

## LA GESTIÓN DE LAS EMOCIONES EN EL EMPRENDIMIENTO

Edgar Alfonso Sansores Guerrero<sup>1</sup>, Juana Edith Navarrete Marneou<sup>2</sup>,  
Robert Beltrán López<sup>3</sup>

### ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Recibido: 10/04/2023 Aceptado: 20/06/2023 Publicado: 30/06/2023

**Resumen.-** La presente investigación tiene como objetivo determinar, desde la perspectiva administrativa, la relación entre la Inteligencia Emocional y el espíritu emprendedor en los municipios de Othón P. Blanco y Felipe Carrillo Puerto del Estado de Quintana Roo, México. De acuerdo a los estudios realizados sobre el tema, los principales autores citados son Goleman (1995), Mayer y Salovey (1995), Caruso y Salovey (2004), Goleman y Boyatzis (2017), Yildirim, Trout y Hartzell (2019), y Bradberry y Greaves, (2009). La metodología utilizada es de tipo causal. Por ello, se utiliza como herramienta de análisis la regresión múltiple, la cual permite determinar dicha relación. Para la recolección de información, se aplicó un cuestionario estructurado a 223 propietarias de empresas, quienes fueron las informantes clave. Los resultados obtenidos muestran que existe una relación directa entre la decisión de emprender y la IEM de las mujeres, en sus cuatro dimensiones (autoevaluación, valoración de los demás, regulación y autogestión). Por tanto, se concluye que la IEM de las empresarias representa un adecuado indicador para explicar la decisión de emprender iniciativas de negocios.

**Palabras Clave:** Emprendimiento, gestión, emociones, decisiones.

## THE MANAGEMENT OF EMOTIONS IN ENTREPRENEURSHIP

**Abstract.-** The objective of this research is to determine, from an administrative perspective, the relationship between Emotional Intelligence and the entrepreneurial spirit in Othón P. Blanco and Felipe Carrillo Puerto in the State of Quintana Roo, Mexico. According to the specialized literature on the subject, the main authors cited are Goleman (1995), Mayer and Salovey (1995), Caruso and Salovey (2004), Goleman and Boyatzis (2017), Yildirim, Trout and Hartzell (2019), and Bradberry and Greaves (2009). The methodology used is causal. For this reason, multiple regression is used as an analysis tool, which allows us to determine this relationship. To collect information, a structured questionnaire was applied to 223 business owners, who were the key informants. The results obtained show that there is a direct relationship between the decision to undertake and the IEM of women, in its four dimensions (self-assessment, assessment of others, regulation and self-management). Therefore, it is concluded that the IEM of businesswomen represents an adequate indicator to explain the decision to undertake business initiatives.

**Keywords:** Entrepreneurship, management, emotions, decision making.

### Introducción

Desde la primera década del siglo XXI surgió un interés, tanto gerencial como académico, por el estudio de las capacidades y habilidades de los seres humanos para comprender y gestionar sus emociones. Si bien, estas son cruciales en el proceso de adaptación y sobrevivencia de los individuos; su trascendencia en la vida cotidiana va más allá de una función natural, ya que las emociones son las reacciones a las circunstancias del entorno y se encuentran integradas por los pensamientos, sentimientos y acciones. Por tanto, estas pueden incidir en el desarrollo profesional de los individuos y condicionar su desempeño.

En ese sentido, la incertidumbre, volatilidad e inestabilidad del entorno empresarial, provocada por la contingencia sanitaria originada en 2019, demanda que los procesos cognitivos de los individuos se orienten al control de las emociones para desarrollar en forma eficiente cualquier actividad profesional, como el emprendimiento. Así, las circunstancias medioambientales han potencializado a la Inteligencia Emocional (IEM) como un atributo indispensable

---

<sup>1</sup>Profesor Investigador de la Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo. <https://orcid.org/0000-0002-4952-2737> edsan@uqroo.edu.mx (Autor correspondiente).

<sup>2</sup>Profesora Investigadora de la Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo. <https://orcid.org/0000-0002-0168-6599> emarneou@uqroo.edu.mx

<sup>3</sup>Profesor Tiempo Completo. Tecnológico Nacional de México campus IT de Chetumal. <https://orcid.org/0000-0001-5667-8732> robert.bl@chetumal.tecnm.mx

para que los emprendedores, ante la incertidumbre, identifiquen oportunidades de negocio, asuman riesgos, agreguen valor a sus iniciativas y/o mejoren el desempeño económico de sus negocios.

Adicionalmente, el desarrollo de las habilidades de la IEM permite a los individuos afrontar los desafíos que limitan su crecimiento y/o condicionan su sobrevivencia (Oriarewo, *et al.*, 2019; Miao, *et al.*, 2018; Madar, *et al.*, 2019; Ingram, *et al.*, 2019). Por lo cual, el autocontrol, la alta autoestima, el compromiso, la integridad, el asertividad, la adaptabilidad ante los cambios y la empatía se han convertido en algunas de las principales competencias que deben tener aquellas personas que decidan emprender un negocio y trascender.

Si bien, no existe un consenso universal sobre el impacto de la IEM y el emprendimiento, debido al impacto económico que ha traído la pandemia por COVID-19, las afectaciones en los sistemas de salud pública y la necesidad de la resiliencia individual han puesto sobre la agenda el estudio de la IEM como factor determinante en el desempeño de los emprendedores.

Ante ello, para la formulación de programas de emprendimiento pertinentes a las condiciones actuales del entorno resulta necesario analizar, desde la perspectiva gerencial (Management), el vínculo entre la gestión de las emociones y la construcción de las relaciones enfocadas al desarrollo de nuevos negocios.

Por lo anterior expuesto, el presente trabajo de investigación tiene por objetivo determinar la relación entre el emprendimiento femenino y la Inteligencia Emocional en los municipios de Othón P. Blanco y Felipe Carrillo Puerto del Estado de Quintana Roo, México.

Asimismo, este documento pretende contribuir a la generación de nuevo conocimiento, bajo el contexto mexicano, entorno a la IEM y el emprendimiento. En ese sentido, cabe señalar que actualmente el conocimiento de dicho fenómeno en la realidad mexicana resulta escaso.

#### Marco teórico

Para abordar el estudio de la relación entre la Inteligencia Emocional (IEM) y el emprendimiento de negocios resulta relevante, dada la ontogénesis de los seres humanos, reflexionar entorno a las características y elemento de la IEM (Piaget, 1979; Ronquillo, 1985; Caruso y Salovey, 2004; Goleman y Boyatzis, 2017).

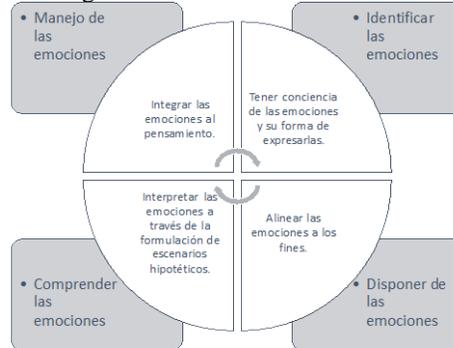
En ese sentido, tradicionalmente, la IEM ha sido definida como el conjunto de habilidades sociales que poseen los individuos para monitorear, controlar y diferenciar sus sentimientos en relación a sus emociones y a los sentimientos de los demás; con el propósito de regular el pensamiento y la acción, es decir, la capacidad innata de los individuos para interpretar y comprender las emociones propias y ajenas (Goleman, 1995; Mayer y Salovey, 1995; Payne, 1986; Caruso y Salovey, 2004; Goleman y Boyatzis, 2017).

Por consiguiente, la IEM permite regular las emociones y afrontar eficazmente ciertas situaciones ya que no todas las personas manejan sus emociones con éxito (Goleman, 1995; Basha, 2019). En otras palabras, la IEM considera cualidades como optimismo, control y carácter moral (Goleman, 2015).

Por tanto, se encuentra vinculada a la capacidad para comprenderse a sí mismo y a los demás, comunicarse con otras personas y adaptarse uno mismo con su entorno. De manera que la información percibida se procesa cognitivamente mediante las emociones (Oriarewo *et al.*, 2019).

Así, la IEM combina la lógica con los sentimientos, las emociones con la inteligencia y la intuición con el razonamiento (Kanesan y Fauzan, 2019; Shaffer, 2020; Goleman, 1995; Mayer y Salovey, 1995; Payne, 1986; Caruso y Salovey, 2004; Goleman y Boyatzis, 2017); entrelazándose a través de cuatro habilidades que inciden en la interacción social y el vínculo afectivo entre los individuos (Figura 1).

**Figura 1. Habilidades de la IEM.**



*Nota.* Adaptado de Goleman (1995).

Estas cuatro habilidades se encuentran integradas en dos competencias básicas: la personal (identificar y disponer de las emociones) y la social (comprender y manejar las emociones). La habilidad para estar consciente de las emociones y manejar el comportamiento representa la principal competencia personal (Bradberry y Greaves, 2009).

Por su parte, la competencia social se compone de la conciencia social y habilidades de gestión de relaciones, es decir, la capacidad de individuo para comprender los estados de ánimo, comportamiento y motivos para mejorar la calidad de las relaciones (Tabla 1).

**Tabla 1. Competencias de la IEM.**

Enfoque	Competencia Personal (Autoconciencia)	Competencia Social (Conciencia Social)
Identificación	Emocional Autoevaluación Precisa Autoconfianza	Empatía Orientación al Servicio Conciencia Organizacional
Precepto	Autogestión Confianza Conciencia	Comunicación Asertiva Gestión de Conflictos Trabajo en Equipo

*Nota.* Adaptado de Goleman (2001).

Para Mayer, Caruso y Salovey (2016) las emociones transmiten información que muestra la forma en cómo se percibe el mundo. Además, los sentimientos inciden en la forma de pensar, interactuar y actuar de los individuos para resolver los problemas que enfrenta. Estos subyacen en el subconsciente de las personas y se exteriorizan mediante las experiencias vividas. Por tanto, el manejo de las emociones permite a los seres humanos estar motivados, transmitir calma a pesar de los obstáculos y tolerar la frustración ante resultados no esperados (Kanesan y Fauzan, 2019; Shaffer, 2020).

Así, la IEM asume que la inteligencia no es producto de las capacidades innatas, sino, que, por el contrario, durante la existencia de los seres humanos el cerebro aprende de cada situación vivida y transforma las emociones en sentimientos (Goleman, 1995; Goleman y Boyatzis, 2017; Oriarewo, et al., 2019). Partiendo de lo anterior, la Figura 2 muestra las cuatro dimensiones, propuestas por Wong y Law (2002), para explicar la IEM.

**Figura 2. Dimensiones de la IEM.**



*Nota.* Adaptado de Wong y Law (2002).

La primera dimensión analiza los procesos cognitivos y la capacidad del individuo para evaluar sus emociones más profundas y expresarlas de forma natural. La segunda, se orienta en la competencia de los seres humanos para interpretar las emociones de quienes lo rodean.

En la tercera, se examina el control de las emociones que los individuos llevan a cabo para su recuperación de la angustia psicológica. La última, se centra en las capacidades personales para alinear sus emociones a sus objetivos (Hodzic *et al*, 2018; Hassan y Omar, 2016; Wong y Law, 2002).

Si bien, las habilidades de la IEM son requeridas para tener un adecuado desempeño profesional o en cualquier otro aspecto de la vida; en los individuos que deciden emprender un negocio resulta indispensable potencializar y desarrollar dichas habilidades dada su necesidad de gestionar sus interacciones sociales con otros agentes económicos (clientes, inversionistas, funcionarios públicos, proveedores, entre otros).

Algunos estudios (Hamidianpour *et al*, 2015; Awad y Ali, 2012; Suliman y AlShaikh, 2007; Oriarewo *et al*, 2019; Miao *et al*, 2018; Madar *et al*, 2019; Ingram *et al*, 2019; Goleman, 1995; Mayer y Salovey, 1995; Payne, 1986; Caruso y Salovey, 2004; Goleman y Boyatzis, 2017) han demostrado que la IEM tiene una relación directa y positiva con el desarrollo del espíritu emprendedor, ya que forma parte de sus características y habilidades personales.

Desde la Economía y el Management, el emprendedurismo ha sido concebido como un proceso de creación de valor económico basado en la identificación de una oportunidad de negocio y la propensión para asumir riesgos, es decir, se destaca la capacidad del individuo para aprovechar la demanda insatisfecha a través de una combinación innovadora de recursos en un contexto determinado (Schumpeter, 1997; Landström, 2005; Knight, 2017; Drucker, 2014).

Figura 3. Proceso para Agregar Valor.



Nota. Adaptado de Drucker (2014).

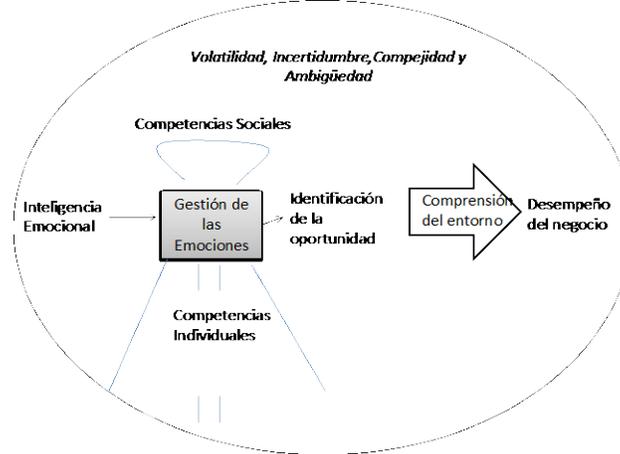
En consecuencia, la IEM representa una capacidad clave para el desarrollo del espíritu emprendedor, ya que le permite al empresario comunicarse en forma asertiva con sus empleados para transmitir su visión y potencializar sus habilidades de innovación. Además de reconocer la demanda potencial en determinado mercado mediante la interpretación del comportamiento de los demás.

Por tanto, el desempeño de los emprendedores en la gestión y desarrollo de sus iniciativas se encuentran vinculadas con sus capacidades cognitivas y sociales (Miao *et al*, 2018; Madar, *et al*, 2019; Ingram *et al*, 2019). De manera que su convicción personal de generar valor agregado e innovar económicamente mediante la combinación óptima de recursos, se encuentran estrechamente relacionados con sus actitudes, aptitudes, competencias, aprendizaje y la construcción de redes sociales.

Por consiguiente, la IEM permite al emprendedor regular sus emociones para afrontar pacientemente un entorno incierto, racionalizar su toma de decisiones, interpretar los sentimientos de las personas con las que interactúa, fortalecer sus procesos cognitivos para comprender las oportunidades que ofrece el mercado, aprovechar las capacidades de sus empleados y crear redes sociales de cooperación con otros agentes económicos (Hamidianpour *et al*, 2015; Awad y Ali, 2012; Suliman y AlShaikh, 2007; Oriarewo *et al*, 2019; Miao *et al*, 2018; Madar *et al*, 2019; Ingram, *et al*, 2019).

Considerando lo anterior expuesto, en la presente investigación se utiliza como marco analítico el modelo propuesto por Goleman (1995), Caruso y Salovey (2004) y Wong y Law (2002), justificándose en las capacidades cognitivas y sociales de los emprendedores. Diversos estudios (Oriarewo *et al*, 2019; Miao, *et al*, 2018; Madar, *et al*, 2019), han usado este enfoque, en virtud de sus atributos como su consistencia interna y validez (Figura 4).

Figura 4. Marco Analítico.



Nota. Elaboración propia con base a Goleman (1995), Caruso y Salovey (2004) y Wong y Law (2002).

#### Materiales y métodos

Para analizar la relación entre el desempeño económico de la empresa y la Inteligencia Emocional de sus propietarias se aplicó un cuestionario a una muestra de 223 emprendedoras establecidas en los municipios de Othón P. Blanco y Felipe Carrillo Puerto en el estado de Quintana Roo (Tabla 2).

Tabla 2. Muestra.

Municipio	Número de personas
Felipe Carrillo Puerto	44
Othón P. Blanco	179

Nota. Elaboración propia con los resultados obtenidos.

El cuestionario se encuentra integrado de 70 reactivos agrupados en tres secciones. En la primera, se hace referencia a la información personal de cada emprendedora (edad, escolaridad, estado civil, número de hijos, entre otros). En la segunda, se recopilan las intenciones, motivaciones, intereses y actitudes de estas, para la búsqueda de iniciativas encaminadas al logro personal.

La última hace referencia a los componentes de la inteligencia emocional (reconocimiento, interpretación y usos de las emociones propias y ajenas). Por tanto, para identificar dicha relación se considera como variable dependiente: la decisión de emprender un negocio medido a través de una escala de linkert de siete valores (Hulthén *et al*, 2016; Rathnayaka, 2019, Yıldırım, Trout y Hartzell, 2019). Como variables independientes: sensibilidad, autocontrol, empatía, habilidades sociales y conciencia de sí mismo (Tabla 3).

Tabla 3. Variables Independientes.

Variable	Dimensión	Escala	Items
Conciencia (Autoevaluación)	Capacidad para comprender los sentimientos propios y ajenos.	Linkert 5 puntos	8 reactivos.

Autocontrol (Regulación)	Capacidad para manejar las emociones evitando Juicios de valor y precogniciones para la toma de decisiones.	Linkert 5 puntos	8 reactivos.
Sensibilidad (Autogestión)	Perspectivas de vida, motivaciones y razones intrínsecas para el emprendimiento.	Linkert 5 puntos	8 reactivos.
Empatía (Valoración de los demás).	Capacidad para comprender el comportamiento de los demás.	Linkert 5 puntos	8 reactivos.
Habilidades sociales (Autogestión)	Capacidad para comprender el comportamiento de los demás.	Linkert 5 puntos	8 reactivos.

*Nota.* Elaboración propia con base a Goleman (2001) y Wong y Law (2002).

Asimismo, para la estimación de la confiabilidad por consistencia interna se realiza la prueba de Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ). Esta está relacionada con la varianza de los factores subyacentes al conjunto de partes de la prueba, siendo tal que la varianza del factor general es menor o igual al  $\alpha$ , y este es menor o igual a la varianza de los factores comunes del conjunto (Cervantes, 2005).

El Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ) estimado fue de 0.7956, lo cual se considera un valor aceptable, es decir, se encuentra dentro de los parámetros esperados por este índice. De acuerdo con Hair, Anderson, Tatham y Black (1999), los ítems son consistentes entre sí y por tanto representativos del universo posible de ítems que podrían medir ese constructo.

Primero se realiza un análisis de frecuencias para identificar cada una de las dimensiones de la IEM. Después se estima un índice complejo sin ponderar (media aritmética simple) para cada una de las cinco variables independientes. Por último, se examina la relación entre las variables independientes y dependiente a través de una regresión múltiple. Este modelo se sustenta en la propuesta realizada por Basha (2019) y Ngah et al. (2016) y se representa matemáticamente como:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon_i$$

Donde:

Y= Intención de emprender.

$X_1$  = Conciencia de si mismo.

$X_2$  = Autocontrol.

$X_3$  = Sensibilidad.

$X_4$  = Empatía.

$X_5$  = Habilidades sociales.

$\varepsilon_i$  = Representa un componente aleatorio (los residuos) que recoge todo lo que las variables independientes no son capaces de explicar.

Cabe mencionar que este modelo cumple con los supuestos de linealidad, independencia, normalidad, homocedasticidad y no-colinealidad.

### Resultados

Por lo que respecta al reconocimiento de sus emociones, el 91% de las encuestadas afirmó que frecuentemente las identifica, tienen pleno conocimiento de sus estados de ánimo, consideran que comprenden sus sentimientos y lograr percibir e interpretar las emociones de los demás, así como su impacto en sus emociones. El resto de las emprendedoras señaló que, generalmente, desconocen la influencia de los sentimientos de los demás en las emociones propias.

En lo referente a la valoración de los demás, el 72% declaró que conoce sus sentimientos hacia los demás y que percibe las emociones ajenas, así como las reacciones, a sus acciones, de las personas que la rodean. En cuanto al control de

sus emociones, el 91% de las mujeres maneja sus sentimientos para que no influya en la toma de decisiones. Así, sus estados de ánimo no inciden en su comportamiento hacia los demás agentes económicos.

El 59% cuenta con un antecedente de familiares consanguíneos emprendedores en la generación que les precede. Aunque, el antecedente emprendedor no condiciona la preparación o formación profesional de las mujeres, se identificó que el 67% de las mujeres sin formación profesional carecen de antecedentes empresariales, mientras que el resto cuenta con al menos un familiar. El 62% de las mujeres encuestadas con primaria, tienen familiares emprendedores. El 54% de las mujeres encuestadas con secundaria, tienen familiares emprendedores. El 65% de las mujeres encuestadas con preparatoria, tienen familiares emprendedores.

El 62% de las mujeres encuestadas con carrera técnica, no tienen familiares emprendedores. El 64% de las chetumaleñas encuestadas con licenciatura, tienen familiares emprendedores. El 74% de las personas con posgrado, tienen familiares emprendedores.

La autogestión de las emociones ha permitido al 86% de las mujeres mejorar su relación con los proveedores y clientes. Asimismo, han logrado establecer pequeñas redes de colaboración con otros participantes en el mercado para disminuir los costos de proveeduría de insumos, acceder a más clientes, establecer vínculos con sus clientes para generar lealtad y conocer a clientes prospectos. De esta manera, el índice de la IEM de este grupo de mujeres, para cada componente, se integra en la Tabla 4:

Tabla 4. Índice de las dimensiones de IEM.

Dimensión	Media	Desviación Estándar
Autoevaluación	4.29	1.0706
Valoración de los demás	4.00	1.048
Regulación	4.06	0.991
Autogestión	4.30	0.967

*Nota.* Elaboración propia con base a los resultados obtenidos.

Por otra parte, los resultados de la aplicación del modelo  $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon_i$ , el resultado demuestra que todas las variables independientes incluidas en el análisis explican un 75.80 % de la varianza de la variable dependiente, es decir, en el 75.80% de los casos de emprendimiento analizados se encuentran relacionados de manera positiva con la IEM (Tabla 5).

Tabla 5. Resumen del modelo.

Valor de R	Nivel de significancia	Valor de F
0.7580	0.000	70.419

*Nota.* Elaboración propia con base a los resultados obtenidos.

Por otra parte, el estadístico F contrasta la hipótesis nula de que el valor poblacional de R es cero y, por tanto, permite decidir si existe relación lineal significativa entre la variable dependiente y el conjunto de variables independientes tomadas juntas. El valor del nivel crítico Sig. = 0.000 indica que sí existe relación lineal significativa. Por lo que respecta a los coeficientes de cada una de las variables y al nivel de significancia de cada una de ellas, se observa, en la Tabla 2, que las 4 dimensiones de la IEM inciden en el desempeño de la empresa, es decir, en el incremento porcentual de sus ventas.

Tabla 2. Correlaciones.

Dimensión	Coeficiente	Sig. Cambio en F
Autoevaluación	0.159	0.001
Valoración de los demás	0.155	0.001
Regulación	0.191	0.000
Autogestión	0.700	0.000

*Nota.* Elaboración propia con base a los resultados obtenidos.

Por lo anterior, se identifica que existe una relación directa entre el desempeño de las empresas y la IEM de sus propietarias, en sus cuatro dimensiones (autoevaluación, valoración de los demás, regulación y autogestión).

#### Discusiones

La IEM representa un factor clave en el emprendimiento de nuevos negocios ya que permite la interpretación del entorno y la identificación de las necesidades de los demás, asimismo permite desarrollar una capacidad resiliente para enfrentar los obstáculos que se presentan en el ciclo de vida de las empresas. De acuerdo con los resultados obtenidos las capacidades cognitivas en el manejo de las emociones representan un activo importante para los emprendedores, esto coinciden con los obtenidos por Hulthén *et al*, 2016; Rathnayaka, 2019, Yildirim, Trout y Hartzell, 2019; quienes determinaron la influencia de la inteligencia emocional en el emprendimiento.

Considerando lo anterior, el emprendimiento presenta dos componentes principales: la técnica el conjunto de conocimientos, modelos y herramientas para presentar iniciativas emprendedoras y la gestión de emociones que dota de sentido la resiliencia de los individuos interesados en incorporarse formalmente al mercado.

Se identifica que las empresarias presentan una estabilidad emocional que les permitirá emprender una iniciativa empresarial con un futuro promisorio, sin embargo, resulta importante mencionar que se requiere de el dominio de una serie de herramientas, modelos y metodologías necesarias para tener un mejor desempeño económico y potenciar su negocio.

Por otra parte, aunque el 20% domina temas como la mercadotecnia, contabilidad, finanzas y/o derecho, esto no impide el desarrollo de sus iniciativas. Asimismo, el 69% se encuentra preparada sobre la técnica de ventas y el 43% cuenta con los conocimientos suficientes para la administración de su negocio (conforme a la información proporcionada) y más del 50% curso estudios superiores y/o de posgrado. Ante esto, resulta necesario generar un programa de innovación empresarial para las mujeres emprendedoras interesadas en mejorar sus habilidades para comercializar y producir sus bienes y/o servicios, así como implementar capacitación orientada a la gestión empresarial, generación de valor agregado, administración financiera, financiamiento, desarrollo de habilidades directivas, fijación de estrategias mercadológicas y/o diferenciación. En ese sentido, existen algunos colectivos empresariales como la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias y las Cámaras Empresariales.

De la misma manera, es necesario hacer énfasis en las habilidades, la experiencia, conocimiento e inteligencia emocional les ha permitido a las mujeres empresarias desarrollar sus empresas, sin embargo, es necesario, contar con financiamiento del sector gubernamental para fructificar su idea de negocio. Además, la capacitación de las mujeres emprendedoras puede potenciar las ideas de negocio existentes y generar una red de colaboración intraempresarial.

En cuanto a la planeación, se encuentra que el 46% de las empresarias no han llevado a cabo el diseño de su plan de negocios o su plan anual de desarrollo. Asimismo, el 50% de las empresas carecen de una estructura organizacional formal y, por ende, no cuentan, con la descripción de los puestos y funciones correspondientes, es decir, no han redactado manuales organizacionales que les permitan la asignación de tareas y responsabilidades.

Por otra parte, se puede comprobar que las mujeres empresarias poseen la inteligencia emocional necesaria para mantenerse en la gestión de sus empresas y se encuentra motivadas para enfrentar los retos futuros que les depara el contexto ya que a pesar de no contar con una formación profesional, se encuentran lo suficientemente motivadas para actuar en forma independiente. Además, las empresarias con una mayor preparación profesional, se esfuerzan para

actualizarse continuamente y ser más eficientes en la conducción de sus empresas. Por ello, su Inteligencia Emocional se encuentra directamente vinculada con su espíritu emprendedor y su voluntad de crecimiento personal.

### Conclusiones

Este estudio permite comprender la relación entre la IEM de las mujeres y la decisión de emprender. Si bien, en México existen algunas aproximaciones al análisis del impacto de la IEM en el desempeño laboral de los gerentes, aún resultan escasas las investigaciones que explican la relación entre la IEM y el emprendimiento.

En ese sentido, este documento aporta elementos para la discusión del tema en el contexto mexicano. Los resultados obtenidos revelaron que las cuatro dimensiones que integran a la IAM se encuentran directamente relacionadas con el espíritu emprendedor de las mujeres participantes en el estudio.

Las emprendedoras de los municipios de Othón P. Blanco y Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo, México, autogestionan sus emociones para iniciar un negocio y enfrentar la problemática (hipercompetencia, crisis económica, entre otros) que se presenta en el entorno; permitiéndoles establecer negociaciones con sus proveedores y clientes.

También se identificó que la dimensión de la IEM más compleja para las emprendedoras fue la valoración de las emociones ajenas y su afectación en las propias. Dada la ambigüedad de acción que puede representar las reacciones emocionales a diferentes incentivos, las empresarias aún encuentran dificultades para desarrollar esta competencia.

Por otra parte, es necesario mencionar que este trabajo presenta una serie de limitaciones. Primero, debido a que la IEM forma parte de un proceso cognitivo de los individuos, que se nutre de sus experiencias y es producto de su entorno pudieran existir otros factores que inciden en las decisiones de emprender de las mujeres tales como cultura, libertad económica, normas sociales, políticas públicas de fomento económico, entre otras.

Segundo, la muestra representa a las empresarias de dos municipios del Estado de Quintana Roo, México, por lo que pudieran presentarse diferentes resultados en otras zonas geográficas del país o en otros países. Por último, en el estudio solo participaron mujeres quienes dadas las condiciones de desigualdad que enfrentan en el entorno mexicano pudieran presentar diferencias, con respecto a los hombres, en el desarrollo de la IEM.

Para finalizar, se concluye que la IEM de las empresarias representa un adecuado indicador para explicar, como primera aproximación, la decisión de emprender. Además, se recomienda que en futuros estudios de la IEM se incluyan otras variables como cultura, formación empresarial, entre otras y/o se propongan otras métricas para el desempeño académico.

### Referencias bibliográficas

- Awad, M. (2012). Emotional intelligence and entrepreneurial orientation. The moderating role of organizational climate and employees' creativity. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, Volumen 14, No. 1. Inglaterra (Pp. 115-136).
- Basha, S. (2019). Emotional intelligence: the secret of successful. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, Volumen 6, No. 1. India (Pp.117-120).
- Bradberry, T. y Greaves, J. (2009). *Emotional intelligent II*. Editorial Talent Smart: Estados Unidos de América.
- Caruso, J. y Salovey, P. (2004). *The emotionally intelligent manager: How to develop and use the four key emotional skills of leadership*. Editorial John Wiley & Sons: Estados Unidos de América.
- Cervantes, V. (2005). Interpretaciones del coeficiente Alpha de Cronbach. *Avances de Medición*, Volumen 3. Colombia (Pp. 9-28).
- Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Editorial Routledge: Estados Unidos de América.
- Goleman, D. (1995). *Emotional intelligence*. Editorial Bantam: Estados Unidos de América.
- Goleman, D. (2015). *El cerebro y la inteligencia emocional: nuevos descubrimientos*. Editorial B de Books. España.
- Goleman, Daniel(2001). *Emotional intelligence: Issues in paradigm building*. Editorial: Jossey-Bass. Estados Unidos de América.
- Goleman, D. y Boyatzis, R. (2017). Emotional intelligence has 12 elements. Which do you need to work on. *Harvard Business Review*, Volumen 84, No. 2. Estados Unidos de América (Pp. 1-5).
- Hamidianpour, F., Esmaeilpour, M., Alizadeh, M. y Dorgoe, A. (2015). The Influence of Emotional Intelligence and Organizational Climate on Creativity and Entrepreneurial Orientation of Small to Medium-Sized Enterprises. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, Vol. 4, No. 1. República Checa (Pp. 201-225).

- Hassan, R. y Omar, S. (2016). The effect of emotional intelligence and entrepreneurial attitude on entrepreneurial intention. *Kuwait Chapter of the Arabian Journal of Business and Management Review*, Volumen 5, No. 12. Kuwait (Pp. 1-20).
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. y Black, W. (1999). *Análisis Multivariante*. Editorial Prentice Hall: España.
- Hodzic, S., Scharfen, J., Ripoll, P., Holling, H. y Zenasni, F. (2018). How efficient are emotional intelligence trainings: A meta-analysis. *Emotion Review*, Volumen 10, No. 2. Inglaterra(P.p.138-148).
- Hulthén, H., Näslund, D., y Norman, A. (2016). Framework for measuring performance of the sales and operations planning process. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management.*, Volumen 46, No. 9. Inglaterra (P.p.809-835).
- Ingram, A., Peake, O., Stewart, W., y Watson, W. (2019). Emotional intelligence and venture performance. *Journal of Small Business Management*, Volumen 57, No. 3. Estados Unidos de América (Pp. 780-800).
- Kanesan, P. y Fauzan, N. (2019). Models of emotional intelligence: A review. *Bangi Review*, Volumen 16, No. 7. India (Pp. 1-20).
- Knight, F. (2017). *Risk Uncertainty and Profit* (primera reimpresión de la versión de 1921). Editorial Dover Publication: Estados Unidos de América.
- Landström, H. (2005). *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research* (primera edición). Editorial Springer: Inglaterra.
- Madar, N., Teeni-Harari, T., Ickson, T.y Sela, Y. (2019). Optimism and Entrepreneurial Intentions Among Students: The Mediating Role Of Emotional Intelligence. *Journal of Entrepreneurship Education*, Volumen 22, No. 4. Israel (Pp. 1-19).
- Mayer, J., y Salovey, P. (1995). Emotional intelligence and the construction and regulation of feelings. *Applied and Preventive Psychology*. Volumen 4. Estados Unidos de América (Pp. 197-208).
- Mayer, J., Caruso, D. y Salovey, P. (2016). The ability model of emotional intelligence: Principles and updates. *Emotion review*, Volumen 8, No. 4. Estados Unidos de América (Pp. 290-300).
- Miao, C., Humphrey, R., Qian, S. y Pollack, J. (2018). *Emotional intelligence and entrepreneurial intentions: an exploratory meta-analysis*. Nueva York, Estados Unidos de América: Career Development International.
- Ngah, R., Zarina S., y Rahimah S. (2016). Comparative study of emotional intelligence and entrepreneurial orientation between Malaysian and Indonesian University students. *Procedia Economics and Finance*, Volumen 37. Inglaterra (Pp. 100-107).
- Oriarewo, G., Ofobruku, S. y Tor, Z. (2019). The implications of emotional intelligence on entrepreneurial performance: A discuss. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, Volumen 3, No. 1. Sudafrica (Pp. 1-13).
- Payne, W. (1986). A Study of Emotion: Developing Emotional Intelligence; Self-Integration; Relating to Fear. *Pain and Desire*. Volumen 1. Estados Unidos de América (25-38).
- Rathnayaka, C. (2019). *Measuring performance of sales support to enhance the order-to-delivery process: case: Company X*. Tesis de Posgrado. Lahti university of applied sciences. Faculty of Business and Hospitality. Management. Degree Programme in InternationalBusiness.
- Shaffer, G. (2020). *Emotional Intelligence: An Introduction*. In *Emotional Intelligence and Critical Thinking for Library Leaders*: Editorial Emerald Publishing Limited: Estados Unidos de América.
- Schumpeter, J. (1997). *Teoría del Desarrollo Económico*. Editorial Fondo de Cultura Económica. México.
- Suliman, A., AlShaikh, F. 2007. Emotional intelligence at work: Links to conflict and innovation. *Jordan Employee Relations*, Volumen 29, No. 2. Emiratos Arabes Unidos (Pp. 208-220).
- Wong, C., y Law, K. (2002). The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study. *The leadership quarterly*. Volumen 13, No. 3. Estados Unidos de América (Pp. 243-274).
- Yıldırım, F., Trout, I. y Hartzell, S. (2019). How Are Entrepreneurial Intentions Affected by Emotional Intelligence and Creativity? *Periodica Polytechnica Social and Management Sciences*, Volumen 27, No. 1, Inglaterra (Pp. 59-65).