la adaptación y permanencia de los estudiantes a la vida universitaria, especialmente durante los primeros semestres de carrera;
- b) Generar alternativas para el desarrollo de las competencias generales y específicas que deben adquirir los futuros profesionales.

Ambos objetivos requieren de planeación e implementación de acciones, planes y programas (Cerezo, Ceca, & Blanco, 2018), que garantizan una educación superior con calidad y excelencia, para lo cual es esencial el compromiso y el papel que desempeñan cada uno de los actores que integran las instituciones de educación superior.

La interacción cerebro y emoción: Encuentros y desencuentros para su explicación

Teniendo en cuenta a (Ramón & Cajal, 1904) quien definió las neuronas como las mariposas invisibles del alma, lo que implicaba la integración de las emociones en el concepto de consciencia, considerándolas instancias sin un diseño obvio a ser develado en el estudio de la arquitectura cerebral.

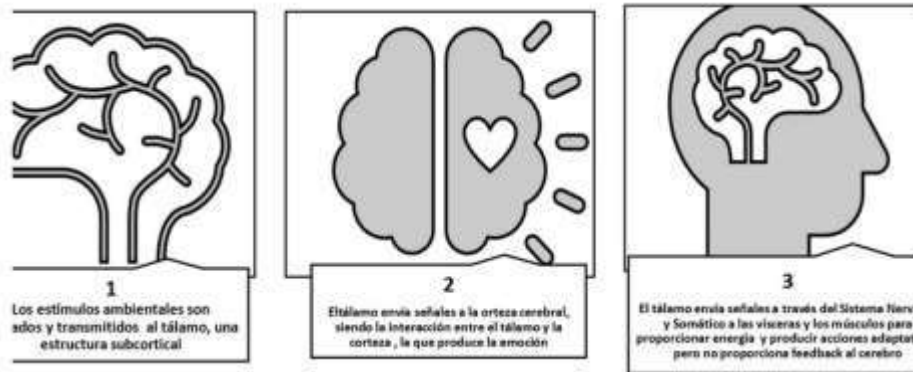
Esquema 1. Perspectiva teórica de James sobre la producción de la emoción desde el cerebro



Fuente: Alleyne (2021) sobre la base de los planteamientos de James (1890)

Por su parte, (Cannon, 1931) otro neurocientífico interesado en el estudio de las emociones plantea que los pasos neurológicos de estas son los siguientes:

Esquema 2. Perspectiva teórica de Cannon sobre la producción de la emoción desde el cerebro



Fuente: Alleyne (2021) sobre la base de los planteamientos de Cannon (1931)

Mecanismos neurofisiológicos de las emociones: una visión contemporánea

De acuerdo con (Calixto, 2018) el cerebro humano es el órgano que genera, interpreta e integra las emociones, ya que en este se inician, entienden, categorizan, memorizan y atienden los procesos emocionales. Los avances en ciencia y tecnología dados actualmente permiten a través de las neuroimágenes y su análisis conocer el circuito neuronal y fisiológico de las emociones.

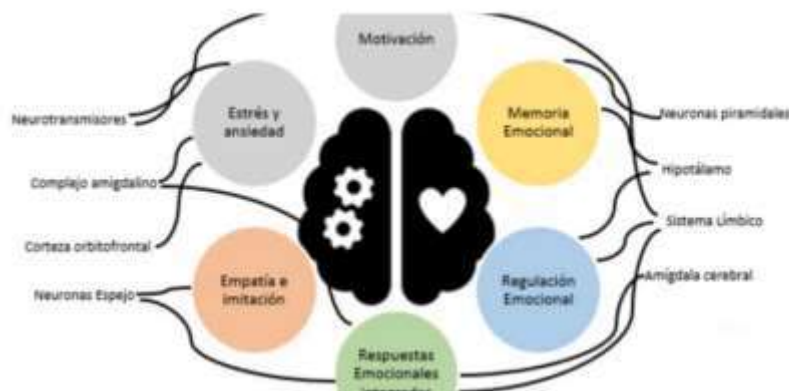


Figura 1. Red neurofisiológica involucrada en algunos de los procesos emocionales

Al respecto, (Calixto, 2018) quien dedujo que existe un conjunto de emociones básicas de alcance universal para todo ser humano y que están fundamentadas en módulos cerebrales innatos.

En tal sentido, por ejemplo: el llanto, el enojo, la risa, la sorpresa e incluso el asco son respuestas iniciadas en el sistema límbico, se mantienen en estructuras neuronales tales como: ganglios basales, el hipocampo y el cerebelo, para luego ser interpretadas en el giro del cíngulo, y proyectarse en regiones neuronales superiores del cerebro donde están implicadas la corteza prefrontal, parietal y temporal.

Desde este punto de vista, las emociones son reacciones psicofisiológicas causadas por la liberación de neurotransmisores y hormonas. Evidentemente, que estos procesos emocionales que tienen como sede o asiento al cerebro resultan de gran relevancia para potenciar el desarrollo psicosocial y la construcción de relaciones afectuosas.

Asimismo, el conocimiento de las propias emociones genera el compromiso de reconocerlas en los demás y de autogestionarlas, con lo cual habrá sin duda una mejor interacción inter e intrapersonal que coadyuvará con el bienestar socioemocional del individuo.

La emoción se detecta mejor

Gracias a la Neurociencia Afectiva sabemos hasta qué punto la emoción modifica nuestros procesos neurales. Sabemos, por ejemplo, que los estímulos con contenido emocional capturan nuestra atención con más eficacia que los no emocionales. La razón de ser de este fenómeno es muy simple: fomentar nuestra supervivencia. Nos encontramos en un mundo saturado de información sensorial que bombardea nuestro cerebro constantemente. Sin embargo, nuestros recursos de procesamiento son limitados. Por esta razón, nuestro cerebro hace de filtro que decide por nosotros qué

es importante y qué no lo es. Y este filtro tiene una eficacia envidiable, pues es capaz de actuar en pocas decenas de milisegundos.

Así, somos más rápidos en detectar caras y voces con expresión de enfado o de miedo, o fotos de serpientes y arañas, que en detectar caras neutras o fotos de frutas y plantas, aunque todos los estímulos estén manipulados para tener características físicas similares. Este fenómeno se da no sólo con estímulos de contenido emocional negativo (p.ej. amenazante), sino también en estímulos positivos (p.ej. apetitivos). (Domínguez Borráz , 2017)

La emoción entra en la consciencia

Este efecto ocurre incluso cuando, en condiciones de laboratorio, se manipulan los estímulos de manera que estos no sean percibidos conscientemente. Por ejemplo, las palabras subliminales accederán más fácilmente a nuestra consciencia si estas son emocionales que si no lo son. Esto también podemos verlo en pacientes que sufren de heminegligencia espacial. Este trastorno de la atención, causado normalmente por lesiones en el lóbulo parietal, se manifiesta en que los pacientes no pueden detectar objetos presentados en el espacio contrario a la lesión. Sin embargo, cuando estos objetos son estímulos con una carga emocional, los pacientes mejoran en la tasa de detección.

Algo similar ocurre en pacientes con ceguera cortical, cuya corteza visual primaria ha sido destruida tras una lesión. Estos pacientes niegan haber visto cualquier estímulo presentado en el área ‘ciega’ de su campo visual afectado. Sin embargo, si los estímulos son emocionales, los pacientes no sólo mejoran su detección (en este caso, afirman no ver los estímulos, pero responden a ellos por encima del nivel esperado por azar), sino que, además, modifican su propia expresión facial o incluso emiten ciertas respuestas fisiológicas, a pesar de seguir sin ‘verlos’.

Hemos visto cómo la emoción mejora la detección y amplifica las respuestas sensoriales en el cerebro. Sin embargo, que nuestros sistemas sensoriales respondan más a los estímulos no es suficiente para que seamos conscientes de ellos. Nuestros sistemas sensoriales han de responder más, pero esta amplificación tiene que ir acompañada de respuestas en los lóbulos frontal y parietal, que a su vez mantendrán la información activa y la distribuirán por todo el cerebro.

En este mecanismo, la amígdala sí parece ser decisiva. Otra de las grandes preguntas de la Neurociencia Afectiva es ‘qué’ ha de tener un estímulo físicamente para ser emocional, pero es difícil encontrar una respuesta universal a ello. Salvo algunos estímulos para los que nuestro cerebro está especialmente programado para responder (caras, voces), existen demasiados factores determinantes, como la propia experiencia del individuo. (Domínguez Borráz , 2017)

Ante la incertidumbre que crea el nuevo coronavirus (COVID-19), la inteligencia emocional se vuelve clave para mantener la calma

Tony Schwartz, dueño de *The Energy Project* y Emily Pines, directora gerente de desarrollo de contenido de la misma consultora, aseguran que las emociones negativas como el estrés, la fatiga, y el pánico pueden ser tan contagiosas como el nuevo coronavirus. Ellos explican que el ser humano cuenta con dos maneras de reaccionar: la infantil y la adulta. La parte infantil es aquella que es más indefensa y vulnerable, (una persona abrumada, por ejemplo), mientras que la adulta es aquella persona que mantiene la calma ante este tipo de situaciones, para poder tranquilizar a la parte infantil.

De acuerdo con Schartz y Pines, la clave para que la parte adulta pueda calmar a la infantil se encuentra en la inteligencia emocional. En situaciones atípicas o extremas

que estamos experimentando todos ante la pandemia del coronavirus, es necesario aprender a saber cómo actuar ante la incertidumbre para no dejarse llevar por noticias falsas o el pánico. Tony y Emily describen esta etapa como de “supervivencia” y puede ser peligrosa porque no ayuda a resolver problemas complejos ya que lleva al ser humano a ser reactivo, más que deliberador.

Una opción para evitar caer en el modo de supervivencia es nombrar nuestras emociones, ya que tenerlas embotelladas pueden llevarnos a explotar de manera negativa. Una vez que se expresan los sentimientos, se vuelve más sencillo controlar las emociones e irlos normalizando. Es decir, observar las emociones y nombrarlas dando lugar a la parte adulta, en lugar de ser manejadas por ellas.

Otro aspecto importante para sobrellevar esta crisis es tratar de mantener la calma y enfocarse en lo que sí podemos controlar. Por ejemplo, abastecerse sin caer en compras de pánico, ya que esto puede ayudarnos a sentirnos más tranquilos y en control. Yasmin Anwar, escribe en *Futurity* que además de estar abastecido, enfocarse en actividades que se pueden hacer en el hogar como la jardinería o manualidades, ayudan controlar la ansiedad.

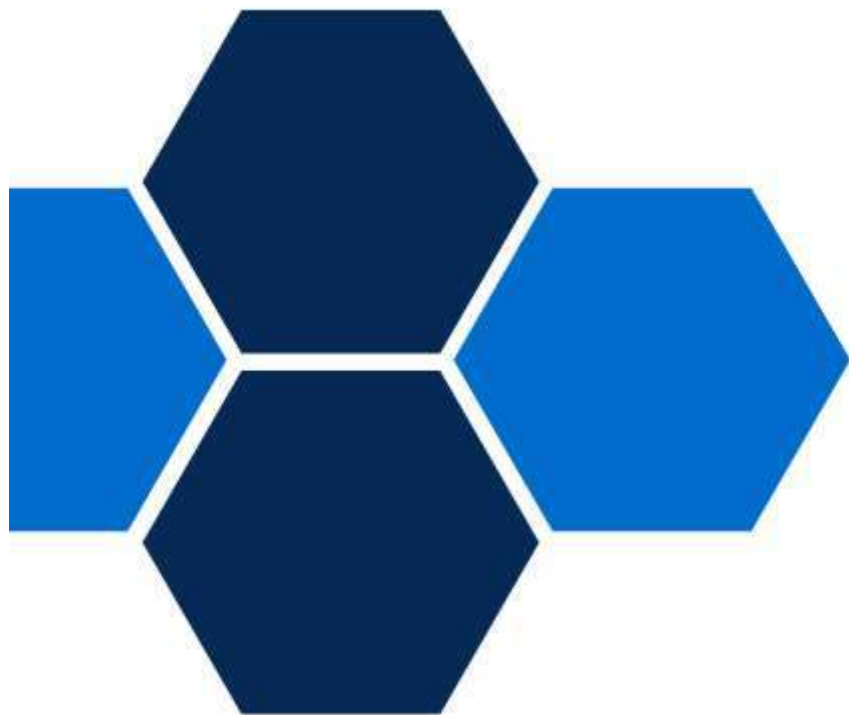
La cuarentena es buen momento para aprender algo nuevo o realizar actividades pendientes como practicar un instrumento, terminar un libro o empezar un blog. Esto te ayudará a sentirte más en control y aprovechar mejor el tiempo. Lo mejor es que es fácil encontrar tutoriales en internet sobre todo tipo de cosas desde clases de piano, yoga, o aprender a tejer. Si tienes hijos, estas actividades pueden servir además para conectar y crear nuevas actividades familiares.

Estar en contacto regular con familiares y amigos, en tiempos de distanciamiento social, es fundamental ya que no hacerlo puede llevarnos a sentirnos aislados. Actualmente existen muchas aplicaciones y herramientas para hacerlo, desde

Facebook y WhatsApp, hasta Zoom, Skype o Slack. Por otro lado, *The Guardian* recomienda no estar constantemente revisando las noticias, en particular si esto detona emociones negativas o contribuye a estar en modo de supervivencia. La inteligencia emocional nos permite evitar creer lo que dicen noticias falsas y evita caer en estrés y pánico. Para evitar estos sentimientos, es necesario revisar siempre la fuente de la información, ¿es de algún experto científico o médico, un representante de gobierno o de “amigo de un amigo”?

En estos tiempos de incertidumbre, la mayoría de las personas estamos nerviosas, ansiosas, por lo que es importante practicar la empatía. El coronavirus y el distanciamiento social es algo que nos está afectando a todos de manera distinta, por lo que tener en cuenta que los demás pueden tomar esta situación de manera diferente puede ayudarnos a conectar mejor con los demás, ya sean nuestros compañeros de trabajo, amigos o familiares. También es importante recordar que cada persona maneja el estrés de manera distinta, tratar de entender al otro a través de la empatía, puede ayudarlos a manejar la situación mejor.

Por último, en estos momentos es importante aprender a mantener la calma. Actualmente la tecnología nos permite seguir conectados con el mundo exterior a pesar del distanciamiento social. Además de que internet es una gran herramienta para buscar tutoriales de meditación, respiración y relajación que nos ayudarán a sentirnos menos abrumados. En estos momentos de constante cambio e incertidumbre es de suma importancia mantener la calma, practicar la empatía, y buscar la manera de que esta crisis afecte lo menos posible nuestro día a día. Es necesario buscar reducir los niveles de ansiedad y enfocarse en lo que es realmente importante: la salud. (Delgado, 2020)



CAPÍTULO 4

AFRONTAMIENTO
EMOCIONAL ANTE LA
PANDEMIA DE COVID 19



CAPÍTULO 4

AFRONTAMIENTO EMOCIONAL ANTE LA PANDEMIA DE COVID 19

Nos encontramos ante un escenario desconocido al que nos tenemos que adaptar a marchas forzadas. La rutina diaria se ha visto transformada desdibujando los límites entre lo personal, lo familiar y lo profesional, debiendo gestionar todas estas facetas en un mismo espacio y lugar. Si además sumamos a esta difícil situación la limitación de contacto social, tan importante en nuestro contexto sociocultural, así como la imposibilidad de acompañar a aquellos seres queridos que enferman, es natural desprender que exista una fuerte afectación psicológica y emocional de carácter generalizado.

En este contexto, el miedo es una emoción básica, una reacción normal ante la situación que vivimos actualmente. Se trata de la respuesta natural ante una posible amenaza, bien sea real o percibida. Sirve para alertarnos sobre posibles peligros ante los que debemos reaccionar, ayudándonos a tomar las precauciones necesarias para no sufrir daños. Como todas las emociones, tiene un objetivo vital adaptativo, ya que nos informa sobre la situación y nos impulsa a actuar, ayudando a movilizar nuestros recursos para la acción.

Debemos tener claro, por tanto, que cualquier emoción es adaptativa en intensidades moderadas, siendo nociva cuando es excesiva tanto por defecto como por exceso (por ejemplo, el miedo es útil para detectar peligros y protegerse ante ellos resguardándose, pero si este exceso puede llegar a paralizar y bloquear, mientras que su déficit puede conllevar conductas temerarias). (Fremap, 2020)

Así todas las reacciones que surgen inicialmente ante esta situación, están relacionadas con emociones de carácter negativo que con frecuencia aparecen

acompañando al miedo. De esta forma, la tristeza, la ira, la sensación de soledad, impotencia e incertidumbre, aparecen con frecuencia pudiendo provocar diferentes síntomas como la ansiedad, la depresión o el bloqueo. Cada persona experimenta las emociones de una forma particular en función de sus experiencias, creencias y respuestas previas.

Algunas de las reacciones que generan las emociones son innatas, mientras que otras se aprenden a través de la observación. De ahí la importancia de expresar y manejarlas adecuadamente, no solo por su efecto en nuestras vidas sino también por el modelo que con ellas transmitimos, en especial a los más pequeños.

A continuación, te presentamos algunas orientaciones que pueden ser de utilidad para ayudarte a manejar tus emociones:

Gestión emocional en una situación excepcional	
Analiza los pensamientos que invaden	Intenta definirlos y valora si son reales o están adelantando acontecimientos. Valora tus circunstancias concretas.
Cuidado con la sobre información	Actualmente existe una situación de información que lejos de ayudarnos a estar al día, genera una reacción de alerta continua ante la que es difícil de desconectar.
Comparte tus inquietudes	Y emociones con las personas que consideres oportuno, expresar tus miedos y compartir sensaciones puede aportarte un punto de vista diferente que cambie el enfoque desde el que percibes la situación.
Acepta tu emoción	Tener miedo y sentirse sobrepasado es normal. Ser prudentes y cautelosos con aquello que es nuevo o nos

	asusta, puede ayudarnos a poner atención y hacer las cosas bien, pero no dejes que te paralice y domine.
Todos necesitamos un tiempo para expresar nuestras emociones	No te avergüences de llorar si lo necesitas o de necesitar tu espacio. Recuerda, tus emociones tienen una función adaptativa y es importante canalizarlas y darles salida de forma adecuada para que no se prolongue en el tiempo.
Aprende a relativizar	Valorando lo que realmente supone la situación y diferenciando lo que está en tu mano en función de tu capacidad de acción, en lugar de relación de nuestros temores

REACTIVACIÓN ECONÓMICA

El confinamiento, las restricciones para viajar y la disminución de ingresos en los hogares ecuatorianos favorecieron a la industria nacional

La reactivación económica se traduce en aumento de la confianza y autoestima de los ecuatorianos. Una vez arrancado el plan de vacunación la economía ha empezado a reactivarse. Hay mayor concurrencia de personas en los restaurantes, locales comerciales, parques, etc.

Nuestro país tiene una naturaleza única; ahora más que nunca debemos aprovechar sus parques nacionales, cascadas, lagunas y más para tomar un respiro y empezar esta segunda mitad del año con más positivismo.

Estos bellos lugares son perfectos para mantenernos seguros del COVID-19, conocer nuestro país y contribuir con pequeños negocios o emprendimientos en estas áreas

turísticas. Podemos entonces apoyar la reactivación económica mientras renovamos nuestra energía.

Esto quiere decir que una persona que está con mejor estado de ánimo está más dispuesta a gastar. Si como ecuatorianos tenemos esperanza y seguridad en nosotros mismos, empezamos a despejar esa neblina de miedo y comenzamos a ver oportunidades para salir adelante. Como resultado, el disfrutar más del día a día se traduce en un aumento de ventas para distintos comerciantes. Los empleados públicos que han regresado a sus oficinas saldrán a comer con sus compañeros, muchas empresas que hicieron recorte de horas de trabajo podrán volver a horarios normales y el hecho de volver a tener clases presenciales también mueve distintas áreas comerciales.

El confinamiento, las restricciones para viajar y la disminución de ingresos en los hogares favorecieron a la industria nacional. Post-confinamiento vemos que muchas marcas de ropa ecuatorianas han crecido al igual que los productos de belleza.

Cuando nos limitaron el poder comprar en el exterior pudimos conocer y apoyar marcas locales. Algunas han mejorado su calidad, presentación y hasta su forma de atraer clientes. Se volvieron, por ende, llamativas para distintos grupos sociales, en especial al segmento joven. Este renacer de la industria local es también un baño de autoestima para creer en nosotros y sentirnos orgullosos de lo que somos.

En varias ocasiones pensé que lo que nos diferenciaba de los colombianos no era la calidad de sus rosas, ni sus capacidades artísticas o su creatividad en el área textil; lo que realmente nos diferenciaba era el patriotismo. Sin embargo, la pandemia dentro de sus consecuencias positivas nos permite reinventarnos y revalorarnos.

Hoy en muchas decisiones preferimos “lo nuestro” por convicción y no solo por obligación. Las nuevas generaciones junto a la tecnología permitieron mejorar la calidad de los productos y dándole importancia al concepto de economía sustentable lograron ganar terreno.

Puedo decir que ya estamos reactivando ese orgullo ecuatoriano y es que cómo no sentirnos contentos si al comprar un producto hecho en Ecuador por nuestros indígenas como es la marca Armadillo, contribuimos al desarrollo de comunidades normalmente olvidadas. Además, estamos orgullosos de llevar una prenda tan nacional con un toque moderno en nuestra vestimenta.

Aquella reactivación emocional considero que es más fuerte e impactante a largo plazo que solo una reactivación económica. El lograr esto hubiera tomado años, pero el aislamiento y los distintos tipos de crisis nos volvieron resilientes. Esta es la gran lección para las nuevas generaciones que han vivido esta transformación. Es posible alimentar nuestro espíritu en momentos difíciles y con esto lograr una dinamización de la economía de forma duradera y sustentable. (Villacreces Carbo , 2023)

El COVID-19 en el entorno actual del emprendedor

El impacto negativo que generó la pandemia afectó el desarrollo y crecimiento económico mundial, sin embargo, también puede ser el impulso necesario para lograr un desarrollo sostenible y equitativo en todas las economías. El entorno económico, social, entre otros es crítico para el surgimiento y sostenibilidad de los emprendimientos (Lasio, Ordeñana, Caicedo, Samaniego, & Izquierdo, 2017), un factor determinante en el entorno es sin duda la crisis generada por COVID-19 que ha propiciado un cambio en el comportamiento del consumidor y en las empresas al llevar a cabo sus procesos de compra, lo cual ha ocasionado una caída en la

productividad agregada, impactando en la actividad comercial y en las ventas (Bullemore Campbell & Cristóbal-Fransi, 2021)

La actual dinámica de los entornos empresariales en un mundo globalizado y afectado por el COVID-19 exige repensar si el rol del empresario y emprendedor tradicional ante los constantes cambios en los mercados y la alta competitividad, hacen necesario el generar y adaptar las estrategias de las organizaciones en pro de mejorar las capacidades de capitalizar ideas innovadoras que incorporen a comunidades excluidas social y económicamente de la cadena productiva y por ende de consumo.

Los entornos competitivos actuales fortalecen y promueven el emprendimiento corporativo al ser fuente generadora de ventajas competitivas, sostenibles y renovadoras al ser catalizadoras de nuevas innovaciones (Bedoya, Toro, & Arango, 2017).

Con lo cual se promueve el desarrollo de nuevos emprendimientos para satisfacer las necesidades del mercado generados como consecuencia de la pandemia, buscando incrementar la productividad y generando nuevo empleo que contribuya al incremento del valor agregado de la economía (Zamora Boza, 2018).

Sin embargo, considerando el estado actual y las perspectivas futuras del contexto económico, pueden no solo afectar la estructura de incentivos para emprender, sino también la capacidad de crear negocios de alto impacto (Lasio , Amaya, Zambrano, & Ordeñana, 2020).

Un ejemplo del efecto del COVID-19 en el entorno empresarial fue el impacto inmediato que tuvo sobre los negocios turísticos y de entretenimiento, mientras que el menos negativo fue en el sector tecnológico (Kantis & Agelelli, 2020).

Por lo tanto, se puede afirmar que el entorno es de vital importancia para el desarrollo de emprendimientos, ya que este genera actitudes emprendedoras (Suárez , Suárez, & Zambrano, 2017). La pandemia ha generado factores suficientes para fomentar el desarrollo de emprendimientos, sin embargo, en el presente estudio se analizarán a los emprendimientos sociales como una respuesta a la crisis causada por el COVID-19 y como se analizó previamente, el desarrollo de emprendimientos puede tener un alcance positivo para las economías que los sepan implementar y fomentar.

La crisis sanitaria marcó un antes y un después en el sector empresarial, la reactivación económica se convirtió en una prioridad para la recuperación de la brecha monetaria, reestructuración de sistema de cobranzas y estabilización del sector empresarial.

El sector empresarial es de gran relevancia para la dinamización económica en Ecuador, ¿Cómo el SRI ha visto el desempeño societario entre el 2021 y 2022? Durante la crisis sanitaria, el año de paralización causó la caída económica del país. El 2021 marcó el inicio de la recuperación post pandemia, que se arrancó junto con la medida de reactivación “9 millones de vacunados en 100 días” del Gobierno Nacional. Esta medida permitió que la recuperación económica sea más rápida de lo previsto.

Esto ha generado que durante lo que va del año, exista aproximadamente un 14% más de ventas en relación a 2021; y, que en el primer semestre del 2022 haya un récord que supera los niveles pre pandemia (2019). Por otro lado, la recuperación y reactivación del empleo están siendo guiadas por las grandes áreas de la economía ecuatoriana como el comercio, la industria y la agricultura.

¿Cuál ha sido el monto de recaudación del primer semestre de 2022 y cuál es la proyección para el cierre del año, tomando en cuenta la modificación que hubo en el

límite de deducción de gastos personales y una prórroga debido al contexto del paro? En el periodo de enero a julio de 2022, la recaudación es de USD 10, 490 millones, es decir, 30% más que el mismo periodo en 2021. La meta de recaudación para este 2022 es alcanzar los USD 15,450 millones.

Esto tiene dos aristas a observar: los primeros 22 puntos de 30 se deben al crecimiento o actividad productiva, que implica más ventas, mayor generación de IVA y más renta. Por otro lado, 8 de esos 30 puntos se refieren a los cambios normativos que desembocan en recaudaciones patrimoniales. (Ekos, 2022)

Medidas para recuperar la economía

Con la llegada del COVID-19 a finales del año 2019 la economía a nivel mundial se vio afectada de manera muy significativa, pues el mundo entero fue obligado a paralizar sus actividades y a ponerse en cuarentena con el fin de prevenir el contagio, los países cerraron sus fronteras se impusieron restricciones laborales y de movilidad.

La reactivación económica se define como el proceso a seguir por parte de empresas, sectores económicos o incluso países, que buscan mejorar su economía la cual ha caído en una profunda crisis que los está afectando de forma directa. (Moreno, Ospitia, Brown, & Martínez, 2021)

Las medidas que propuso el gobierno ecuatoriano para reactivar la economía del país son

clave para recuperar parte del capital perdido, entre estas medidas se propuso un superávit de forma global que se enfocaba en el sector público que no tenía finanzas proyectándose al 2022 con un porcentaje menor al 1% (BID, 2023).

Para el 2025 se proyecta bajo estas medidas una disminución de la deuda del PIB con un porcentaje referencia del 56% aproximadamente, ya que se trata de mejorar las auditorías por parte del Banco Central y la economía ecuatoriana mediante la transparencia de las actividades económicas y políticas.

Otra medida elemental es la disminución de corrupción, ya sea en insumos médicos, como teletrabajo de los políticos y del gobierno en general, para evitar más daños económicos y problemas en la asamblea, se plantea una nueva corte que tendrá la capacidad de juzgar y aplicar justicia a los casos de sobornos, lavado de dinero y tráfico de droga. Para los próximos gobiernos la aplicación de un sistema o reglamento de seguridad social permitirá garantizar la transparencia de los empleos y normativas constitucionales generando equidad laboral y económica.

Ecuador en el año 2020 ha recibido una cantidad de 2000 millones de dólares con el fin de reducir la crisis económica que posee y se ha maximizado por motivo de la pandemia, con dicha cantidad se realizó el pago tanto al sector público como ingreso para el área tecnológica y médica, adquiriendo grandes cantidades de insumos médicos para la recopilación de muestras, medicamentos entre otros. (Prisacom, 2020)

Luego de este tipo de crisis, un estado de reactivación económica y social en los territorios, para lo cual se cita:

- Apoyo a las familias y grupos vulnerables: Tienen un grado de acción a nivel estatal, donde su cobertura puede ser dinámica.
- Programas de apoyo financiero para adquisiciones de alimentos, medicina e implementos para la educación.
- Diferimiento de impuestos en todas las actividades económicas.
- Subsidios y tiempo de gracia para el pago de planillas de servicios básicos.

- Seguros de desempleo para las personas que hayan perdido sus trabajos durante la pandemia.
 - Para las empresas y microempresas: Diferimiento en el pago de impuestos generales
 - Plazos de gracia para el pago de arrendamientos.
 - Créditos otorgados para la estimulación de la política económica y adquisiciones de insumos y materias primas.
 - Estímulo económico para los emprendedores, premiando la innovación en sus negocios o emprendimientos.
 - Apoyo para sectores estratégicos: Condonación al pago de impuesto o aplicación de subsidios.
 - Programas de apoyo a los principales sectores económicos.
 - Créditos para estimular la producción.
 - Campañas de reactivación de las zonas turísticas.
-
- Y entre medidas generales, priorizar como política en cada uno de los niveles de gobierno los periodos de austeridad, comprando solo lo necesario y limitándose en cuando a la asignación de presupuestos a proyectos que no resultan ser prioritarios para el contexto pandémico o de reactivación económica.

¿Qué políticas serán las más eficaces para mitigar los efectos del COVID-19 en el mundo del trabajo?

Al producirse una crisis, las normas internacionales del trabajo proporcionan una base sólida para actuar a nivel político, habida cuenta de la función primordial que desempeña el trabajo decente para propiciar una recuperación sostenida y equitativa.

Dichas normas, aprobadas por representantes de los gobiernos y las organizaciones de trabajadores y de empleadores, permiten promover un enfoque que facilite avances y fomente un desarrollo centrado en el ser humano, en particular mediante instrumentos políticos que propicien un aumento de la demanda y la mejora de la protección de los trabajadores y las empresas.

La respuesta a nivel político debería hacer hincapié en dos objetivos a corto plazo: la protección de la salud y el apoyo económico, tanto con respecto a la demanda como a la oferta.

- En primer lugar, los trabajadores y los empleadores, incluidas sus familias, deberían estar protegidos frente a los riesgos sanitarios que conlleva el COVID-19. Deberían implantarse medidas de protección en el lugar de trabajo y en las comunidades, o fortalecer las existentes, lo que exige un apoyo e inversiones públicas a gran escala.
- En segundo lugar, deberían desplegarse esfuerzos en el plano político a gran escala de forma oportuna y coordinada para fomentar el empleo y los ingresos y promover la economía y la demanda de mano de obra. Esas medidas permitirían paliar los efectos de las pérdidas de empleo e ingresos de las empresas y los trabajadores a corto plazo, y evitar efectos adversos en la oferta (incluida la pérdida de capacidad productiva de los trabajadores) y en la demanda (drástica reducción del consumo de los trabajadores y sus familias), para que no se produzca una recesión económica prolongada.

Es necesario adoptar medidas eficaces e integradas a gran escala en todas las esferas políticas para lograr resultados favorables y sostenibles.

Habida cuenta de la rápida evolución de la crisis, es primordial llevar a cabo un meticuloso seguimiento de los efectos directos e indirectos de cada intervención, a fin de velar por la pertinencia de las medidas de respuesta en el plano normativo.

El fomento de la confianza por medio del diálogo es fundamental para que las medidas políticas resulten eficaces.

En una coyuntura de mayor tensión social y de falta de confianza en las instituciones, es especialmente importante fortalecer los mecanismos de diálogo social y la confianza en los mismos, a fin de sentar unas bases sólidas que propicien una estrecha colaboración entre empleadores, trabajadores y gobiernos. El diálogo social a nivel empresarial es también primordial.

Marco de políticas: Tres pilares fundamentales para luchar contra el COVID-19 sobre la base de las Normas internacionales del trabajo

Protección de los trabajadores en el lugar de trabajo	Fomento de la actividad económica y la demanda de mano de obra	Apoyo al empleo y al mantenimiento de ingresos
• Fortalecimiento de las medidas en materia de SST. • Adaptación de acuerdos laborales (p. ej. sobre trabajo a distancia). • Prevención de la discriminación y la exclusión. • Acceso a servicios sanitarios de toda la población.	• Promoción de una política fiscal eficaz. • Aplicación de políticas monetarias flexibles. • Apoyo financiero y de concesión de préstamos a sectores específicos, en particular el sanitario.	• Ampliación de la protección social a toda la población. • Conservación del empleo: reducción del horario laboral y bajas remuneradas, entre subsidios. • Ayudas financieras y reducciones fiscales para las PYMES.

Protección de los trabajadores en el lugar de trabajo	Fomento de la actividad económica y la demanda de mano de obra	Apoyo al empleo y al mantenimiento de ingresos
• Ampliación del derecho a bajas remuneradas.		

La reactivación de la economía ecuatoriana durante la pandemia por COVID-19

La economía, es de vital importancia para el desarrollo del mundo y de cualquier nación con miras a obtener resultados a corto, mediano y largo plazo. La reciente emergencia mundial ha marcado un punto de inflexión importante en la vida de la sociedad y de todos los ámbitos de los estados. Además, ha propuesto un desafío enorme para la humanidad; la manera de educarse, de salir a trabajar, de entretenerse, y sobre todo de comunicarse con las personas. Ante este escenario se requiere la búsqueda de alternativas que permitan reactivar los negocios y las economías.

La recesión económica como efecto de la pandemia por COVID-19 ha provocado graves daños a la economía del país debido a la paralización de actividades productivas, en consecuencia, la quiebra de algunas empresas privadas o el cierre parcial de instituciones adscritas al sector público, lo que ha ocasionado, la pérdida de empleo, la reducción del personal y horas de trabajo. Dentro de este contexto el Ecuador enfrenta una inestabilidad económica, por tal razón, el Ejecutivo creó y fomentó medidas para reactivar la economía mediante decretos, resoluciones y la Ley Orgánica de Apoyo Humanitario.

Las medidas económicas impulsadas por el Ejecutivo a consecuencia de la pandemia de COVID-19, buscan aplacar los efectos en aspectos laborales, pensiones

educativas, tarifas para servicios básicos, facilidades financieras, convenios entre deudores y acreedores, entre otros. De otra manera, se desconoce el impacto de estas medidas para el crecimiento económico en el corto, mediano y largo plazo, ya que no solo se busca una estabilidad económica momentánea sino una sostenibilidad que perdure en años, garantizando los derechos constitucionales de las personas.

En ese sentido, el presente trabajo tiene como objetivo analizar las medidas económicas impulsadas por el Ejecutivo para reactivar la economía durante la pandemia por COVID-19, identificando las mismas y describiendo de qué manera se instaura las estrategias en los tres sectores productivos como el agrícola, industrial y financiero, considerados para este estudio como sectores de mayor relevancia e importancia en la política económica.

Es necesario señalar, que las medidas deben apuntar a un crecimiento económico sostenido en el tiempo, favorecer el empleo y lograr un marco de justicia económica y social para toda la población.

El estudio identifica la necesidad de medidas eficientes para reactivar la economía de manera que estas no violenten los derechos consagrados en la Constitución del Ecuador, considerando que la economía es una variable de importancia para la estabilidad de los sectores productivos, con énfasis, en los sectores; agrícola, industrial y financiero, a efectos, de mejorar la dinámica económica. El aporte de este trabajo constituye una crítica a los elementos de solución proporcionados por la función ejecutiva en aplicación de las decisiones vigentes, tomando en cuenta, lo que señala la Ley Humanitaria para impulsar la reactivación económica.

Participación de los sectores económicos en la reactivación de la economía ecuatoriana por COVID-19. La pandemia por COVID-19 provocó repercusiones en el sector económico debido a las medidas sanitarias para mitigar el contagio, al

respecto, (Dahik, 2020) deduce que estas medidas sobrellevan a “una paralización de oferta y demanda de bienes y servicios de esta magnitud, no se ha dado antes en la historia, excepto por las guerras” (p. 4).

Por consiguiente, la necesidad de una respuesta implica la participación de los sectores productivos como una estrategia para impulsar la política económica. De ahí que, el Estado ecuatoriano a través de instituciones gubernamentales emitió resoluciones, acuerdos, decretos y la Ley Humanitaria, apropiado para el sector agrícola, industrial y financiero.

Tal cual menciona la Comisión Económica para América Latina y el Caribe “la pandemia es inusitada y plantea un desafío al sistema socio económico mundial. Algunos de los mecanismos tradicionales de mercado podrían no ser suficientes para enfrentarla, debido a la interrupción de las actividades productivas y la consiguiente contracción de demanda”.

En Latinoamérica, las medidas para conservar la vida de la población y los sistemas de salud han traído una notable baja en la dinámica integral del crecimiento económico, desempeño empresarial, confianza hacia futuro y la capacidad de innovación y emprendimiento (Ortiz, Sáenz, & Piñeros, 2021). Numerosos puestos laborales fueron suspendidos o cancelados, con ello la pérdida adquisitiva y disminución de ingresos. La necesidad de sobrevivir impone la búsqueda de opciones para mantener los sistemas de producción y de servicios, así como su comercialización. (Ortiz, Sáenz, & Piñeros, 2021)

La pandemia COVID-19 ha cobrado un alto precio al Ecuador en términos sociales, por la pérdida de vidas y el crecimiento de la pobreza y económicos, por la desnutrición de empresas y puestos de trabajo. Esta realidad agravó lo que venía sucediendo en materia económica desde 2015 en adelante, donde los desequilibrios

internos se habían venido agudizando expresándose en una prolongada recesión económica, la destrucción acelerada de empleo productivo y formal y la drástica reducción del nivel general de precios internos.

Ante ello, las diferentes empresas en el país tienen un rol importante en el desarrollo socioeconómico de la población y se constituyen como un componente de generación de riquezas y empleo

Estrategias de emprendedores en tiempos de COVID-19

Los emprendedores deben establecer una planeación estratégica que les permita poder analizar su situación, así como estar preparados para cualquier eventualidad que se les presente en cuanto a demanda del producto o caídas del precio que les permita mantener a flote su emprendimiento y afrontar cualquier situación negativa futura de una forma resiliente. Pero sin duda la resiliencia en cualquier emprendedor durante esta pandemia, fue una de las bases fundamentales para mantener su negocio en el mercado, incluyendo también la creatividad e innovación de los emprendedores.

Un aspecto característico de los emprendimientos durante esta época ha sido la creatividad y la forma de enfrentar la crisis, con la que han podido mantenerse en tiempo y espacio, mostrando así que si no hay una renovación y adaptación a los cambios no tendrían un desarrollo positivo en estos tiempos de pandemia.

En entrevista realizada por el diario (El Comercio, 2020) acerca de la emergencia sanitaria en Ecuador y de cómo esta sirvió para emprender y reacondicionar, el economista Wilson Guevara afirmó que los emprendimientos para lograr sobrevivir a esta pandemia deben aliarse a la tecnología y a aquellos avances que le permitan generar ganancias y poder ofrecerle a los clientes métodos de pagos eficientes, así

como también deben estar siempre en la búsqueda de nuevos proveedores que permitan minimizar en cierta medida los costos de los productos.

En este orden de ideas Wong y Yazdanifard (Citado por Perdigón et al., 2018) analizan el marketing de contenidos y mencionan seis estrategias que utilizan las organizaciones al momento de su implementación, de igual manera definen el marketing de contenido como una manera de comunicar y convencer al público con contenido preciso de manera que puedan cambiar la opinión que tengan sobre una marca, asimismo indican que un mejor contenido le permite a los clientes comprar bienes o servicios, de manera que puedan lograr que se conviertan en clientes leales e incluso que difundan el mensaje a otros. El marketing de contenidos también constituye una táctica para construir y mantener relaciones a través de la publicación de contenidos valiosos para el público objetivo.

De la misma manera, los autores también sostienen la idea de que el marketing de contenidos debe ser utilizado por las empresas y también asegurarse de que las estrategias de marketing que utilicen sean efectivas ya que si no cumplen su función los clientes no las consideran (Citado por Perdigón, 2018). Entre las estrategias de marketing de contenidos que proponen, se encuentran: localización, personalización, emociones, diversificación de enfoques, co-creación y confianza, ética y honestidad.

De esta manera se evidencia que el marketing a través de las redes sociales junto al comercio electrónico se ha consolidado como una de las principales estrategias para los emprendedores en tiempos de COVID-19, ya que mediante esto se genera un enfoque más amplio para que así las personas tengan una mayor libertad al comprar, con una ética de confianza y segura dada por las entregas a domicilios, permitiendo que los individuos no tengan la necesidad de salir de su vivienda y evitar el contagio,

dando así una construcción propia de los emprendedores y un desarrollo positivo para su emprendimiento.

Los emprendimientos del país durante la pandemia

Según Zapata (2021) el reporte GEM (Global Entrepreneurship Monitor, por sus siglas en inglés), elaborado por la Escuela de Negocios de la Espol (Espae) en Junio del 2020, menciona que 37 de 150 emprendimientos consultados cerraron durante la pandemia, esto refleja que el 42,1 % de estos cierres se produjo específicamente en Guayaquil; 31,6 % en Quito; 10,5 % en Cuenca y el 5,3 % en las ciudades de Ibarra, Daule y Las Naves, un gran porcentaje de estos negocios se dedicaban a la fabricación de productos alimenticios, no alimenticios, construcción y de comercio al por mayor y menor.

Asimismo, Zapata (2021), menciona que la Alianza para el Emprendimiento e Innovación (AEI) dirigida por Andrés Zurita, también realizó una encuesta sobre el impacto en mayo del año 2020, donde menciona que “de los 130 consultados ninguno cerró, pero sí afirmaron que sus ventas bajaron considerablemente y que sienten la necesidad de que sus productos sean visibles en más lugares”, también menciona que la afectación principal sufrida por los emprendimientos fue a nivel de su liquidez, sin embargo destaca que aquellos emprendimientos que se sumaron a la innovación se mantienen a flote a pesar de las circunstancias.

Según información proveniente de la Superintendencia de Compañías, reflejada en el diario (El Comercio, 2020), se indica que durante el año 2020 se lograron registrar 281 nuevos negocios en Ecuador, y de esos nuevos negocios, 89 establecimientos se ubicaron en el segmento de reparación de vehículos y bicicletas, con mayor incidencia en las provincias de Pichincha, Guayas y Manabí, así como también en Santo Domingo.

Reacciones de los emprendedores

La gestión de la caja es una tarea de primer orden de importancia para enfrentar la crisis. En ese sentido, menos de un tercio de los emprendedores cuenta con reservas propias (utilidades acumuladas) y solo uno de cada cuatro aspira a financiarse con crédito bancario, cifra que incluso baja al 16% entre los que tienen menos de 12 meses de existencia. Por otra parte, un 13% dice contar con aportes de inversionistas para reaccionar.

Del otro lado, la gran mayoría de los emprendimientos considera apelar a una agenda de gestión financiera de emergencia, usual entre los emprendedores acostumbrados a no contar con recursos de terceros. Lo más común será la postergación del pago de impuestos y servicios, aunque buena parte atrasará sus cumplimientos con los proveedores y, en menor medida, con los socios del emprendimiento. Pero también existe un grupo que aún no tiene claro como financiará la crisis.

Los emprendedores también tienen la reacción en la gestión de los equipos humanos. Algo menos de uno de cada cinco emprendimientos ha suspendido personal, y los que han despedido personal o cancelado contratos de trabajo. En otras palabras, si bien el impacto sobre los puestos de trabajo ya se está sintiendo, aún se está a tiempo de evitar un daño mayor. (Carvajal Zambrano, Nogueira Rivera , Lemoine Quintero, & Miele Solórzano , 2021)

El rol de las redes de apoyo

La mayoría de los emprendedores solo cuenta con el apoyo de su equipo interno o netamente familiar y, en menor medida, de su red social personal más próxima, compuesta por familiares y amigos. Uno de cada cinco también busca respaldo en la interacción con sus colegas empresarios; es aquí donde el estudio trata de dar una mayor apertura a las redes sociales de negocios.

La tecnología ofrece herramientas que el usuario puede usar para desarrollar un nuevo negocio o mantener el ya existente, administrar recursos, ganancias e incluso formar equipos de trabajo de forma digital y desde la comodidad de su hogar.

Los emprendimientos requieren de contar con el tiempo adecuado para desarrollar un negocio, analizar las posibilidades de crecimiento, definir acciones para poder generar más ingresos, coordinar actividades y administrar recursos, por lo que las herramientas tecnológicas pueden ser aprovechadas durante esta temporada. (Freemap, 2020)

Puntos positivos de las redes sociales

El uso de redes sociales ha sido absorbido por personas en todo el mundo y hoy ya es parte de la rutina. Esto hizo de esos espacios un lugar donde las marcas y empresas también quisieran estar para interactuar con sus prospectos y clientes, trayendo posibilidades muy positivas, como:

- Compartir la visión de la empresa: las redes sociales son una especie de escaparate de su empresa; en ellas podrás mostrar la visión del negocio, en lo que cree;
- La personalización del mensaje y la interacción directa con el cliente: en las redes sociales, es posible tener una relación mucho más personalizada y directa con cada cliente o posible cliente, ya que puedes entrar en contacto con cada uno, ya sea para resolver problemas o para descubrir nuevas informaciones;
- Posibilidad de segmentación del público: al publicar en redes sociales, es posible segmentar tus posts de acuerdo con las características de la audiencia, dirigiendo tus esfuerzos hacia aquellos rangos del público que poseen más afinidad con tu solución;

- Poder saber más sobre cada uno de tus clientes: las personas comparten sus gustos, deseos y otras informaciones que pueden ser valiosas para las empresas.
- Posibilidad de vender por estos canales: de la misma forma que es posible relacionarse con el público a través de redes sociales, es también posible utilizarlas para vender tus productos o servicios, principalmente si aboradas aquella audiencia que ya tiene una relación contigo y ya se muestra madura para la compra;
- Crear un entorno controlado por la marca: independientemente de quién es tu público, este va a estar en alguna red social.
- Posibilidad de divulgación para empresas con bajo presupuesto: a diferencia de los medios tradicionales, anunciar en las redes sociales tiene un costo más bajo, además de la ventaja de que en la web es mucho más fácil medir los resultados;
- Información en tiempo real: las redes sociales permiten comunicar mensajes urgentes de la marca en un canal oficial. Esto es muy importante en el caso de la gestión de una crisis, por ejemplo, en el que es necesario que la marca se posicione rápidamente, evitando así que tome mayores proporciones.

La pérdida del empleo en la pandemia

Según información de la CEPAL y la Organización Internacional del Trabajo en el año 2020, citado por Weller (2020), en referencia a las medidas establecidas por la cuarentena producto del COVID-19, se estima que el empleo en el comercio, los restaurantes, hoteles y la industria manufacturera sean los más afectados, a diferencia del empleo en el sector agropecuario el cual es fundamental para la subsistencia general, está con un riesgo de pérdida (temporal) menor, asimismo existen algunos sectores que siguen funcionando como los supermercados y farmacias encargados de

vender productos de primera necesidad como los alimentos, higiene personal y medicamentos.

Aunado a la desigualdad existente en el empleo, y la aparición de la crisis sanitaria la falta de acceso a alternativas de trabajo remunerado aumentó, de allí que Weller (2020) subraya la importancia de fomentar el acceso a la infraestructura digital de calidad para todos los hogares y las cualificaciones requeridas para su uso productivo.

Los mercados laborales a nivel mundial se vieron afectados por la crisis sanitaria, y muchas personas encargadas del sustento económico en sus hogares perdieron sus empleos, también se ha observado una disminución en los sueldos, muchos seres humanos al sentirse atados sin trabajo han optado por crear su propio emprendimiento y estos emprendimientos se centran en productos de limpieza y venta de víveres que en estos tiempos se consideran fundamentales.

En estos tiempos la tecnología se ha convertido en una herramienta muy significativa en nuestra sociedad ya que muchas actividades se realizan de forma online teniendo que adaptarse a la tecnología.

Transformación del empleo

Según el informe del Banco Mundial sobre América Latina y El Caribe denominado: *Efecto Viral, COVID-19 y la transformación acelerada del empleo en América Latina y El Caribe*, en cuanto a las implicaciones económicas que generó esta pandemia, se menciona que a nivel productivo se presentaron más desafíos de los que ya existían, otra implicación que mencionan es a nivel político, asimismo, algunos sectores se vieron afectados y conforme progresó el COVID-19 algunos puestos de trabajo se vieron obligados a transformarse y los gobiernos debieron responder estableciendo medidas que permitan este cambio en los puestos de trabajo transformando algunas

políticas de protección social y nuevas normativas laborales, que contribuya al avance productivo (Beylis, Fattal, Morris, Sebastian , & Sinha, 2023)

Asimismo, este informe refleja una agenda política encargada de poder establecer regulaciones que permitan formalizar y regular los empleos emergentes y la ampliación de la protección social a mayor cantidad de población.

Conforme se ha propagado el COVID-19 de manera significativa, el gobierno y las empresas han creado nuevos métodos de trabajo como el teletrabajo, que facilita trabajar desde el hogar y, a través de esta nueva modalidad muchas personas se han dedicado a la compra y venta de insumos de primera necesidad y estos negocios han sido muy fructíferos, ya que en la actualidad lo más importante es la salud y alimentación.

Reacción de los emprendedores frente a la crisis sanitaria de la Covid 19

El emprendimiento en Ecuador presenta características similares a las de otros países en Latinoamérica, pues a nivel regional el desempleo termina siendo el principal motivo por el que las personas se ven en la necesidad de emprender. Lo mismo pasa si nos referimos a los vendedores o comerciantes informales, que por falta de empleo deben iniciar un pequeño negocio, muchas veces en las calles o desde sus hogares.

Para (Álvarez & Barney, 2014), el emprendimiento en la actualidad se ha convertido en el proceso de materialización de oportunidades a través de métodos creativos, que les permite atraer clientes y destacarse, lo que también es un factor que promueve el desarrollo económico y un gran diferenciador en la generación de cambios e innovación.

Durante la pandemia que inició en 2020, el panorama del emprendimiento dio un giro radical, empujando a los emprendedores a tomar decisiones en medio de una crisis.

Si bien muchas de las iniciativas y emprendimientos innovaron y aceleraron su traslado al mundo digital, con la llegada del COVID-19, un número significativo de iniciativas no pudieron adaptarse al nuevo contexto. Los servicios vinculados a las áreas de marketing digital, telemonitoreo en salud, elaboración y distribución de alimentos y medicinas aumentaron de forma significativa su presencia. El número de colaboradores relacionados con estas actividades económicas también se incrementó, sobre todo de forma informal.

La crisis económica a causa de la pandemia ha golpeado a todos los sectores de la sociedad, tanto en Ecuador como en Latinoamérica; lamentablemente las organizaciones de apoyo para los emprendedores han tardado en dar respuesta y auxilio a sus demandas, por lo que muchos emprendimientos se han visto en la necesidad de cerrar puertas o cambiar su modelo de negocio para adaptarse a los requerimientos actuales.

Es necesario trabajar en un sistema que atienda eficazmente las necesidades de la emergencia para que estos pequeños negocios fortalezcan su economía y se integren a un sistema justo y con oportunidades, en el que la falta de empleo no sea un motivo para emprender, sino más bien en cambiar esta razón por una que involucre un cambio significativo en la sociedad de forma positiva. (Vélez, Márquez, & González , 2019)

Mantener a flote a una organización, se convirtió en todo un proceso debido a la presencia de la pandemia por COVID-19 provocando que las empresas logren adaptarse y en este caso los emprendimientos son unos de los más afectados en todo este proceso, ya que las grandes empresas e industrias poseen mayor estabilidad económica, es así como se menciona que algunas de esas adaptaciones son la implementación de medidas de bioseguridad, la reducción de las plazas de atención y la migración a las plataformas digitales.

Según (Brinckmann, 2020), menciona que las ayudas públicas existentes priorizan y consideran principalmente a las organizaciones más consolidadas, pues para las instituciones públicas es primordial reducir el riesgo de quiebra de los puestos de trabajo de esas grandes empresas, y en vista de esta prioridad las empresas más pequeñas o aquellos emprendimientos lamentablemente quedan desprotegidas.

Haciendo nuevamente mención a la encuesta del GEM, la revista digital de Gestión Digital (2020), indicó que una de las estrategias más escogidas por las empresas fue aumentar el uso de marketing (61,1%), y el ofrecer nuevos productos o servicios (57,5%), para de esta manera poder cubrir sus deudas bancarias y poder mantenerse a flote durante la pandemia.

Claves de reactivación

Dentro de las claves mencionadas por (Coca, 2020), indica que la GEM España propone una serie de medidas que permitirán la reactivación del sistema, lo cual se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1

Medidas para reactivar el sistema

Medidas	Características
Demografía Empresarial	Las medidas excepcionales para frenar el cierre de las empresas no deben hacerse a costa de dejar de estimular la creación de nuevas compañías.
Empleo	La nueva normalidad implica cambios organizativos y en las formas de trabajo, que seguirán afectando al empleo, lo que requerirá medidas de choque.

Certidumbre y agilidad administrativa	En la etapa actual, es imprescindible que las administraciones generen un entorno estable y agilicen gestiones que las empresas están realizando para adaptarse a la situación.
Intraemprendimiento, reemprendimiento, y nuevas sinergias	La innovación perfila como la clave para organizar un nuevo ecosistema abierto a la “innovación colaborativa y abierta en un marco de innovación social”.
Demanda y oportunidades de negocio	En un entorno marcado por la incertidumbre, es necesario establecer medidas financieras y fiscales inéditas que favorezcan la reactivación de la demanda. Las empresas que quieran recomponer sus modelos de negocio, sobre todo las más pequeñas, necesitarán orientación para llevar a cabo nuevas oportunidades y modelos de negocio.

Fuente: (Coca, 2020)

Se trata de implementar nuevas prácticas que ayuden a los nuevos emprendimientos como lo son los bonos anticipados de consumo o los contratos de impacto social, obviamente estos sólo tienen la función de complementar los métodos tradicionales más no ser autónomos.

Como menciona (Pages, 2020), la pandemia existente en el mundo permitió que se aceleraran muchos procesos y entre ellos la evolución digital de las empresas, así como también mejorar las ya existentes.

En este sentido, muchos expertos, CEO de empresas internacionales, fondos de startups, entre otros, supone (Pages, 2020) que serán lugares a medio y largo plazo importantes fuentes de oportunidades de empleo y entre estas se mencionan:

- Marketing de contenidos y Redes sociales

- Impresión 3D
- Realidad virtual
- Big Data
- Dispositivos a través de la Voz
- Comercio electrónico
- Ocio Digital

El mundo ha cambiado, hace poco más de un año el ocio se contemplaba como salir a algún lugar a relajarse o vivir experiencias fuera de lo habitual, sin embargo, con las consecuencias de la pandemia esta idea forma parte del pasado debido a que había que encontrar una manera de distraerse estando en casa, por lo que el desarrollo de videojuegos, o las video llamadas o cualquier actividad digital ha tomado fuerza, siendo un sector que lejos de verse afectado por la pandemia fue en auge a medidas que más y más personas se unían a estos métodos de ocio.

Emprendimiento en tiempos de pandemia y su supervivencia

El COVID-19 trajo consigo una crisis económica nunca antes vista y las pequeñas empresas tuvieron que reinventarse o, en el peor de los casos, cerrar y despedir a sus empleados. Al tiempo que esto sucedía, otras personas deciden emprender y crear nuevos negocios con pocos conocimientos y bajo presupuesto. Este hecho se denomina, en la economías nacionales e internacionales, como el “rebusque de oportunidades”.

Si los nuevos empresarios que ahora se denominan emprendedores buscan una adecuada asesoría, seguramente serán los empresarios del futuro. Para profundizar más sobre el tema, la Revista Empresarial & Laboral, reconocida por entrevistar a expertos en cada uno de los temas a tratar, entrevista a Juan Pedro Asencio, profesor

de referencia para el Máster en *Business Administration* (MBA) de una de las principales universidades online en España, Ecuador, Perú, Colombia y México y, mentor de proyectos de emprendimiento de base tecnológica de una incubadora de empresas a nivel internacional.

Juan Pedro Asencio Flores es Economista, profesor universitario y experto especializado en Mercados Financieros Internacionales y Emprendimiento. Entre su formación podemos destacar que es Doctor en Economía, MBA y ha realizado programas de postgrado en asesoramiento financiero en el Instituto de Estudios Bursátiles (IEB) y en la Universidad de Miami. Sus más de 16 años de experiencia se han desarrollado en España, Estados Unidos y Latinoamérica. Durante estos años, ha compaginado docencia universitaria, asesoramiento financiero y mentoría para programas de emprendimiento.

¿Cuáles son las características que se deben tener en cuenta para realizar un nuevo negocio que impacte las economías emergentes?

El punto principal es el cliente potencial y sus necesidades. Parece algo obvio; pero, sin embargo, tras haber asesorado a muchas empresas startups y dirigido muchos planes de negocio, he detectado que muchas veces presuponemos las necesidades de nuestros clientes potenciales. Para evitar hacer suposiciones erradas, es necesario apoyarnos en herramientas de investigación de mercado como, por ejemplo, el *customer journey*, encuestas y entrevistas en persona o por videoconferencia.

Como segundo punto, destacaría la realización de una planificación de recursos y de las necesidades de liquidez. Algunas herramientas utilizadas para evitar problemas durante liquidez son el *burn rate* – cantidad de efectivo que necesitamos cada mes para mantener nuestro negocio – y, el *months to runaway* o número de meses que

podríamos atender las necesidades de liquidez con el *burn rate* actual. Los expertos recomiendan tener una liquidez que nos permita atender de 18 a 24 meses.

Teniendo estos dos puntos en mente, recomendaría plantear un modelo con base en internet, de forma que podamos apalancarnos en su baja estructura de costo y alta exposición a clientes potenciales, dada la situación actual provocada por la COVID-19.

Para poner en marcha un proyecto, ¿Qué presupuesto se necesita?

Depende del proyecto. Pero, si hablamos de proyectos emprendedores online, su inversión se ha reducido sensiblemente ante la irrupción de compañías de servicios hosting y web, con gastos altamente competitivos, que permiten escalar el tamaño dependiendo de la fase en la que se encuentren.

Por ejemplo, AWS ofrece la posibilidad de pagar cantidades bastante bajas, por debajo de 60 dólares al mes y, solo pagando por los recursos que utilices. Otra solución online podría ser Shopify, donde se puede crear la propia tienda online con todos los servicios profesionales, por tan solo 29 USD al mes.

Se debe tener en cuenta que es necesario disponer de alguien en el equipo que se encargue del diseño gráfico y web; de forma que, se pueda customizar el sitio web de un modo profesional y que atraiga a los potenciales consumidores.

A esto tenemos que sumar el costo de internet y telefonía y publicidad online, como Adwords o Facebook Ads, que tampoco tiene un valor muy elevado y al que se podría dedicar un presupuesto mensual de retorno a 100 USD.

Si consideramos todo lo anteriormente expuesto e intentamos ajustar las mercaderías o trabajamos sobre pedido, la liquidez necesaria para afrontar los gastos corrientes, para los próximos 18 a 24 meses, puede ser reducida.

Sin duda, la posibilidad de crear negocios online de forma ágil con estas nuevas soluciones ha dado acceso a crear proyectos de e-commerce con costos altamente competitivos y sin restricción del lugar donde nos encontremos.

¿Es viable emprender en tiempos de crisis económica?

Sí, es viable. Es más, en los momentos de crisis o necesidad es cuando surgen las mayores oportunidades. Actualmente, gran parte del mundo se encuentra en sus hogares navegando por internet y buscando alternativas para tareas cotidianas, que ahora no les es posible realizar debido a la COVID-19.

Recomiendo, a aquel que esté interesado en emprender, buscar apoyo en incubadoras de empresas o centros de emprendimientos como en los que colaboro. En ellos, puede encontrar, de forma gratuita, ayuda de profesionales de muy alto nivel en todas las áreas que pueda necesitar en su empresa.

También existen aceleradoras que, además de poner una red de expertos al servicio del emprendedor, se encargan de aportar liquidez al proyecto; de forma que, el desarrollo del proyecto crezca con mayor celeridad. Esta inyección de liquidez es normalmente a costa de ceder un porcentaje del proyecto. Es decir, la aceleradora se convierte en socio.

¿Cuáles son los principales obstáculos que se les presenta a los emprendedores en tiempos de la COVID-19 para arrancar con un nuevo proyecto y cómo los podrían enfrentar?

Principalmente, destacaría la dificultad en testar el interés de los consumidores y el acceso a financiación en sus proyectos.

Para el primero, recomendaría la utilización de sistemas de encuestas online. Existen sistemas que, por una pequeña cantidad por encuestado (0.10 USD o incluso menos), permiten realizar encuestas a una amplia base de posibles clientes y comprobar si realmente existe un interés en nuestro producto o servicio.

Para el segundo problema, le recomendaría buscar ayuda en incubadoras y aceleradoras, de forma que nos guíen hacia ayudas oficiales o posibles inversores profesionales (business angels o venture capital) y también, el clásico *Friends and family* (familia y amigos).

Para conseguir esta ayuda económica es necesario que tengamos claro la necesidad o problema que deseamos solucionar para nuestros clientes y disponer de un plan de negocio, de forma que podamos preparar nuestra presentación a potenciales inversores. Para esta presentación debemos centrarnos en los puntos clave y ser claros y concisos. En inglés, se suele denominar esta presentación como *elevator pitch*, haciendo referencia a la conversación que mantendríamos con un potencial inversor, si nos lo encontráramos en un elevador y solo contásemos con unos pocos minutos para explicar nuestro proyecto.

Por último, ¿Es posible hacer empresa en tiempos de pandemia? ¿Cuáles serían las recomendaciones de un experto como usted en este tema?

No es un escenario fácil, pero desde luego empezamos a ver la luz con la llegada de vacunas que comenzarán a tener un mayor impacto en la parte final de año. Sin duda, tendremos que seguir con medidas para evitar propagar la enfermedad, pero se regresa a una pseudo normalidad.

Mi recomendación es analizar estas nuevas necesidades que han surgido a raíz de esta enfermedad y buscar ayuda en expertos que los puedan guiar en su proyecto empresarial. Así como, no poner nunca en riesgo el dinero que se pueda necesitar para la vida diaria ni para atender a la familia. (Asencio Flores, s.f.)

CONCLUSIONES

La presente investigación nace del proyecto “**Neuroeconomía y neuro emociones post- pandemia para la reactivación económica del cantón Guano**”, aprobado mediante **Resolución 584. CP.2021** el cual tiene como propósito recuperar y reactivar la economía de los emprendedores post pandemia. Por tal motivo, se propone **Análisis de las principales neuro emociones en la reactivación económica de los emprendedores POST PANDEMIA.**

Más aún, el emprendimiento ha cobrado importancia a nivel mundial como un factor clave para generar sostenibilidad y desarrollo local en un país. Ecuador no ha sido ajena a esa realidad; pero con las diferentes problemáticas que acarrea la pandemia causada por el virus SARS-CoV-2 (Covid-19), ha ocasionado la inserción de nuevos emprendimientos impulsados por la desalentadora situación socio-económica en el país. Las actividades para convertir ideas en oportunidades redituables se encuentran en el núcleo mismo del emprendimiento.

Por otra parte, se establece al emprendimiento como un mecanismo para convertir el conocimiento en un factor económicamente rentable, siendo un determinante relevante para el desarrollo económico a través de la transformación de retos en oportunidades, competitividad, cambio tecnológico e innovación. En este sentido se define a la innovación como el motor de desarrollo socioeconómico y al emprendimiento como la herramienta para la consolidación de estos procesos, se determinan los sistemas de innovación (SI) como los espacios donde se producen procesos de emprendimiento, gestión, aprendizaje y generación de conocimiento económicamente rentable.

En este contexto, una de las emociones más frecuentes ante cualquier situación de riesgo es el miedo, la cual es una reacción normal ante la situación que vivimos

actualmente. Se trata de la respuesta natural ante una posible amenaza, bien sea real o percibida. Sirve para alertarnos sobre posibles peligros ante los que debemos reaccionar, ayudándonos a tomar las precauciones necesarias para no sufrir daños. Como todas las emociones, tiene un objetivo vital adaptativo, ya que nos informa sobre la situación y nos impulsa a actuar, ayudando a movilizar nuestros recursos para la acción.

Casi todas las reacciones que surgen inicialmente ante esta situación, están relacionadas con emociones de carácter negativo que con frecuencia aparecen acompañando al miedo. De esta forma, la tristeza, la ira, la sensación de soledad, impotencia e incertidumbre, aparecen con frecuencia pudiendo provocar diferentes síntomas como la ansiedad, la depresión o el bloqueo.

La pandemia COVID 19 ha cobrado un alto precio al Ecuador en términos sociales, por la pérdida de vidas y el crecimiento de la pobreza y económicos, por la desnutrición de empresas y puestos de trabajo. Esta realidad agravó lo que venía sucediendo en materia económica desde 2015 en adelante, donde los desequilibrios internos se habían venido agudizando expresándose en una prolongada recesión económica, la destrucción acelerada de empleo productivo y formal y la drástica reducción del nivel general de precios internos

Los emprendedores deben establecer una planeación estratégica que les permita poder analizar su situación, así como estar preparados para cualquier eventualidad que se les presente en cuanto a demanda del producto o caídas del precio que les permita mantener a flote su emprendimiento y afrontar cualquier situación negativa futura de una forma resiliente. Pero sin duda la resiliencia en cualquier emprendedor durante esta pandemia, fue una de las bases fundamentales para mantener su negocio en el mercado, incluyendo también la creatividad e innovación de los emprendedores.

Un aspecto característico de los emprendimientos durante esta época ha sido la creatividad y la forma de enfrentar la crisis, con la que han podido mantenerse en tiempo y espacio, mostrando así que si no hay una renovación y adaptación a los cambios no tendrían un desarrollo positivo en estos tiempos de pandemia.

GALERIA DE FOTOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Neuroeconomía y neuro emociones post- pandemia para la reactivación económica del cantón Guano, aprobado mediante Resolución 584. CP.2021









ACERCA DE LOS AUTORES

EDISON VINICIO CALDERÓN MORÁN



Máster en Dirección de Empresas e Ingeriero de Empresas por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Se ha desempeñado como: Jefe de Presupuestos de la ESPOCH. Docente de la Facultad de Administración de Empresas en cátedras que tienen que ver con el área financiera tales como: Contabilidad, Costos, Presupuestos, Administración Financiera y Valoración de Empresas. Ha ocupado cargos como: Director de la Escuela de Administración de Empresas y Director de la Unidad de Educación a Distancia. Cuenta con con experiencia en docencia desde el año 1981 hasta la actualidad.

ANDREA DEL PILAR RAMÍREZ CASCO



Magíster en Auditoría Integral por la Universidad Técnica Particular de Loja. Ingeniera en Contabilidad y Auditoría por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH). Docente universitario por 10 años. Actualmente cursa sus estudios de doctorado en el programa de Ciencias Contables por la Universidad de los Andes, Mérida – Venezuela. Ha participado en varios proyectos de investigación y vinculación con la sociedad entre la ESPOCH y los gobiernos descentralizados de la provincia de Chimborazo, Ecuador. Sus áreas de investigación se enfocan en Costos, Contabilidad de Costos, Administración, Auditoría y Tributación.

NORBERTO HERNÁN MORALES MERCHÁN



Magíster en Formulación, Evaluación y Gestión de Proyectos Sociales y Productivos por la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH). Ingeniero en Marketing por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH). Profesor Titular Agregado 1 de la Facultad de Administración de Empresas de la ESPOSCH.

EDWIN PATRICIO POMBOSA JUNEZ



Doctor (Ph.D.) en Ciencias Económicas por la Universidad de la Habana. Magíster en Educación a Distancia por la Universidad Nacional de Loja. Diploma Superior en Investigación Educativa y Planificación Curricular e Ingeniero en Administración de Empresas por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH). Tiene más de 26 años de experiencia en el campo privado como Gerente Comercial y Gerente General de varias empresas de la ciudad de Riobamba. Cuenta con 17 años de experiencia como docente. En el desempeño profesional público se ha ubicado en los siguientes cargos: Director de carrera, Vicedecano de facultad, Decano de facultad, Director de Talento Humano, Director de Vinculación, Director Administrativo y miembro de Consejo Politécnico en representación de los docentes de la ESPOCH.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, S., & Barney, J. (2014). Entrepreneurial Opportunities and poverty alleviation. *Entrepreneurship theory and practice*, 1-26.
- Ariza, G., & Ocampo, H. (2005). El acompañamiento tutorial como estrategia de la formación personal y profesional: un estudio basado en la experiencia en una institución de educación superior . *Universitas Psychologica*.
- Ashkanasy, N. (2003). Emotion in organizations: a multilevel perspective. *Research in multi-level issues: multilevel in organizational behaviour and strategy*, 9-54.
- Baron, R. (2010). Emotional intelligence: an integral part of positive psychology. *South African Journal of Psychology*.
- Bedoya, M., Toro, I., & Arango, B. (2017). Emprendimiento corporativo e innovación: una revisión y futuras líneas de investigación. *Espacios*, 20-37.
- Beylis, G., Fattal, R., Morris, M., Sebastian , A., & Sinha, R. (10 de 06 de 2023). *El efecto viral: COVID 19 y la transformación acelerada del empleo en América Larina y el Caribe*.
- BID. (12 de 03 de 2023). Respuestas al COVID-19 desde la ciencia, la innovación y el desarrollo productivo. *Tecnología e Innovación del BID*.

- Biess, F., & Daniel, M. (2014). Emotional Returns. En *En Science and Emotions after 1945: A Transatlantic Experience*. The university Chicago Press.
- Blanco, C. (2014). Historia de la neurociencia. Madrid.
- Bourdieu, P. (1998). La domination masculine. París.
- Brinckmann, J. (30 de 10 de 2020). *Así actúan los emprendedores para capear la crisis de la COVID 19*. Obtenido de <https://dobetter.esade.edu/Es/emprendedor>
- Briñol, P., Gandarillas, B., Horcajo, J., & Becerra, A. (2010). Emoción y metacognición: Implicaciones para el cambio de actitud. *Revista de Psicología Social*, 157-183.
- Bullemore Campbell, J., & Cristóbal-Fransi, E. (2021). La dirección comercial en época de pandemia: el impacto del covid 19 en la gestión de ventas. *Información Tecnológica*, 199-208.
- Calixto, E. (2018). Emociones en el cerebro. *Alambique*.
- Camerer, C. (1995). Individual Decision Making, In the Handbook of Experimental Economics. *Princeton University Press*, 587-705.
- Cannon, W. (1931). Again the James- Lange and the thalamic theories of emotion. *The Psychological Review*, 281-295.
- Cano Vindel, A., & Tobal, M. (2001). *Emociones y salud. Ansiedad y estrés*.

- Cerezo, A., Ceca, M., & Blanco, J. (2018). Traceability of intra and interpersonal skills: from education to labor market.
- Chalmers, D. (2002). *Philosophy of Mind: Classical and Contemporary Readings*.
- Chopra, P., & Kanji, G. (2010). Emotional Intelligence. A catalyst for inspirational leadership and management excellence. *Total quality management*, 971-1004.
- Coca, M. (05 de 08 de 2020). *Como recuperar el ecosistema emprendedor ante la crisis del COVID 19*. Obtenido de [https://www.bbva.com/es/ como recuperar el ecosistema emprendedor ante la crissi del covid 19](https://www.bbva.com/es/como-recuperar-el-ecosistema-emprendedor-ante-la-criisi-del-covid-19)
- Collins, R. (2009). *Cadena de rituales de interacción*. Barcelona.
- Cortés, J., Barragán, C., & Vázquez, M. (2002). Perfil de inteligencia emocional: construcción, validez y confiabilidad. *Salud mental*, 50-60.
- Cote, S., & Hideg, I. (2011). The ability to influence others via emotional displays: a new dimension of emotional intelligence. *Organizational Psychology*, 71.
- Dahik, A. (2020). El coronavirus: respuestas del mundo y del Ecuador. *Centro de Estudios Económicos y Sociales para el Desarrollo*.
- Damasio, A. (2018). *The Strange Order of Things*. Nueva Yorkf: Penguin Books.

- Darwin, C. (1899). *The Expression of the Emotions in Man and Animals*. Nueva York: D. Appleton and Company.
- Ekman, P. (1999). Basic emotions. *Handbook of cognition and emotion*.
- El Comercio. (06 de 06 de 2020). *La emergencia sanitaria en Ecuador sirvió para emprender y reacondicionar*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/emergencia-sanitaria-ecuador-emprendimientos>
- Escamilla, M., Rodríguez, I., & González, G. (2009). El estrés como amenaza y como reto: un análisis de su relación. *Ciencia y Trabajo*, 96-101.
- García Andrade, A. (2013). Giddens y Luhmann ¿ opuestos o complementarios? México .
- Giraud, C. (2008). *Las lógicas sociales de la indiferencia y la envidia*. Buenos Aires: Biblos.
- Goffman, E. (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Goleman, D. (2000). *La inteligencia emocional aplicada a las organizaciones*.
- Gottman, J. (1993). Studying emotion in social interaction. *Handbook of emotions*.
- Gutierrez Vidrio, S. (2016). *El papel de las emociones en la conformación y consolidación de las redes y movimientos sociales*. México.

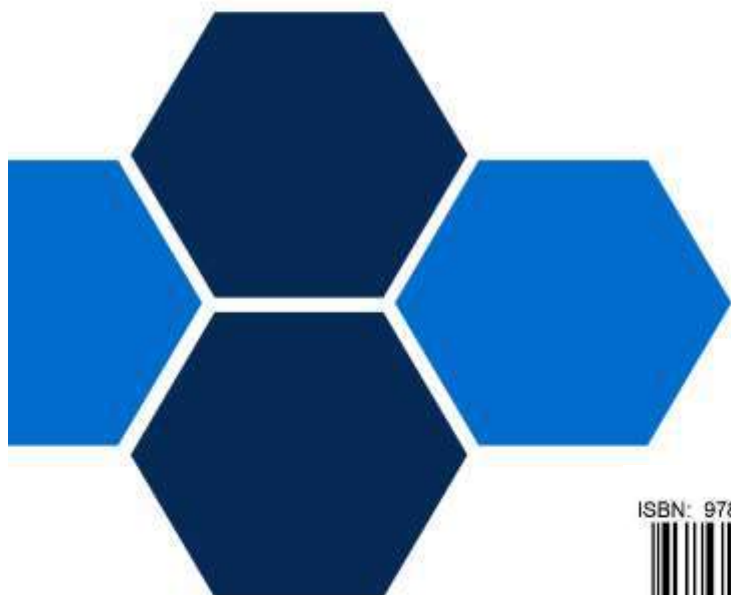
- Hassan, J., & Mohsen, J. (2012). Management: a study of an organizational culture and the relationship between emotional intelligence and communication effectiveness. *Journal of management research*, 1-14.
- Hernández Lara, I. (2016). Migración y afectividad a distancia:escenarios emocionales relacionados con la dinámica familiar transnacional en el contexto de la migración oaxaqueña hacia Estados Unidos . México: Universidad Autónoma de México.
- Hochschild, A. (1979). Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure. *American Journal of Sociology*.
- Hochschild, A. (1983). The managed heart: comercialization of human feeling. *Berkely: University of California Press*.
- Kantis , H., & Agelelli, P. (2020). Los ecosistemas de emprendimiento de América Latina y el Caribe frente al COVID-19. *Banco interamericano de desarrollo*.
- Lang, P., & Bradley, M. (1990). Emotions, attention, and the startle reflex. *Psychological Review*, 377-395.
- Lasio , V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador. *ESPAE-ESPOL*.

- Lasio, V., Ordeñana, X., Caicedo, G., Samaniego, A., & Izquierdo, E. (2017). *Global entrepreneurship*. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/file/open?filed0=50078>
- Lord, R., Klimosni, R., & Kanfer, R. (2002). *Emotions in the workplace*. Jossey San Francisco.
- Luhmann, N. (1999). *El conocimiento como construcción*. En teoría de los sistemas sociales. México.
- Martell, E. (2017). *Vínculos entre Hochschild Marx y Engels: Hacia una sociología marxista de las emociones*. México.
- Mayer, J. (2001). *A field guide to emotional intelligence*. *Emotional Intelligence in Every Day Life* Filadelfia, Psychologu Press.
- Mayer, J., & Salovey, P. (1997). *What is emotional intelligence*. Basic Books.
- Monasterio, A. (2005). *Las implicaciones morales de la neuroeconomía*. *Frónesis*, 25-36.
- Montesinos, P. (2018). *Inteligencia Emocional y relaciones interpersonales del personal de enfermería del Hospital Luis Negreiros Vega*. Universidad César Vallejo de Perú: Tesis de posgrado.
- Moreno, A., Ospitia, M., Brown, K., & Martínez, R. (14 de 03 de 2021). *Reactivación económica: Factores que deben tenerse en cuenta para el diseño de estrategias concretas para pequeñas empresas como consecuencia*

del COVID-19 en San Andrés Isla. Obtenido de <https://repository-ean-edu.co/bitstream/handle/10882/107779>

- Nowlis, V., & Green, R. (s.f.). The experimental analysis of mood. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1152-1168.
- Ortiz, G., Sáenz, C., & Piñeros, E. (2021). Effects of COVID 19 on growth and economic reactivation. *Revista Finanzas y Política Económica*, 99-113.
- Pages, S. (02 de 07 de 2020). *Emprendimiento en tiempos de pandemia*. Obtenido de [https://www.cajassietecontunnegocio.com/temas/direccion/emprendimiento en tiempos de pandemia COVID 19](https://www.cajassietecontunnegocio.com/temas/direccion/emprendimiento-en-tiempos-de-pandemia-covid-19)
- Piqueras , J., Martínez , A., Ramos , V., Rivero, R., & García López, L. (2006). Ansiedad, depresión y salud. *Psicología de la salud y enfermedades crónicas*.
- Prisacom. (2020). Reactivación económica en Ecuador: medidas, planes y objetivos . *El As*.
- Ramón, S., & Cajal, S. (1904). Textura del sistema nervioso del hombre y de los vertebrados. *Librería Nicolás Moya*.
- Rego, A., & Fernádes , C. (2005). Inteligencia emocional: desarrollo y validación de un instrumento de medida. *Revista interamericana de Psicología*, 23-38.

- Salovey, P., & Grewal, D. (2005). The science of emotional intelligence. *American Psychological Society*, 330-339.
- Salovey, P., & Mayer, J. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, cognition and personality*, 211.
- Spielberger, C. (1996). *Psychological Assesment Resources*.
- Suárez , M., Suárez, L., & Zambrano, S. (2017). Emprendimiento de jóvenes rurales en Boyacá- Colombia: Un compromiso de la educación y los gobiernos rurales. *Revista de las Ciencias Sociales*, 23-32.
- Trujillo, M., & Rivas, L. (2008). Emotional intelligence model for directors of research centers in México. *Estudios Gerenciales*, 13-30.
- Turner, J. (2013). *Neurology and Interpersonal Behaviour: The Basic Challenge for Neurosociology*. Nueva York: Springer.
- Turner, J., & Jan, S. (2005). *The Sociology of Emotions*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Weiss , H., & Cropanzano, R. (1996). Affective events theory. *Research in organizational behavior*, 74.
- Yurtsever, G., & Rivera, J. (2010). Measunring the emotional climate of an organization. *Perceptual and motor skills*, 516.
- Zamora Boza, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Espacios*, 15-26.



ISBN: 978-9942-607-55-3



9 789942 607553