

DESARROLLO SOSTENIBLE EN LOS NEGOCIOS TURÍSTICOS DESDE LA ÓPTICA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE TOURISM BUSINESSES, VIEWED
FROM THE EMOTIONAL INTELLIGENCE PERSPECTIVE

JEL Classification: M10, G34

Received: September 17, 2020 | Accepted: March 3, 2021 | Available online: June 6, 2021
Cite this article as: Velázquez C., & Sonda, R. (2021). Desarrollo sostenible en los negocios turísticos desde la óptica de la inteligencia emocional. *Estudios de Administración*, 28 (1), 61-80.
<https://doi.org/10.5354/0719-0816.2021.58614>

César Omar Velázquez Vega

Universidad de Quintana Roo, México
ceveve@gmail.com

Ricardo Sonda de la Rosa

Universidad del Caribe, México
rsonda@ucaribe.edu.mx

Resumen

La inteligencia emocional utilizada en los estilos de liderazgo para dirigir los negocios turísticos encuentra áreas de oportunidad para lograr el tan deseado desarrollo sostenible. El objetivo del artículo es determinar la relación del liderazgo en equipos de trabajo, bajo el contexto del modelo de Inteligencia Emocional de Reuven Baron (1997) como estrategia para el logro del desarrollo sostenible en los negocios turísticos. El estudio está basado en una metodología de enfoque cuantitativo de alcance correlacional, utilizando el análisis factorial de componentes obtenido gracias a la aplicación de encuestas a los trabajadores de la zona turística de Cancún, Quintana Roo. Finalmente, se presentan algunos hallazgos –a partir de la revisión de la literatura especializada, contrastada con los datos obtenidos en el levantamiento de información–, acerca de la relación directa de los motivadores que perfilan las características del líder en el uso de la inteligencia emocional. Se concluye que las relaciones interpersonales desde un marco empático durante la gestión favorecen y coadyuvan al desarrollo sostenible de los negocios turísticos.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Palabras claves: Desarrollo Sostenible, Liderazgo, Negocios Turísticos, Inteligencia Emocional.

Abstract

Emotional Intelligence applied to leadership styles when directing tourism businesses offers opportunities to achieve that much-desired sustainable development. The article's purpose is to determine the impact of leadership on work teams applying Reuven Bar-On's Emotional Intelligence model (1997) as a strategy for achieving sustainable development in the tourism business. Research uses a quantitative and correlational approach methodology combined with the factorial analysis of components obtained from in-depth interviews with workers in the tourist area of Cancun, Quintana Roo. The findings are presented through a comparison of the proposals of specialized literature with those implemented in the survey, where the direct relationship of the motivators emphasizes the characteristics of the leader's use of Emotional Intelligence. The article concludes that interpersonal relationships, achieved with the help of empathic management, favor and contribute to the sustainable development of the tourism business.

Keywords: Sustainable Development, Leadership, Tourism Business, Emotional Intelligence.

Introducción

Entender la relación entre la inteligencia emocional y el desarrollo sostenible es apremiante para los negocios turísticos. Lo anterior justifica este artículo, con acento en el desempeño del líder, debido a su impacto en los comportamientos nacientes desde la participación social, la cual determina los resultados hacia el desarrollo sostenible, tal como lo plantea Haney et al., (2018).

Considerando a Alston et al., (2016), cuando destaca que la investigación futura debe centrarse en la inteligencia emocional del líder y su influencia en los esfuerzos de sostenibilidad desde diferentes campos de estudio, es pertinente evaluar la relación que tiene el ejercicio del liderazgo con una relación positiva en la gestión de los negocios turísticos.

En tal sentido, el desarrollo sostenible y el liderazgo desde la óptica de la inteligencia emocional adquieren valor inmediato al comprender que las habilidades emocionales y sociales de los trabajadores influyen de manera directa en los resultados de los negocios turísticos.

Además, por medio de las destrezas individuales y la comprensión de los sentimientos propios y de los demás, es posible lograr establecer relaciones interpersonales funcionales, tal y como lo postula Reuven Bar-on (2006). Desde esta postura surgen las preguntas; ¿Puede el líder en la gestión de los negocios turísticos participar como un elemento dinamizador para el desarrollo sostenible?, ¿Cuáles

elementos de la inteligencia emocional del modelo de Reuven Bar-on, favorecen la gestión de los negocios turísticos para un eficiente desarrollo sostenible?

Al respecto, la figura del desarrollo sostenible en sus inicios fue creada para un nivel macro, pero la tendencia actual demanda su estudio en niveles organizativos, puesto que sus postulados reflejan las demandas de los colaboradores y de los involucrados en la perspectiva de crecimiento, integración social y cuidado ambiental (Garriga & Melé, 2004).

Por otro lado, el desempeño del líder en los negocios turísticos debe ser dinámico y adaptarse a la madurez de la empresa y a los empleados. Asimismo, es necesario conocer diversas formas para motivar, ofreciendo respuestas interesantes, e involucrarse en el cumplimiento de los objetivos organizacionales, especialmente en el desarrollo y formación de personas como “nuevos líderes”, a fin de perpetuar el proceso de adaptación y éxito organizacional (Pereira & Ferreira, 2019). Estas estructuras de desarrollo son precisamente las que propician que el desarrollo sostenible sea una realidad.

Este trabajo se elabora con el propósito de interiorizar la relación que tiene el líder en el desarrollo sostenible, desde la óptica de la inteligencia emocional. A partir de una investigación documental, se recupera literatura publicada entre los años 2006-2020 a fin de estructurar un análisis sobre la inteligencia emocional (IE) y su transversalidad con las variables de interés: desarrollo sostenible y liderazgo en los negocios turísticos.

Se cree que el camino al desarrollo sostenible en la gestión de los negocios turísticos podría orientarse desde procesos de equilibrio entre lo social, lo económico y la preservación de los recursos naturales; esto decanta en rentabilidad, crecimiento y estabilidad, pero depende de la efectividad del liderazgo ejercido y de estrategias de sostenibilidad para potencializar el capital social, al mismo tiempo que se preservan los aspectos económicos y ambientales (Goffi et al., 2018). Son esas estrategias sostenibles las que constituyen una ventaja competitiva cuando se estructuran desde las habilidades integradas en la inteligencia emocional.

En ese sentido, etiquetada así por Peter Salovey y John D. Mayer (1990), la inteligencia emocional ha sido estudiada y contrastada en diversas áreas del conocimiento; asimismo, es vinculada a múltiples aspectos de desempeño y de éxito del individuo. Por lo anterior, toca a esta investigación direccionar la IE como una variable que aporta al desarrollo sostenible de los negocios turísticos desde la figura del líder, entendido como el individuo que gestiona las organizaciones.

Es destacable la preeminencia de generar entornos para examinar las relaciones de la inteligencia emocional en el liderazgo y el contexto prosocial de la gestión turística como lo anota Martin-Raugh (2016). Aunado a ello, existen datos que exponen la importancia de las emociones y cómo la inteligencia emocional puede influir en los resultados de gestión del líder, figurando con una fuerte relevancia en su desempeño pues representa una ventaja para lograr relaciones eficaces (Diez & Sánchez, 2017).

Al referirnos a los negocios turísticos en el contexto de esta investigación, conviene calificar que su propia existencia está inserta en los grupos sociales y que sus ordenaciones se identifican como colectivos, basados en estructuras jerárquicas con funciones y objetivos. Su estudio se puede abordar desde una perspectiva que permite hacer el análisis desde la gestión turística (González-Damián, 2017).

A continuación, se presentan los hallazgos emanados de un estudio de caso representativo, a partir de la aplicación de encuestas a colaboradores turísticos de Cancún (Quintana Roo, México), a fin de determinar los principales elementos de la inteligencia emocional, según el modelo de Reuven Bar-on para su debate, análisis y

discusión. Para lo anterior, en un primer apartado se muestran los aspectos analizados de la inteligencia emocional y se aborda cómo se le ha relacionado desde diferentes posturas con el liderazgo y el desarrollo sostenible en los negocios turísticos; en un segundo apartado, se desglosa la metodología utilizada, así como los resultados. Finalmente, se destacan algunas conclusiones o reflexiones construidas a partir de los hallazgos, considerando que percibir y entender las emociones es vital para el proceso de sostenibilidad, aunque estas sean de naturaleza conceptual (Ploum, Blok, Lans, & Omta, 2018).

Por lo anterior, y con la motivación de poder determinar el vínculo del liderazgo en equipos de trabajo bajo el contexto del modelo de Inteligencia Emocional de Reuven Bar-on como aporte al desarrollo sostenible en los negocios turísticos, se presenta el siguiente referente teórico.

Antecedentes y aspectos teóricos

Para comprender la interrelación de la inteligencia emocional y el liderazgo en el desarrollo sostenible, a continuación, se describen los aspectos teóricos que fundamentan el marco teórico.

El desarrollo sostenible en la actividad turística

El referir desarrollo sostenible obliga a entender la interdependencia de los elementos económicos, ambientales y sociales desde una perspectiva holística en el actuar de los negocios turísticos y la sociedad. De acuerdo con Zoraida (2020), la acción de estos en contextos y situaciones específicas determina transversalmente, desde las emociones interpersonales, el logro o no del tan ansiado desarrollo sostenible.

Para Di Fabio (2017) el desarrollo sostenible puede ser entendido como una meta a alcanzar en un sistema complejo y adaptativo entre orden y desorden; lo anterior, exige promover el bienestar de los involucrados mediante relaciones interpersonales positivas. Por otro lado, la neurociencia postula al desarrollo sostenible como una cuestión emocional, que integra elementos fundamentales para su beneficio, tal como lo comenta Meschede (2019) al afirmar que el desarrollo sostenible es responsabilidad de todos, por ello se debe alentar a los individuos a contribuir o generar conciencia al respecto.

Los objetivos alineados hacia el desarrollo sostenible pueden favorecer la eficiencia, ahorro y competitividad, al mismo tiempo que mejoran la responsabilidad social y ambiental (Francis & Nair, 2020). Para que lo anterior se logre, se debe: desplegar un enfoque sostenible a partir del marco social; desarrollar una fuerza laboral comprometida; proporcionar servicios y soluciones de calidad; brindar la oportunidad de conectarse por medio de las emociones; y, finalmente, desarrollar habilidades y liderar iniciativas de sostenibilidad dentro un proceso inclusivo y reflexivo para la toma de decisiones.

Por otro lado, la industria turística es considerada como una actividad inserta en la cotidianidad de diferentes sociedades y lugares, lo que provoca modificaciones significativas en la vida social de la comunidad anfitriona y se le considera fuente de riqueza y semilla de progreso para las economías globales. Para su éxito requiere que la visión de los actores involucrados esté construida desde una perspectiva de colectividad, donde la implementación se enfoque en el fortalecimiento y mejora de la comunidad, evitando tomar rumbos que lleven a conflictos o separaciones (Kieffer & Burgos, 2015).

El camino al desarrollo sostenible en la gestión de los negocios turísticos podría

orientarse desde procesos de equilibrio entre lo social, lo económico y la preservación de los recursos naturales; esto podría reflejar rentabilidad, crecimiento y estabilidad, pero depende del liderazgo ejercido y de estrategias de sostenibilidad para potencializar el capital social, mientras se preserva lo económico y lo ambiental, como afirma Goffi et al., (2018).

Es en este sentido que la gestión de negocios turísticos genera contextos especiales por sus necesidades de servicio de calidad y experiencia al cliente. Entre otras cosas, requiere que los equipos de trabajo manifiesten emociones apropiadas, tales como la empatía para lograr experiencias memorables. La gestión de los negocios turísticos con un liderazgo adecuado puede contribuir con la sostenibilidad, ya que favorece la creación de emociones positivas, apoya la creación de relaciones satisfactorias y fomenta la cohesión social. Desde esa visión, se requiere diseñar modelos de liderazgo social, ambiental y económicamente sostenibles (del Río, Rodríguez, & Revilla, 2019).

Para las organizaciones, como para los negocios turísticos, la gestión sostenible es entendida como la posibilidad de mantenerse en el tiempo y de desarrollar capacidades y habilidades que le permitan sobrevivir a través de los años, además de generar rentabilidad y valor (Reina et al., 2018). Esa sostenibilidad depende de su cabida para adaptarse y crecer, respondiendo a las necesidades de un mercado cambiante y dinámico a través del aprendizaje (Gambetta, 2015).

La gestión de los negocios turísticos responde a un orden global, en el cual la industria turística es el eje rector. Constituye un sistema construido por un conjunto de hechos sociales relacionados que conforman una red recíproca de relaciones interpersonales como resultado de un fenómeno social. Al ser organizaciones de hospitalidad y turismo, les conviene considerar la comprensión y desarrollo de la inteligencia emocional de sus empleados (Koc, 2018).

Una gestión orientada a la sostenibilidad representa una herramienta valiosa porque contribuye significativamente a las políticas y objetivos del desarrollo sostenible (Ghoochani et al., 2019), pero requiere ser cuidadosa con las habilidades emocionales, pues se consideran como un campo sobresaliente en las áreas de gestión empresarial, acentuando que la inteligencia emocional, así como las emociones interpersonales integradas en ella son habilidades imperdibles para el líder (Tsauro & Ku, 2019).

Estas emociones interpersonales –para poder abonar al desarrollo sostenible– requieren ser positivas para favorecer, inspirar e influir en los demás, obteniendo lo mejor de ellos, pues fomentan la comunicación y la construcción de vínculos para mejorar, crecer y resolver conflictos efectivamente, por lo que se infiere que una sociedad emocionalmente inteligente puede prosperar en todas las rutas necesarias hacia el desarrollo sostenible (Navaneethan & Kamalanabhan, 2020).

Liderazgo como instrumento para un desarrollo sostenible

Una vez abordado el desarrollo sostenible, es necesario abordar el tema del liderazgo. Comúnmente se define al liderazgo como el proceso de influir a otros para que comprendan y generen acuerdos enfocados en lograr los objetivos compartidos (Yukl, 2013). Por ello, los negocios turísticos deben considerar contratar líderes conscientes de sus emociones y de su importancia para el éxito propio (Vidyarathi et al., 2014), y más centrados en servir a las personas que dirigen (Barbuto et al., 2014).

La literatura sostiene, desde la postura de Edú et al., (2014), que el líder puede conseguir que los colaboradores generen logros por arriba de lo que su obligación demanda por medio de una correcta motivación y gestión.

En el siglo XXI, prevalece la importancia de que el liderazgo coadyuva en la

consolidación de los equipos de trabajo, en los cuales la inteligencia emocional desempeña un papel primordial (Hoon & Chelladurai, 2017).

La gestión de un buen líder comprende que las emociones son contagiosas y que pueden generar círculos productivos cuando estas son positivas. El líder cuida de los demás, trabaja con los demás, se expande y depende de los otros en la mejora del ambiente que le rodea, teniendo siempre una postura proactiva, por ello la importancia del liderazgo en los equipos de trabajo.

Desde hace más de 3 décadas, Hollander (1980) manifestaba que los líderes con habilidades emocionales superiores lograban tratar a sus empleados con respeto y afecto, por lo que se puede aseverar que un alto nivel de inteligencia emocional logra predecir la efectividad al ejercer el liderazgo. Un líder eficaz comprende sus emociones y las de su equipo, además de que entiende que las emociones son contagiosas y pueden generar círculos perpetuos (Boyatzis et al., 2013) que consiguen ser productivos o improductivos, dependiendo de la efectividad de esta gestión emocional.

La literatura también sostiene que un liderazgo puede lograr que los colaboradores generen beneficios por encima de lo que su obligación demanda, si estos son motivados correcta y efectivamente (Edu et al., 2014). Las emociones generadas durante las interacciones sociales, cuando tienen valencia positiva, pueden determinar el alcance de los objetivos.

En el liderazgo, las emociones representan más que solo habilidades importantes: son aspectos vitales para generar relaciones efectivas durante su gestión y, a su vez, alcanzar el éxito en su labor (Panait, 2018). Un liderazgo emocionalmente inteligente provoca un mejor rendimiento en los subordinados (Vidyarthi et al., 2014), por lo que se considera importante destacar que este impacto sobre los comportamientos positivos en los equipos es de manera consciente o inconsciente.

Las emociones interpersonales positivas se consideran como la principal variable relacionada con comportamientos individuales o grupales funcionales y efectivos (Aritzeta et al., 2016); un alto nivel de ellas fortalece la positiva relación entre el liderazgo y los compromisos organizacionales y el alcance de los objetivos.

Una vez entendidos los términos desarrollo sostenible y liderazgo, se describe la inteligencia emocional y la relación con estos términos, entendiéndola como el conjunto de habilidades, que incluso podrían condicionar el desarrollo del coeficiente intelectual del individuo (Rodríguez & Rodríguez, 2017), así como su capacidad de aprender, adaptarse y desarrollarse como un sujeto proactivo en su entorno.

Desde el punto de vista de la inteligencia emocional, podemos entender la relación del desarrollo sostenible y el liderazgo como la expresión emocional del individuo que predomina dentro de acuerdos sociales preestablecidos, determinando el comportamiento en entornos y momentos específicos, por lo que es trascendente que el liderazgo se ejerza desde el desarrollo positivo de las emociones interpersonales (Dippenaar & Schaap, 2017).

Los elementos reconocidos en las emociones interpersonales pueden provocar influencias positivas sobre el ejercicio del liderazgo y el desempeño de sus equipos como lo afirma Rahman et al., (2020) y le apoyan a sostener relaciones poderosas, eficaces, y a saber cómo mantenerlas así. Favorecen la formación de personas comprometidas y motivadas, responsables de su propio desempeño e implicadas en la mejora de la constitución social de la gestión en los negocios turísticos. Ese liderazgo se desarrolla desde una transparencia natural que enmarca honestidad y responsabilidad, alejándose de la vanidad e interés personal.

El buen liderazgo comprende sus emociones y las de su equipo, además que entiende que las emociones son contagiosas y pueden generar círculos perpetuos

(Boyatzis et al., 2013).

El liderazgo está inminentemente afectado por los aspectos de la inteligencia emocional, ya que el desempeña el rol de constructor del clima y la cultura organizacional. Si el líder es percibido como injusto por su equipo, genera emociones negativas y resultados adversos, además de que instituye una dinámica negativa, la cual la alta dirección detecta, perdiendo la confianza en él (Ashkanasy & Humphrey, 2011).

El liderazgo tiene una influencia importante sobre los estados de ánimo, los sentimientos de los seguidores y los compañeros de equipo, principalmente como resultado del contagio emocional (Ashkanasy & Humphrey, 2014). Son precisamente las habilidades integradas en la inteligencia emocional las que favorecen direccionar ese “contagio emocional” hacia estructuras benéficas y sostenibles de los negocios turísticos.

Inteligencia emocional y su vínculo con el desarrollo sostenible

El término de inteligencia emocional, descrita por Mayer, Caruso y Salovey (1997), hace referencia a la capacidad vinculada con las experiencias emocionales que apoyan al individuo para comprender y manejar las emociones propias e identificar las de las personas que le rodean, especialmente las que involucran de manera directa un desarrollo sostenible. En concreto se puede decir que la inteligencia emocional es esa capacidad para relacionarse con el mundo donde se engloban diferentes habilidades y características humanas (García-Fernández & Giménez-Mas, 2010).

En la inteligencia emocional radica la capacidad de gestionar las emociones e integrarlas al pensamiento, donde niveles elevados de estas habilidades se relacionan con el alto rendimiento laboral y certidumbre organizativa (Vidarthi et al., 2014), además de favorecer una relación positiva ante el estrés (Gutierrez et al., 2017), factores por demás relevantes en el ejercicio del liderazgo y la gestión de los negocios turísticos.

De acuerdo con Jain y Duggal (2016), la inteligencia emocional influye positivamente en el compromiso hacia la organización, la gestión de las relaciones y la conciencia social, por lo que sugieren que la efectividad del liderazgo depende de ella.

Por otro lado, la inteligencia emocional ocupa un rol importante en los retos del desarrollo sostenible, pues el ejercicio del liderazgo desde las habilidades integradas en ella es crítico para provocar un cambio organizacional y direccionar a los equipos a la transformación social desde sus cimientos (Gómez et al., 2018).

Existen diversos modelos para medir y evaluar la inteligencia emocional, y a cada una le inciden ventajas y desventajas. El discurso científico genera polémica sobre el mejor modelo, lo que devela que, en realidad, funcionan como propuestas complementarias más que contrarias. Cada instrumento es el ideal cuando los objetivos están determinados y son apropiados dependiendo el área específica a evaluar (González-Robles et al., 2011).

Por destacar solo algunos de estos modelos, se distingue el construido por Salovey, Mayer, Goldman, Turvey y Palfai (1995). El Trait Meta-Mood Scale (TMMS) considera a la inteligencia emocional (IE) como un grupo de habilidades emocionales y adaptativas. Posteriormente, David Caruso contribuyó con ellos para la construcción del conocido MSCEIT (Mayer et al., 2000), diseñado con la intención de describir las habilidades cognitivas que consienten que los procesos de información emocional provocan circunstancias de adaptación al interior de los contextos interpersonales e intrapersonales.

El modelo construido por Robert Cooper y Ayman Sawaf, al que llamaron EQ-map

(Cooper & Sawaf, 1997), está considerado como un instrumento de 360°. Se le conoce como el modelo de “Los cuatro pilares”: alfabetización emocional, agilidad emocional, profundidad emocional, y alquimia emocional (García-Fernández & Giménez-Mas, 2010).

Otro modelo, construido por Natalio Extremera y Pablo Fernández Berrocal (2006), basado en el Trait Meta-Mood Scale (TMMS) de Salovey y Mayer, posee una utilización empírica, principalmente con estudiantes de nivel superior (Fernández-Berrocal & Extremera, 2006).

Cabe destacar que, en más de cuatro décadas se han construido diferentes modelos de inteligencia emocional y herramientas para evaluarla, pero realmente son pocos los modelos que han permanecido vigentes.

Hasta este punto, la revisión de la literatura relacionada con el desarrollo sostenible, inteligencia emocional y liderazgo implican una relación directa en el rendimiento y éxito de las organizaciones, sin embargo, el modelo sobre el cual encuentra el sustento de esta investigación es el de Reuven Bar-on que se describe a continuación.

El modelo de Inteligencia Emocional de Reuven Bar-on et al., (2013) postula que las emociones interpersonales ayudan al individuo a construir relaciones sociales significativas, además de facilitar el conocimiento de las emociones, sentimientos y necesidades de otras personas para lograr relaciones colaborativas y adaptables.

Lo anteriormente expuesto, hace interesante el hecho de poder contrastar la teoría con la práctica, específicamente en el caso del negocio turísticos de un destino internacional.

Las habilidades interpersonales del modelo de Reuven Bar-on (2006) extraídas para este artículo se distinguen desde tres aristas: 1) Relaciones interpersonales, que se refiere al hecho de establecer relaciones mutuamente satisfactorias y relacionarse bien con los demás; 2) Empatía, entendida como la capacidad de percibir, inferir y comprender los sentimientos y emociones de los demás, desde el reconocimiento del otro como equivalente a uno mismo; y, finalmente, 3) Responsabilidad social, caracterizada por ser una habilidad para ser cooperativo y contribuir con los miembros de la sociedad, aceptando las responsabilidades sociales.

A partir de los mencionados antecedentes y de las distintas posturas teóricas, se construyen las siguientes reflexiones:

- La atmosfera necesaria en las empresas turísticas requiere construirse de tal forma que se impulse la atención especializada al cliente y al servicio de calidad si se busca que la gestión de los negocios turísticos aporte beneficios de sostenibilidad en el mercado y en la preferencia de sus clientes.
- Desde la sostenibilidad se debe percibir que el entorno facilita la generación de vínculos sociales productivos, a través de la reproducción de emociones interpersonales positivas que favorezcan la integración y cohesión social de los equipos de trabajo.

Metodología

El objetivo del estudio de caso es analizar el vínculo factorial del liderazgo en equipos de trabajo bajo el contexto del modelo de Inteligencia Emocional de Reuven Bar-on, de forma correlacional por medio de encuestas como aporte al desarrollo sostenible en los negocios turísticos.

Las hipótesis de investigación que se generaron a partir de la problemática planteada fueron:

- **Hipótesis 1:** *La variable liderazgo en la gestión de los negocios turísticos es considerada como la de mayor importancia para el logro de un desarrollo sostenible.*
- **Hipótesis 2:** *La combinación de liderazgo y desarrollo sostenible se relacionan por una adecuada gestión de inteligencia emocional.*

Las variables seleccionadas en la investigación fueron tomadas de la propuesta de Madero & De la Garza (2017) y de Madero et al., (2016) a fin de diseñar el instrumento que se utilizó para encuestar y determinar cuáles son los elementos que los trabajadores turísticos consideran como importantes para alcanzar un desarrollo sostenible.

La encuesta se desarrolló con las preguntas ¿Qué elementos considera que son indispensables para tener un desarrollo sostenible? A partir de la explicación los siguientes elementos:

1. Desarrollo: Que la empresa ofrezca un plan de desarrollo, capacitación y adiestramiento.
2. Liderazgo: Que el jefe inmediato sea un líder.
3. Ubicación: La ubicación de la empresa donde se desarrolle el trabajo.
4. Infraestructura: Contar con infraestructura, herramientas y equipos aptos para desarrollar las funciones del puesto.
5. Clima laboral: Contar con un clima laboral positivo.
6. Procedimientos: Que la empresa cuente con reglamentos, manuales y procedimientos establecidos.
7. Certificaciones: Contar con reconocimientos, certificaciones o galardones.
8. Sustentabilidad: Que esté implementando programas de sustentabilidad y manejo adecuado de recursos.

El levantamiento de la información se realizó por medio de una encuesta en línea, utilizando Google Forms. En esta plataforma virtual se implementó el instrumento diseñado, que consistió en un cuestionario con preguntas cerradas mayormente y algunos ítems abiertos, que contemplaron las 8 variables referentes a las expectativas laborales y las del perfil demográfico (año de nacimiento, género, situación laboral, conocimientos informáticos, idiomas) y psicográfico (motivación, habilidades, autopercepción, intereses). Mientras que, el bloque de variables sobre desarrollo sostenible consistió en una escala de medición de Likert del 1 al 5, representando las siguientes opciones:

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Neutro
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo.

Finalmente, en el bloque del perfil se combinaron escalas de medición nominal y ordinal.

Para facilitar el levantamiento de datos, a los sujetos bajo análisis se les hizo llegar la liga que contenía el formulario para que vaciaran sus respuestas, el cual no implicaba más de 10 minutos para su conclusión.

Cabe señalar que el instrumento tiene una consistencia interna válida, pues el coeficiente Alfa de Cronbach resultó en 0.86. Para la evaluación de la confiabilidad del instrumento se aplicó este método por ser el más utilizado para la estimación de

consistencia interna, al permitir señalar la magnitud de la covarianza de los ítems que se consideran en el instrumento, y la medida en la que el constructo (o tema de análisis) está presente en ellos (Ventura-León & Caycho-Rodríguez, 2017).

El análisis factorial de componentes se realizó con la técnica estadística multivariante, a fin de analizar las interrelaciones entre las 8 variables de investigación seleccionadas para explicar el supuesto de contratación laboral. El objetivo que busca el modelo es condensar la información de las distintas variables, con el fin de reducirlos a una cantidad más pequeñas de variables y perder lo menos posible de la información (Hair et al., 1999).

En este análisis factorial tipo R, que es el más común dentro de esta técnica, la serie de variables que fue analizada para la identificación de sus dimensiones latentes se siguió un método de cinco pasos que explican Hair et al., (1999):

Paso 1. Diseño del análisis factorial: se calculó una matriz de correlación y se diseñó el estudio en términos del número de variables, sus propiedades de medición y los tipos; y el tamaño de muestra adecuado. La muestra de trabajadores turísticos que se consideró a conveniencia fueron 100 casos, los cuales están empleados en 46 negocios turísticos de la zona hotelera de Cancún, (Quintana Roo, México). Esto permitió respetar la ratio aceptable de 10 a 1, con relación a las variables finales que se procesaron. El criterio para conservar una variable con significancia estadística fue que su coeficiente de correlación (r) fuera mayor a $|0.5|$. El nivel de significancia (α) utilizado en las pruebas de hipótesis fue de 0.05.

Paso 2. Revisión de los supuestos del análisis factorial: tienen que ver con la distribución de normalidad, homocedasticidad y linealidad.

Paso 3. Estimación de los factores y valoración del ajuste: se utilizó el análisis de componentes principales, que permitiría considerar la varianza total y la estimación de los factores que presentan proporciones bajas de varianza única, principalmente. El interés en este estudio fue la predicción y el obtener una única solución.

Paso 4. Interpretación de los factores: involucro las siguientes fases:

a) El cálculo de la matriz de factores no rotados, lo que permitió conocer de manera preliminar cuántos factores extraer para el modelo. Esta matriz despliega las cargas factoriales de cada variable para cada factor considerado, además con ella es posible visualizar la mejor combinación lineal de variables y así las subsecuentes;

b) Se rotaron los factores con el método ortogonal de aproximación VARIMAX que maximiza la suma de las varianzas de las cargas de la matriz de factores, por tanto lo conveniente es que estas sean cercanas a -1 o $+1$, pues eso indicaría que hay una clara asociación negativa o positiva, respectivamente, entre la variable y el factor;

c) Valoración de la significación de cargas factoriales, asegurando la significación práctica, esto se resumió en que cualquier factor con carga de 0.55 o más (en términos absolutos) sería considerado por demás significativo, pues la cantidad de casos lo permite. Esto permitió expresar la carga, al elevarse al cuadrado y multiplicarse por 100, como el porcentaje de varianza explicada debida al factor;

d) Valoración de la comunalidad, que representa la proporción de varianza con la que contribuye cada variable a la solución final, así pues, si la comunalidad es menor a 0.5 se considera que esa variable está carente de explicación suficiente;

e) Etiquetación de los factores, que está muy relacionada con el conocimiento especializado en la materia por parte del investigador, pues a partir de las asociaciones y cargas obtenidos, se fabricaron intuitivamente.

Resultados

El análisis de los resultados consta de dos partes:

1. Análisis descriptivo de las variables demográficas y psicográficas para la identificación de la composición de la población que incluye a los trabajadores turísticos de la zona turística de Cancún.

2. Análisis descriptivo ponderado que permite identificar las variables de mayor relevancia para contratación de los sujetos de estudio.

Análisis demográfico y psicográfico de los sujetos de estudio

En la Tabla 1 se muestra la información relacionada con los sujetos que contestaron el instrumento con relación al género, situación laboral, nivel de conocimientos informáticos y dominio de idiomas extranjeros (cantidad). Predomina el género femenino, puesto que por lo menos el 80 % de ellos ha tenido experiencia laboral formal. Además, la mayoría domina la paquetería Office y otro software que se utiliza en organizaciones de servicios turísticos, y más de 90 % habla inglés.

Tabla 1. Características demográficas de los sujetos de estudio

Variable y amplitud	N	Porcentaje
1.- Género		
Masculino	37	37 %
Femenino	63	63 %
2.- Situación laboral		
Ha trabajado menos de un año	6	6 %
Ha trabajado de 1 a 3 años	23	23 %
Ha trabajado de 3 a 5 años	60	59 %
Ha trabajado más de 5 años	11	12 %
3.- Conocimientos informáticos		
Maneja solo Office	40	40 %
Domina Office y otro software turístico	60	60 %
4.- Nivel de idiomas		
Solo habla español	0	0 %
Habla español e inglés	92	92 %
Habla más de tres idiomas	8	8 %

Fuente: Elaboración propia

Análisis descriptivo ponderado para contratación

La encuesta permitió recolectar la información para el procesamiento y análisis descriptivo, planteando una relación entre las variables para el logro de un desarrollo sostenible con la finalidad de identificar su influencia de manera parcial o total.

Después de haber obtenidos los datos estadísticos descriptivos sobre la dispersión de las 8 variables de expectativas laborales (ver Tabla 2), se pudo apreciar

que tanto ubicación (V3), procedimientos (V6), certificaciones (V7) son las que mayor variabilidad registraron (con DS > 0.70), con respecto al resto.

Tabla 2. Estadísticos de dispersión de las variables de expectativas laborales

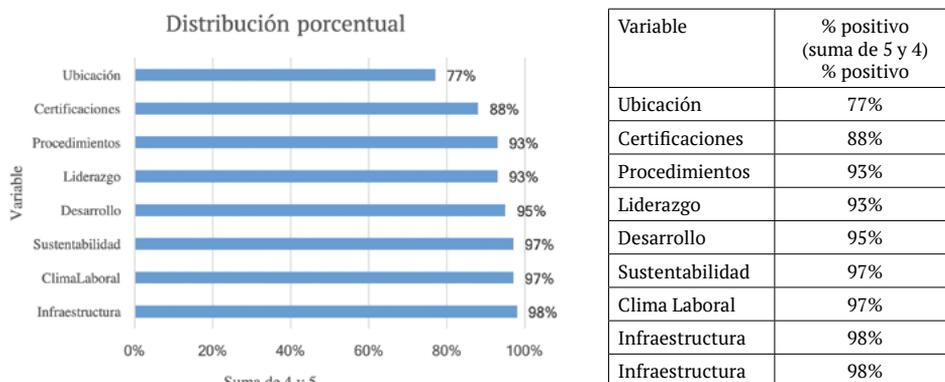
Variable	Media (M)	Err.Est. Media (EEM)	Desv Std (DS)	Coef Variación (CV)
Desarrollo (V1)	4.72	0.06	0.55	11.69 %
Liderazgo (V2)	4.66	0.06	0.61	13.02 %
Ubicación (V3)	4.30	0.08	0.82	19.13 %
Infraestructura (V4)	4.81	0.04	0.44	9.20 %
Clima laboral (V5)	4.81	0.05	0.51	10.53 %
Procedimientos (V6)	4.59	0.07	0.70	15.20 %
Certificaciones (V7)	4.46	0.07	0.70	15.75 %
Sustentabilidad (V8)	4.77	0.05	0.49	10.26 %

Nota: Casos válidos = 100; casos con valor(es) perdido(s) = 0.
Fuente: Elaboración propia

En la Figura 1, se puede visualizar que los sujetos de estudio consideran que los elementos prioritarios vinculados con un desarrollo sostenible en los negocios turísticos son:

1. Contar con infraestructura, herramientas y equipos aptos para desarrollar las funciones -V4- (M = 4.81; DS = 0.44);
2. Contar con un clima laboral positivo -V5- (M = 4.81; DS = 0.51);
3. Implementar programas de sustentabilidad y de manejo adecuado de recursos -V8- (M = 4.77; DS = 0.49);
4. Que la empresa me ofrezca un plan de desarrollo, capacitación y adiestramiento -V1- (M = 4.72; DS = 0.55);
5. Que mi jefe inmediato sea un líder - V2 - (M = 4.66; DS = 0.61);
6. Que la empresa cuente con reglamentos, manuales y procedimientos establecidos - V6 - (M = 4.59; DS = 0.70).

Figura 1. Ponderación de variables de expectativas laborales



Fuente: Elaboración propia

En la lista que se muestra a la izquierda de la Figura 1, se enlista la totalidad de las variables de expectativas laborales de acuerdo con su ponderación (también se suman los puntos 4 y 5, que expresaban el acuerdo con relación al ítem descrito).

Discusión

La literatura realizada sugiere que el éxito del liderazgo es atribuible el noventa por ciento de las ocasiones a la inteligencia emocional, según Lopez-Zafra et al., (2017) pues contribuye a la interacción social efectiva, lo que se confirma en el caso de estudio, al ser este uno de los primeros cinco elementos que los trabajadores consideran necesarios para el logro de un desarrollo sostenible (Berger, 2018). Asimismo, el cuidado de los recursos desde la sensibilidad hacia las normas, los valores y las actitudes sociales son elementos de éxito en los negocios turísticos.

Los hallazgos teóricos indican que existe una fuerte relación entre el liderazgo y el desarrollo sostenible, aproximadamente cinco veces más de lo que el coeficiente intelectual representa (Bar-On, 2006).

Los hallazgos empíricos evidencian el rol del liderazgo dentro de los elementos prioritarios, aunado a: adecuada infraestructura, buen clima laboral y tener proyectos de sostenibilidad. También, se observa evidencia de que estas emociones son fundamentales en la gestión de los negocios turísticos (Koc, 2018), dado que incrementan la eficiencia, los resultados y la sostenibilidad del sector.

El liderazgo en la óptica de la inteligencia emocional demanda empatía, que como acota Koc (2018), resulta muy necesaria para lograr una gestión del turismo adecuada, puesto que propicia que las personas se relacionen con su medio ambiente y adopten conductas en beneficio del desarrollo sostenible, por lo que se convierte en una habilidad muy relevante para las relaciones sociales positivas en la gestión de los negocios turísticos, al generar altos niveles de calidad en el servicio por el liderazgo que se delinea al interior.

Lo anterior, sumado al comportamiento prosocial, se convierte en un elemento notable en los trabajadores involucrados en el servicio a fin de lograr mejores resultados con clientes externos e internos (Koc & Boz, 2020), dado que facilita el

proveer una mayor satisfacción, consciente y comprometida.

Hasta este punto, podemos confirmar que el liderazgo aumenta las probabilidades de participar en un comportamiento prosocial y de crear un lugar de trabajo más cohesivo (Caruso & Rees, 2019). También, favorece la actuación del sujeto a partir de valores preferentemente altruistas y con características de pensamiento a largo plazo, que encauzan acciones hacia el desarrollo sostenible (Pureza & Lee, 2020).

Entre las cualidades relevantes que se perciben de un líder exitoso, se encuentra el deseo de responsabilizarse por el bienestar de su comunidad, logrando una aportación satisfactoria y dejándole un legado positivo (Barbuto et al., 2014).

Las relaciones interpersonales fomentan la construcción de organizaciones sostenibles y contribuyen a la fortaleza del liderazgo (Di Fabio & Saklofske, 2019). Las emociones interpersonales sostienen un efecto positivo y significativo en el liderazgo; cuando las emociones interpersonales mejoran, aumenta también la efectividad del liderazgo. La comunión efectiva entre ambos sujetos representa un impacto positivo en los equipos de trabajo (Suwandana, 2019).

La literatura refleja que, aproximadamente, el 60 % del éxito empresarial, desde una muy amplia variedad de sectores se puede atribuir a la inteligencia emocional, así como el 90 % del rendimiento sobresaliente en los individuos se les atribuye a elevados niveles de emociones interpersonales (Koc & Boz, 2020). Desde estos argumentos, se puede postular que el personal involucrado en el servicio, si cuenta con la capacidad para comprender y moderar sus emociones interpersonales, logra responder más efectivamente a las necesidades de la gestión de negocios turísticos en beneficio del desarrollo sostenible.

Conclusiones

El trabajo fue enfocado en determinar el vínculo del liderazgo en equipos de trabajo como aporte al desarrollo sostenible respecto al modelo de Bar-on en negocios turísticos. Se puede confirmar que las emociones interpersonales surgen durante las interacciones sociales y funcionan como un nodo invisible que define esos vínculos, por lo que son factores importantes para el liderazgo.

El análisis realizado permitió rechazar la hipótesis 1, ya que la variable liderazgo no representa la más importantes en la gestión de negocios turísticos como elemento para un desarrollo sostenible. Sin embargo, sí se encuentra entre las primeras cinco, por lo que se pudo identificar como parte fundamental en un ejercicio multicausal de los vínculos relacionados con el desarrollo sostenible.

En relación a la hipótesis 2, los resultados obtenidos no rechazan la hipótesis, pues se puede evidenciar la relación positiva entre el liderazgo y el desarrollo sostenible en una integralidad en el marco de la inteligencia emocional en la gestión de los negocios turísticos evaluados.

Es interesante comprender que la conceptualización de los elementos de las emociones interpersonales favorece el ejercicio del liderazgo, buscando tamizar su comprensión desde un punto sintetizado.

Cabe destacar que, esta propuesta constituye una primera aproximación, pero es posible prefigurar la trascendencia de reflexionar sobre ella con base en sus supuestos, generar nuevas líneas de investigación para que los argumentos de sostenibilidad logren viabilidad y determinar beneficios, considerando toda la diversidad para estructurar sociedades dentro de márgenes sostenibles.

Al plantear la articulación de las emociones interpersonales como habilidades

sostenibles, como lo expone Haney et al., (2018), permitió no rechazar la hipótesis 2, pues la distribución porcentual de los encuestados obedecen a la priorización de variables adecuados a la gestión y entendimiento de la inteligencia emocional, la cual funciona como hilo conductor entre el liderazgo y el desarrollo sostenible, debido a que el sector turístico encuentra a través de ella un beneficio social, ambiental y económico, favoreciendo la construcción de una sociedad emocionalmente estable.

En conclusión, este trabajo devela la importancia del cómo y del porqué las emociones interpersonales mejoran el rendimiento del liderazgo y desde impactos matizados, favoreciendo, mejorando y potencializando la gestión de los negocios turísticos, al aportar importantes beneficios al desarrollo sostenible.

Declaración de conflicto de interés

Los autores del presente manuscrito manifiestan que no existen conflictos de interés con ninguna entidad o institución, ni de carácter personal en esta publicación.

Referencias

- Alston, B., Dastoor, B., & Chin-Loy, C. (2016). Emotional Intelligence and Transformational Leadership to Foster Sustainability. *International Journal of Business and Social Science*, 7(5), 9-20.
- Aritzeta, A., Balluerka, N., Gorostiaga, A., Alonso-Arbiol, I., Haranburu, M., & Gartzia, L. (2016). Classroom emotional intelligence and its relationship with school performance. *European Journal of Education and Psychology*, 9(1), 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.ejeps.2015.11.001>
- Ashkanasy, N., & Humphrey, R. (2011). Current emotion research in organizational behavior. *Emotion Review*, 3(2), 214-224. <https://doi.org/10.1177/1754073910391684>
- Ashkanasy, N., & Humphrey, R. (2014). Leadership and Emotion: A Multilevel perspective. In D. V. Day (Ed.), *The Oxford Handbook of Leadership and Organizations*, (pp. 783-804). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199755615.013.038>
- Barbuto, J. E., Gottfredson, R. K., & Searle, T. P. (2014). An Examination of Emotional Intelligence as an Antecedent of Servant Leadership. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 21(3), 315-323. <https://doi.org/10.1177/1548051814531826>
- Bar-On, R. (1997). *The Emotional Quotient Inventory (EQ-i): Technical manual*. Toronto, Canada: Multi-Health Systems.
- Bar-On, R. (2006). The Bar-On model of emotional-social intelligence (ESI) 1. *Psicothema* 18(suplemento), 13-25. <https://reunido.uniovi.es/index.php/PST/article/view/8415>

- Bar-On, R., Tranel, D., Denburg, N. L., & Bechara, A. (2003). Exploring the neurological substrate of emotional and social intelligence. *Brain*, 126(8), 1790-1800. <https://doi.org/10.1093/brain/awg177>
- Berger, P. L. (2018). *The limits of social cohesion: Conflict and mediation in pluralist societies*. Routledge.
- Boyatzis, R., Smith, M., Van, E., & Woolford, L. (2013). Developing resonant leaders through emotional intelligence, vision and coaching. *Organizational Dynamics*, 42(1), 17-24. <http://dx.doi.org/10.1016/j.orgdyn.2012.12.003>
- Caruso, D. R. & Rees, L. (2019). Developing Leaders of Character with Emotional Intelligence. *The Journal of Character & Leadership Development*, 6(1), 43-51. <https://jcli.scholasticahq.com/article/7522.pdf>
- Cooper, R. K., & Sawaf, A. (1997). *Executive EQ: Emotional intelligence in leadership and organizations* (1st ed.). Penguin Putnam Inc.
- del Río, M., Rodríguez, C., & Revilla, M. (2019). Relevance of social, economic, and environmental impacts on residents' satisfaction with the public administration of tourism. *Sustainability*, 11(22), 1-15. <https://doi.org/10.3390/su11226380>
- Di Fabio, A. (2017). Positive healthy organizations: Promoting well-being, meaningfulness, and sustainability in organizations. *Frontiers in Psychology*, 8, 1-6. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01938>
- Di Fabio, A., & Saklofske, D. (2019). Positive relational management for sustainable development: Beyond personality traits-the contribution of emotional intelligence. *Sustainability*, 11(2), 1-9. <https://doi.org/10.3390/su11020330>
- Diez, S., & Sánchez, C. (2017). Influencia de la personalidad y la inteligencia emocional en los estilos de Liderazgo. *Revista Empresarial*, 11(43), 22-28. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6185663.pdf>
- Dippenaar, M., & Schaap, P. (2017). The impact of coaching on the emotional and social intelligence competencies of leaders. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 20(1), 1-16. <https://doi.org/10.4102/sajems.v20i1.1460>
- Edú, S., Moriano, J., & Molero, F. (2014). Authentic leadership and intrapreneurial behavior: cross-level analysis of the mediator effect of organizational identification and empowerment. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(1), 131-152. <https://doi.org/10.1007/s11365-014-0333-4>
- Fernández-Berrocal, P., & Extremera, N. (2006). Emotional intelligence: A theoretical and empirical review of its first 15 years of history. *Psicothema*, 18(Suplemento), 7-12. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72709502>

- Francis, R., & Nair, V. (2020). Tourism and the sustainable development goals in the Abaco cays: pre-hurricane Dorian in the Bahamas. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(3), 321–336. <https://doi.org/10.1108/WHATT-02-2020-0007>
- Gambetta, M. (2015). Estrategias de capacitación desarrolladas en un entorno corporativo estatal en Uruguay. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 6(2), 71–88. <https://doi.org/10.18861/cied.2015.6.2.37>
- García-Fernández, M., & Giménez-Mas, S. (2010). La inteligencia emocional y sus principales modelos: Propuesta de un modelo integrador. *Espiral Cuadernos Del Profesorado*, 3(6), 43-52. <http://dx.doi.org/10.25115/ecp.v3i6.909>
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory Social Responsibility Corporate Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1–2), 51–71. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000039399.90587.34>
- Ghoochani, O., Ghanian, M., Khosravipour, B., & Crotts, J. (June de 2019). Sustainable tourism development performance in the wetland areas: a proposed composite index. *Tourism Review*, 75(5), 745-764. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2019-0061>
- Goffi, G., Masiero, L., & Pencarelli, T. (2018). Rethinking sustainability in the tour-operating industry: Worldwide survey of current attitudes and behaviors. *Journal of Cleaner Production*, 183, 172-182. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.029>
- Gómez, F., Lacasta, J., Matínez-Tur, V., & Rodríguez, C. (2018). Avances en el Liderazgo: marco de competencias de los líderes profesionales. *Siglo Cero*, 49(4), 7-34. <https://doi.org/10.14201/scero2018494734>
- González-Damian, A. (2018). *Construcción social de la experiencia turística*. Bubok Publishing S.L.
- González-Robles, A., Peñalver, J., & Bresó, E. (2011). La evaluación de la inteligencia emocional: ¿autoinformes o pruebas de habilidad? *Fórum de Recerca*, 16, 699-712. <http://hdl.handle.net/10234/77307>
- Gutierrez, D., Mullen, P. R., & Fox, J. (2017). Exploring Emotional Intelligence Among Master's-Level Counseling Trainees. *Counselor Education and Supervision*, 56(1), 19–32. <https://doi.org/10.1002/ceas.12057>
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (1999). *Análisis multivariante* (5ª ed.). Prentice Hall Iberia.
- Haney, A., Pope, J., & Arden, Z. (2018). Making It Personal: Developing Sustainability Leaders in Business. *Organization & Environment*, 33(2), 155-174. <https://doi.org/10.1177/1086026618806201>

- Hollander, E. (1980). Leadership and Social Exchange Processes. In Gergen K.J., Greenberg M.S., Willis R.H. (eds) *Social Exchange* (pp. 103–118). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4613-3087-5_5
- Hoon, L., & Chelladurai, P. (2017). Emotional intelligence, emotional labor, coach burnout, job satisfaction, and turnover intention in sport leadership. *European Sport Management Quarterly*, 18(4), 393-412. <https://doi.org/10.1080/16184742.2017.1406971>
- Jain, P., & Duggal, T. (2016). The influence of transformational leadership and emotional intelligence on the organizational commitment. *Journal of Commerce & Management Thought*, 7(3), 586–598. <https://doi.org/10.5958/0976-478X.2016.00033.1>
- Kieffer, M., & Burgos, A. (2015). Construcción de una visión local y colectiva para emprender iniciativas de Turismo Rural Comunitario. In UNAM Instituto de Geografía / UAEM Unidad Texcoco. *De la dimensión teórica al abordaje empírico del turismo en México. Perspectivas multidisciplinares*, (pp. 295-310) UNAM Instituto de Geografía/UAEM Unidad Texcoco. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01123929>
- Koc, E. (ed.) (2018). *Emotional Intelligence in Tourism and Hospitality*. CABI.
- Koc, E., & Boz, H. (2020). Development of hospitality and tourism employees' emotional intelligence through developing their emotion recognition abilities. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 29(2), 121–138. <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1608885>
- Lopez-Zafra, E., Pulido-Martos, M., Berrios-Martos, P., & Augusto-Landa, J. M. (2017). Does transformational leadership predict group emotional intelligence in work settings? *International Journal of Social Psychology*, 32(3), 513–538. <https://doi.org/10.1080/02134748.2017.1352170>
- Madero, S., & De la Garza, J. (2017). Validación del modelo de las prácticas de atracción y retención laboral desde la perspectiva del trabajador joven. *Gestión de la innovación para el desarrollo sostenible de los negocios*, 3er. Congreso Internacional de Investigación en Escuelas y Facultades de Negocios. (Trabajo no publicado).
- Madero, S., Díaz, P., & Núñez, F. (2016, 20 de mayo). Análisis exploratorio de las prácticas de atracción y retención en ambientes de trabajo desde la perspectiva de la Generación y Gestión social: organizaciones humanas para una sociedad incluyente [manuscrito no publicado]. XX Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas AC (ACACIA), Yucatán, México.
- Martin-Raugh, M. P., Kell, H. J., & Motowidlo, S. J. (2016). Prosocial knowledge mediates effects of agreeableness and emotional intelligence on prosocial behavior. *Personality and Individual Differences*, 90, 41-49. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.10.024>

- Mayer, J., Caruso, D., & Salovey, P. (2016). The Ability Model of Emotional Intelligence: Principles and Updates. *Emotion Review*, 8(4), 290-300. <https://doi.org/10.1177/1754073916639667>
- Mayer, J. D., & Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence? In P. Salovey, & D. Sluyter (Eds.). *Emotional development and emotional intelligence: Educational implications* (pp. 3–31). New York, CA: Basic Books.
- Mayer, J., Salovey, P., & Caruso, D. (2000). Mayer–Salovey–Caruso Emotional Intelligence Test (MSCEIT) user’s manual. *In Test* (p. 46). MHS.
- Salovey, P., Mayer, J. D., Goldman, S. L., Turvey, C; & Palfai, T. P. (1995). Emotional attention, clarity, and repair: exploring emotional intelligence using the Trait Meta-Mood Scale. En J. W. Pennebaker (Ed.), *Emotion, Disclosure, & Health* (pp. 125- 154). Washington: American Psychological Association.
- Meschede, C., & Henkel, M. (2019). Library and information science and sustainable development: a structured literature review. *Journal of Documentation*, 75(6), 1356-1369. <https://doi.org/10.1108/JD-02-2019-0021>
- Navaneedhan, C., & Kamalanabhan, T. (2020). Is Emotional Intelligence an essential element in global learning environment to become socially responsible innovators? *Technium Social Sciences Journal*, 5, 12-25.
- Panait, C. (2018). Emotional Intelligence Influence in Leadership. *Scientific Research and Education in the Air Force*, 20, 493-498. <https://doi.org/10.19062/2247-3173.2018.20.67>
- Pereira, M., & Ferreira, T. (2019). A Relevância da Gestão da Comunicação e Liderança na Eficiência de Empresas Turísticas. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, 7(13), 5–29. <http://hdl.handle.net/11328/2976>
- Ploum, L., Blok, V., Lans, T., & Omta, O. (2018). Toward a Validated Competence Framework for Sustainable Entrepreneurship. *Organization & Environment*, 31(2), 113-132. <https://doi.org/10.1177/1086026617697039>
- Pureza, A., & Lee, K.-H. (2020). Corporate social responsibility leadership for sustainable development: An institutional logics perspective in Brazil. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(3), 1410–1424. <https://doi.org/10.1002/csr.1894>
- Rahman, S., Ferdausy, S., Al-Amin, & Akter, R. (2020). How does Emotional Intelligence Relate to Transformational Leadership, Creativity, and Job Performance? *Society & Sustainability*, 2(1), 1–15. https://doi.org/10.38157/society_sustainability.v2i1.64
- Reina, W., Sepulveda, C., & Gonzalez, G. (2018). Análisis semiparamétrico de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos. *Revista Facultad*

de *Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 26(1), 163–180. <https://doi.org/10.18359/rfce.3144>

- Rodríguez, M., & Rodríguez, S. (2017). Expresiones faciales y contexto. Reglas sociales que condicionan la espontaneidad de la expresión facial de las emociones. *Revista Mexicana de Investigación en Psicología*, 9(1), 55–72. <http://revistamexicanadeinvestigacionenpsicologia.com/ojs/index.php/RMIP/article/viewFile/228/141>
- Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional Intelligence and Its Relationship to Other Intelligences. *Imagination, Cognition and Personality*, 9(3), 185–211. <https://doi.org/10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG>
- Suwandana, G. (2019). Role of transformational leadership mediation: effect of emotional and communication intelligence towards teamwork effectiveness. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 6(2), 52–62. <https://doi.org/10.21744/irjm.v6n2.608>
- Tsaur, S.-H., & Ku, P.-S. (2019). The Effect of Tour Leaders' Emotional Intelligence on Tourists' Consequences. *Journal of Travel Research*, 58(1), 63-76. <https://doi.org/10.1177/0047287517738381>
- Ventura-León, J. L. & Caycho-Rodríguez, T. (2017). El coeficiente Omega: un método alternativo para la estimación de la confiabilidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 15(1), 625-627. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=773/77349627039>
- Vidyarthi, P. R., Anand, S., & Liden, R. C. (2014). Do emotionally perceptive leaders motivate higher employee performance? The moderating role of task interdependence and power distance. *The Leadership Quarterly*, 25(2), 232–244. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2013.08.003>
- Yukl, G. (2013). Leadership in organizations. *Journal of Experimental Psychology General* (8th ed., Vol. 136, Issue 1). Pearson Education, Inc.
- Zoraida, J. (2020). Competencias para el desarrollo sostenible ante la crisis planetaria. Una redimensión del proceso formativo en la educación universitaria. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes 2.0*, 8(1), 53-59. <https://ojs.docentes20.com/index.php/revista-docentes20/article/view/104>