

**TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO EN CELAYA
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS**

**“UN ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS EMOCIONALES EN LOS
EMPREENDEDORES DE CELAYA, GUANAJUATO”**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRA EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

PRESENTA:

SUSANA HERNÁNDEZ PALATO

DIRECTOR DE TESIS:

DR. DANIEL HERNANDEZ SOTO

CO-DIRECTOR DE TESIS:

M.G.A. MIGUEL ÁNGEL VELÁZQUEZ ALEJOS

CELAYA, GUANAJUATO.

OCTUBRE, 2019

OFICIO DE LIBERACIÓN DE TESIS



"2019, Año del Caudillo del Sur, Emiliano Zapata"

Celaya, Gto., a **23/septiembre/2019**
DEPTO. DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
POSGRADO EN ADMINISTRACIÓN
OFICIO-CIRCULAR No. CEA/PA 042/2019
ASUNTO: Liberación de Tesis.

DR. JOSÉ LÓPEZ MUÑOZ
DIRECTOR
PRESENTE

Por este conducto me permito comunicarle que el (la) C. Susana Hernández Palato, ha terminado satisfactoriamente la realización de su Proyecto de Tesis titulado: "UN ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS EMOCIONALES EN LOS EMPRENDEDORES DE CELAYA, GUANAJUATO"; con el cual cubre el total de los créditos marcados en el plan de estudios de la Maestría en Gestión Administrativa, por lo tanto, puede seguir adelante con los trámites legales que procedan.

Sin otro particular reciba un cordial saludo.

ATENTAMENTE

La técnica por un México mejor

DR. DANIEL HERNÁNDEZ SOTO
DOCTORADO EN CIENCIAS EN ECONOMÍA
DIRECTOR DE TESIS

C.p. Depto. Servicios Escolares
Expediente

JPGF/temd.



OFICIO DE AUTORIZACIÓN DE TESIS



"2019, Año del Caudillo del Sur, Emiliano Zapata"

Celaya, Gto., 23/septiembre/2019
DEPTO. DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
POSGRADO EN ADMINISTRACIÓN
OFICIO-CIRCULAR No. CEA/PA 043/2019
ASUNTO: Autorización de Impresión.

M.C. JOSÉ DE JESÚS MORALES QUINTERO
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
PRESENTE

Comunicamos a usted, que de acuerdo con a la convocatoria hecha por esta Jefatura a su digno cargo, se determinó aprobar la impresión del Proyecto de Tesis de Maestría, titulado:

"UN ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS EMOCIONALES EN LOS EMPRENDEDORES DE CELAYA, GUANAJUATO"

Que para obtener el Grado de:

Maestra en Gestión Administrativa

Presenta:

Susana Hernández Palato

Lo que comunicamos a Usted, para los efectos consiguientes.

ATENTAMENTE

La Métrica por un Modelo Mejorable

DR. DANIEL HERNÁNDEZ SOTO
Presidente

DRA. ALICIA ALMA ALEJOS GALLARDO
Secretario

M.G.A. ALICIA CASIQUE CUERRERO
Vocal

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CELAYA
ÁREA DE POSGRADO DE ADMON

DR. JOSÉ PORFIRIO GONZÁLEZ FARIAS
Vocal Suplente

JPGF/lrmd.



DEDICATORIAS

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme la fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de mis anhelos más deseados.

A Oscar Emiliano, mi compañero de vida, que con su apoyo, consejos, regaños, amor y paciencia me ayudó a alcanzar esta meta.

A mis padres José Juan Hernández y Susana Palato que por su amor, trabajo y sacrificio en mis años más vulnerables me enseñaron de trabajo, esfuerzo y resiliencia. Gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía que me impulsaron a llegar hasta aquí y convertirme en lo que hoy soy.

A mis hermanos Verónica Hernández y Juan Hernández por estar siempre presentes, acompañándome, por el apoyo moral, por el ánimo, impulso y admiración brindado a lo largo de esta etapa de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Al Dr. Daniel Hernández profesor y director de tesis, por el apoyo, orientación y comprensión.

A todos mis profesores por compartir valiosos conocimientos y sus enseñanzas que hoy me hacen una persona más preparada y con una perspectiva del mundo positiva, renovada y esperanzadora.

Al personal de Centro de Incubación e innovación Empresarial, en especial a la Lic. Eréndira Bustos por las facilidades para realizar el presente proyecto y a Ceci Gómez por todo el soporte, confianza y conocimiento compartido en apoyo a mi investigación, mil bendiciones.

RESUMEN

El tema de las empresas incluye un amplio campo para el análisis y la investigación, no solo por el impacto económico dentro de las sociedades, sino por su contribución en términos de generación de empleos, mejora de la calidad de vida, desarrollo de productos y nuevas tecnologías entre muchos aspectos. El emprendedor es el ente que da vida a las empresas por lo que se vuelve objeto de observación para tratar de encontrar cuáles son las competencias emocionales que procuran el éxito en el emprendedor.

En el presente trabajo se describe cómo es la Inteligencia Emocional de cuarenta y dos individuos entrevistados dentro del Centro de Incubación e Innovación Empresarial del Tecnológico Nacional de México en Celaya, a través de un test auto reporte, ésta descripción permite conocer algunas características sociodemográficas de los emprendedores que han logrado mantener en operación su empresa después de uno a cuatro años de haber sido incubados en la mencionada institución, así como de sus características en términos de inteligencia emocional alcanzada en el periodo de vida de su empresa.

Palabras Clave: Emprendedor, Inteligencia Emocional, Competencias Emocionales, descripción.

ABSTRACT

The issue of companies includes a broad field for analysis and research, not only for the economic impact within societies, but also for their contribution in terms of job creation, improvement of quality of life, product development and new technologies among many aspects. The entrepreneur is the entity that gives life to business, so it becomes the object of observation trying to find which the emotional competences allows success in the entrepreneur.

This paper describes the emotional intelligence of forty-two entrepreneurs interviewed on the Business and Innovation Center of the “Tecnológico Nacional de México en Celaya” with a self-report test. This description allows know some sociodemographic characteristics of entrepreneurs who keep their company in operation after one to four years to have been incubated in the institution, as well as their characteristics in terms of emotional intelligence achieved in the life span of their company.

Keywords: Entrepreneur, Emotional Intelligence, Emotional Competences. description.

CONTENIDO

DEDICATORIAS _____	iii
AGRADECIMIENTOS _____	iv
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN _____	11
1.2 Planteamiento del problema _____	12
1.3 Preguntas de investigación _____	13
1.4 Objetivos _____	13
1.5 Justificación _____	14
1.6 Alcances _____	15
1.7 Limitaciones _____	15
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO _____	16
2.1 Estudios sobre la inteligencia _____	16
2.1.1. Conceptos de inteligencia	17
2.1.2. Concepto de inteligencia emocional.....	21
2.1.3 Las competencias clave de la inteligencia emocional	32
2.1.4 Otras teorías sobre la inteligencia emocional.....	45
2.2 ¿Qué es el emprendimiento? _____	47
2.2.1 El emprendimiento como campo de investigación.....	48
2.2.2 Antecedentes del concepto del emprendedor	49
CAPÍTULO 3. MÉTODO _____	65
3.1 Tipo de estudio	65
3.2 Modelo de investigación _____	65
3.2.1 Variables	65
3.4 Diseño estadístico _____	68
3.4.2. Muestra.....	69
3.5 Instrumento _____	70
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS _____	73
4.1 Análisis de la muestra _____	73
4.2. Variable inteligencia emocional _____	77

4.3. Análisis de las competencias emocionales _____	81
4.3.1. Autoconocimiento	84
4.3.2. Empatía	85
4.3.3. Automotivación	87
4.3.4. Autorregulación	89
4.3.5 Descripción de gráficas de frecuencia	90
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES _____	97
5.1. Conclusiones _____	97
5.2. Recomendaciones _____	100
BIBLIOGRAFÍA _____	102
ANEXOS _____	106

 ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.1 Estadísticos Descriptivos. Frecuencias Generacionales.....	74
Tabla 4.2 Estadísticos Descriptivos. Frecuencias por escolaridad.....	75
Tabla 4.3 Estadísticos Descriptivos. Frecuencias por nivel educativo.....	75
Tabla 4.4 Estadísticos Descriptivos. Frecuencias por nivel socioeconómico.....	76
Tabla 4.5 Estadísticos Descriptivos. Frecuencias por nivel de Inteligencia Emocional.....	77
Tabla 4.6 Estadísticos Descriptivos. Frecuencias por nivel de Inteligencia Emocional y género.....	77
Tabla 4.7 Mediana y moda por competencia Emocional.....	82
Tabla 4.8 Frecuencia por nivel de Autoconocimiento.....	82
Tabla 4.9 Frecuencia por nivel de Empatía Emocional.....	83
Tabla 4.10 Frecuencia por nivel de Automotivación Emocional.....	83
Tabla 4.11 Frecuencia por nivel de Automotivación Emocional.....	84
Tabla 4.12 Nivel de Competencia Emocional por Generación.....	92
Tabla 4.13 Nivel de Competencia Emocional por Genero.....	93
Tabla 4.14 Nivel de Competencia Emocional por Escolaridad.....	94
Tabla 4.15 Nivel de Competencia Emocional por Nivel socioeconómico.....	95

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 4.1 Inteligencia Emocional total por género.....	78
Gráfica 4.2 Inteligencia Emocional total por generación.....	79
Gráfica 4.3 Inteligencia Emocional total por escolaridad.....	80
Gráfica 4.4 Inteligencia Emocional total por nivel socioeconómico.....	81
Gráfica 4.5 Autoconocimiento según generación.....	84
Gráfica 4.6 Autoconocimiento según género.....	84
Gráfica 4.7 Autoconocimiento según escolaridad.....	85
Gráfica 4.8 Autoconocimiento según nivel socioeconómico.....	85
Gráfica 4.9 Empatía según generación.....	85
Gráfica 4.10 Empatía según género.....	86
Gráfica 4.11 Empatía según escolaridad.....	86
Gráfica 4.12 Empatía según Nivel Socioeconómico.....	87
Gráfica 4.13 Automotivación según generación.....	87
Gráfica 4.14 Automotivación según género.....	87
Gráfica 4.15 Automotivación según escolaridad.....	88
Gráfica 4.16 Automotivación según Nivel Socioeconómico.....	88
Gráfica 4.17 Autorregulación según generación.....	89
Gráfica 4.18 Autorregulación según género.....	89
Gráfica 4.19 Autorregulación según Escolaridad.....	89
Gráfica 4.20 Autorregulación según Nivel Socioeconómico.....	90

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 3.1 Fórmula cálculo de tamaño de muestra. Fuente. (Sampieri, 2016).....	69
--	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Tabla Definición de emprendedor.....	51
Figura 2.2 Tabla Principales teorías del emprendedor.....	58
Figura 2.3 Factores que contribuyen al éxito de los emprendedores.....	61
Figura 2.4 Retos principales para tener éxito al iniciar un negocio.	61
Figura 2.5 Tabla de las características del emprendedor.	63
Figura 3.1 Relación entre las variables de estudio.	68
Figura 3.2 Tabla de resultados factoriales de la escala de Wong – Lang.....	72

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

En busca de realizar una aportación en el ámbito de la administración y con base en la experiencia de la tesista en el tema de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) como emprendedora, surge la inquietud de realizar un análisis de las características del emprendedor que contribuyan al éxito de estas empresas. El estudio de los factores del emprendimiento es relevante por el impacto del crecimiento económico y por la generación de riqueza un territorio (Yang y Dess, 2007).

En este contexto, los investigadores han pretendido de forma creciente comprender los antecedentes del emprendimiento y sus consecuencias en términos de la contribución al crecimiento potencial de la empresa. Esto es especialmente importante en el ámbito de las PYMES, pues el emprendimiento en ellas puede proporcionarle una ventaja distintiva sobre sus rivales y sustentarle en su supervivencia. (García Cabrera, Déniz, Cuéllar Molina, 2015).

El emprendimiento representa un campo de estudio de reciente desarrollo, que en las últimas tres décadas ha experimentado un importante auge por ser de elevado interés para las sociedades y, por ende, también para los académicos (Low y MacMillan, 2007; Stevenson y Jarillo, 2007).

El emprendimiento puede definirse desde una perspectiva genérica como la creación de algo nuevo (Reynolds *et al.*, 2005).

Pihie y Bagheri (2010) asumen que la persona es el elemento central del emprendimiento. Así, desde la Teoría de Rasgos se sostiene que los atributos de personalidad son los que conducen a una persona a crear una empresa (Kuratko, 2007) –*ej.*: necesidad de logro (McClelland 1961), autoeficacia (Moriano, Topa, Molero, Entenza y Lévy-Mangin, 2012), locus de control, creatividad, autoestima o la capacidad de asumir riesgos (McClelland, 1961).

La llegada del concepto de IE al campo del management ofrece una alternativa para explicar el emprendimiento. (Zakarevicius y Zuperka, 2010) ofrece una senda alternativa para explicar por qué algunos individuos emprenden; sin embargo, se ha prestado poca atención a esta línea de investigación (Ahmetoglu, Leutner, Chamorro-Premuzic, 2011; Neghabi, Yousefi y Rezvani, 2011).

1.2 Planteamiento del problema

Según cifras proporcionadas por INEGI en su documento “Esperanza de vida de los negocios” (INEGI, 2016), 2 de cada 3 empresas mexicanas cierran antes de los primeros 10 años de vida, variando la cifra según el estado de la República que se encuentre; esto debido a las condiciones, demográfica, económicas y políticas de cada uno.

Por otro lado, aun cuando el gobierno hoy en día está muy enfocado en la capacitación del emprendedor para catalizar la creación de nuevas empresas que favorezcan el desarrollo económico del país, los programas de apoyo implementados por instituciones como Secretaría de Desarrollo Económico y Desarrollo Social, no han presentado resultados significativos según las cifras mencionadas por INEGI.

Los programas se basan principalmente en proporcionar al emprendedor una herramienta que en su percepción es “la llave del éxito”, el plan de negocios suponiendo que por sí solo garantiza la supervivencia de las empresas, en el mejor de los casos también brinda a los emprendedores, capacidades técnicas propias del trabajo o profesión a desempeñar y /o informáticas y financieras. Pero la parte de habilidades gerenciales es poco tomada en cuenta.

Conocer realmente al emprendedor, desde su interior, permitiría conocer en primer lugar donde se encuentra su capacidad emocional y si dada su intención emprendedora, se encuentra habilitado para el emprendimiento y lo que implica. Así mismo, conocer las diferencias emocionales del emprendedor, según su edad, género, generación y nivel socioeconómico, permitiría identificar que grupos de

emprendedores, tienen mejor manejo de las competencias emocionales. El conocimiento y análisis de éstos niveles emocionales en el emprendedor, habilitarían a las instituciones interesadas, a educar las emociones del emprendedor de manera que se le prepare para un mejor desempeño; también permitirá al emprendedor tomar acción sobre las competencias en las que presenta un área de oportunidad en orden al éxito y permanencia de las empresas.

1.3 Preguntas de investigación

¿Qué nivel de inteligencia emocional presentan los emprendedores del Centro de Incubación e Innovación Tecnológica del Instituto Tecnológico de Celaya?

¿Qué competencias emocionales se encuentran presentes en los emprendedores con relación a su edad, género, generación, escolaridad y nivel socioeconómico?

1.4 Objetivos

Se plantea como objetivo general de ésta investigación conocer el nivel de Inteligencia Emocional de los incubados del Centro de Incubación e Innovación Tecnológica del Instituto Tecnológico de Celaya, de manera que su análisis permita identificar el nivel mínimo de IE que coadyuva al emprendimiento, la puesta en marcha y sostenimiento de una empresa durante por lo menos un año, considerando éste hecho ya como un éxito en sí mismo.

Como objetivos específicos se plantea:

- Conocer cuáles son las competencias emocionales más presentes en los emprendedores según su género y edad
- De acuerdo con las clasificaciones generacionales, nivel socioeconómico y escolaridad, identificar los niveles de IE y la prevalencia de las competencias emocionales en los individuos de éstos grupos

1.5 Justificación

Como menciona Dr. Daniel Goleman en su estudio (Goleman 1996), el cociente Intelectual repercute solo en el 20% del éxito laboral y profesional de las personas mientras que la inteligencia emocional lo hace en un 80%. Esta cifra deja ver que es necesario estudiar los aspectos emocionales del emprendedor si realmente se quiere conseguir nuevas empresas exitosas. Ante la evidencia que sugiere que la IE podría predecir los resultados en el trabajo, es razonable esperar que este constructo también prediga otras formas de éxito en la carrera profesional de un individuo (Ahmetoglu *et al.*, 2011).

Dado que la IE puede estar correlacionada con el éxito de las personas y por ende de los emprendedores, es relevante analizar esta relación. (García C, Déniz D, Cuéllar M 2015) El presente estudio es relevante entonces debido a que nos permite conocer las competencias emocionales de emprendedores que ya han superado todo un proceso de puesta en marcha de un negocio, también, aborda la IE aplicada en los emprendedores, relación que ah sido poco estudiada, por otro lado, dentro del municipio, no hay precedentes, por lo que sentará algunas bases para posteriores estudios y aportará antecedentes e información que puede ser útil tanto a incubadoras, particulares interesados como asesores, instituciones educativas y los mismos emprendedores.

Beneficios en los emprendedores

- Aumentar el desempeño y productividad del emprendedor a través del cultivo y desarrollo de la IE
- Mayor aprovechamiento de la capacidad creativa e innovadora de las personas
- Identificar los componentes de IE de un emprendedor que determinan o procuran el éxito de su proyecto.

Beneficios aplicables a través de las instituciones interesadas en los temas de emprendimiento

- Proponer y apoyar programas de formación para las IES, incubadoras e instituciones que forman e impulsan emprendedores
- Permitirá a individuos y organizaciones enfocarse, en el cultivo y desarrollo de competencias emocionales efectivas,
- Podría generar estrategias aplicables que potencialicen el espíritu emprendedor.

1.6 Alcances

- Pertenencia de la tesista a grupos de emprendedores
- Acceso a fuentes de Información a través de esta institución

1.7 Limitaciones

Disposición de las fuentes para el acceso a la información pertinente (IES, incubadoras e instituciones de apoyo a emprendedores. Como parte de las labores de concertación para la aplicación del cuestionario, se buscó a través de Secretaria de Desarrollo Económico en el municipio, el acceso a por lo menos las 3 incubadoras de alto rendimiento que en ese momento se encontraban en esa clasificación, pero no fue permitido el acceso por cuestiones de falta de registros y confidencialidad de los incubados.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1 Estudios sobre la inteligencia

La realidad es que el concepto de Inteligencia hasta el día de hoy no ha podido ser desarrollado de manera objetiva, holística y definitiva, complicándose esta tarea por el mismo dinamismo del hombre y sus épocas.

Dada la necesidad de contar con un concepto universal y con el objetivo de consensuar sobre el significado de la palabra "inteligencia", en 1921 se convoca a un simposio donde catorce expertos dieron su opinión y definición sobre el tema explicando a ésta como: "el poder de dar buenas respuestas desde el punto de vista de la verdad o el hecho" (Thorndike); "la capacidad de pasar a un pensamiento abstracto" (Terman); "la capacidad de adaptarse adecuadamente a la vida en situaciones relativamente nuevas" (Pintner); "la capacidad para adquirir capacidad" (Woodrow). Sin embargo, ninguno de los conceptos cumplió con las exigencias conceptuales de los expertos congregados en *"The Journal of Educational Psychology 1921"* (citado en Sternberg y Powell, 1989).

En 1923 Boring publica en un artículo en *New Republic* que la inteligencia es: "lo que miden esos tests", haciendo referencia a los test de coeficiente intelectual tan aceptados y difundidos desde los tiempos de Binet (1887), aún setenta años después Eysenk realiza un estudio el cual plantea la pregunta: "¿Existe la inteligencia?" (Sternberg y Detterman, 1988), en 1989 Scarr y CarterSaltzman afirman contundentemente: "Nadie sabe lo que es la inteligencia" y en la misma línea Siegler y Dean (1989) se lamentan de que no se posea una definición formal implícita de la inteligencia (Carmen, 1998).

2.1.1. Conceptos de inteligencia

Dado lo mencionado antes, analizaremos las definiciones, autores y corrientes más aceptadas y relevantes.

Entre las definiciones comunes y tradicionales de inteligencia se han incluido conceptos como la capacidad de aprender, de adaptarse a situaciones nuevas, de representar y manipular símbolos, y de resolver problemas. Una definición general de la inteligencia debe hacer relación a tres cuestiones importantes: en primer lugar a las características cognitivas internas la inteligencia concierne a la naturaleza del sistema cognitivo humano, en segundo lugar debe hacer relación al rendimiento está relacionada con el rendimiento en tareas como la resolución de problemas y finalmente, debe hacer constar la existencia de diferencias individuales las diferencias en inteligencia son relativas a diferencias en las características cognitivas internas y el rendimiento (Mayer, 1983). Mayer acaba definiendo la inteligencia como las características cognitivas internas relativas a las diferencias individuales en el rendimiento, para la resolución de problemas. (Carmen, 1998)

Otra de las definiciones más aceptadas, se encuentra la que realizó el psicólogo británico Philip Edward Vernon en 1960, según la cual la inteligencia se integra por tres áreas complementarias entre sí, la psicológica que conceptualiza a la inteligencia como la habilidad de aprender y relacionar conceptos; la biología que concibe a la inteligencia como la habilidad de adaptarse a nuevas situaciones y la tautológica que considera que la inteligencia puede ser demostrada mediante la realización de pruebas de inteligencia (Vernom 1960).

Continuando con las definiciones más aceptadas, está la propuesta por la American Psychological Association quienes refieren a la inteligencia como: la capacidad de comprender información, de adaptarse al entorno y de aprender de la experiencia (American Psychological Association, 1996).

Aunque muy criticado, uno de los autores que nos va aproximando al constructo de estudio, es Howard Gardner (1994) quien define a la inteligencia como la capacidad de resolver problemas y elaborar productos que sean valorados en el entorno y sostiene que, así como existen muchos problemas que resolver, los humanos tenemos un número desconocido de capacidades, por lo que una prueba estandarizada de medición de inteligencia no refleja verdaderamente la inteligencia de la persona.

El siglo XX fue un periodo de gran auge para el concepto de coeficiente intelectual y su medición como factor determinante para el éxito familiar, personal, educativo, profesional y laboral de la gente. Un mayor puntaje de IQ del alemán Intelligenz-Quotient (IQ) o Cociente Intelectual (CI) y que es definido como:

“el número que expresa la inteligencia relativa de una persona...” (Real Academia Española, 2005), es considerado aún hoy como un indicador que influye en la superioridad y éxito de las personas. Sin embargo, estudios recientes demostraron que el IQ y el concepto de Cociente Intelectual no son suficientes para explicar y medir la inteligencia humana.

El Dr. Adam Hampshire y su equipo de colaboradores (2012) concluyen, del que ha sido clasificado por la *“British Broadcasting Corporation”* (BBC) como uno de los mayores estudios para medir la inteligencia; que medir la inteligencia humana basándose sólo en una prueba estándar de coeficiente intelectual es "altamente engañoso". Este estudio ha comprobado que la inteligencia no es un factor unilateral. *“Durante un siglo, los psicólogos han creído que podemos reducir las diferencias de las habilidades cognitivas a un sólo número conocido como coeficiente intelectual (CI)”* (Hampshire, 2012).

Esto mismo lo respalda Holding al comentar que *el estándar del test del Coeficiente Intelectual* *medura el conocimiento adquirido en un momento en particular, estos test solo pueden proporcionar una visión «congelada» del conocimiento. Pero no se*

pueden evaluar o predecir la capacidad de una persona para aprender, para asimilar la nueva información, o para resolver nuevos problemas. (Helding, 2009)

Gardner defiende que las pruebas de inteligencia solo miden la inteligencia lógico-matemática y lingüística y dejan fuera el resto de las habilidades de la mente humana, por lo que considera de importancia elaborar una prueba que tenga la capacidad de medir la inteligencia de una forma más completa, aunque hasta el momento no ha diseñado ningún instrumento que tenga esas características que soporten su teoría.

A su vez, la interpretación de los resultados de dichas pruebas se ha convertido en un tema de controversia, con importantes implicaciones éticas para las políticas sociales, educativas e inclusive laborales de la sociedad. Estos instrumentos de medición surgieron en Francia a principios de este siglo ante la necesidad de las autoridades educativas para predecir el éxito o fracaso de los niños en el medio académico y así clasificar rápidamente los niños con bajo rendimiento escolar.

Alfred Binet (1886) ideó un conjunto de pruebas consistentes en una serie de preguntas de dificultad progresiva, para descubrir la capacidad en diferentes procesos mentales. Cabe aclarar que la intención de Binet no era la de proporcionar una medida absoluta de la inteligencia, sino de dar una indicación comparativa y discriminatoria de las divergencias respecto a una norma determinada.

Lo que sucede aún en las modernas y desarrolladas variantes de estas pruebas, es que sus resultados son comparados con los obtenidos por grupos numerosos de personas de características similares, a través de métodos estadísticos de los cuales se deriva el término de “normalidad”. La cifra resultante denominada coeficiente intelectual (CI) se expresa en términos de porcentajes –un CI de 125 significa un desempeño de un 25% más que el promedio de resultados en una determinada prueba.

El CI proporciona una buena indicación general del posible aprovechamiento escolar de los niños, sin embargo, una mala aplicación, el desconocimiento del lenguaje, factores culturales y sociales, una distracción durante la aplicación o la falta de estimulación por parte de los padres; pueden conducir a un punto de vista absolutamente equivocado a cerca del potencial de un niño o de la persona a la cual se pretende medir la inteligencia.

Esto no importaría tanto si no fuera porque el CI ha adquirido un significado poderosamente concreto para los profesores, los padres de familia, los empresarios y en general para la sociedad. Sus expectativas basadas en una mala interpretación pueden ejercer una influencia decisiva en el desarrollo posterior de niños y personas en general, señalados por esas cifras “mágicas” particulares.

Dimensiones clásicas del coeficiente intelectual

Procesos intelectuales (operaciones):

- Cognición. Percepción inmediata, reconocimiento o comprensión de estímulos.
- Memoria. Retención de información en la misma forma en que se almacenó.
- Evaluación. Hacer juicios de información sobre la base de una norma conocida.
- Pensamiento convergente. Responder a los estímulos con la única o mejor respuesta.
- Pensamiento divergente. Reaccionar a los estímulos en que se da importancia a la variedad o cualidad de la respuesta (originalidad).

Naturaleza de los estímulos (contenido).

- Figurativo. Formas u objetos concretos.
- Simbólico. Guirismos, letras solas o cualquier símbolo codificado.
- Semántico. Palabras o ideas que comunican significados.

- De la conducta. Primordialmente no verbal, implica interacciones humanas haciendo hincapié en las actitudes, necesidades, pensamientos u otros similares.

Forma en que están ordenados. Es una jerarquía que va aumentando de los estímulos (productos). Complejidad y comprende desde unidades, donde los estímulos se perciben aislados, hasta clases, relaciones, sistemas, transformaciones e implicaciones.

Howard Gardner concluye que una inteligencia implica la habilidad necesaria para resolver problemas o para elaborar productos que son de importancia en un contexto cultural o en una comunidad determinada. La capacidad para resolver problemas permite abordar la situación en la cual se persigue un objetivo, así como determinar el camino adecuado que conduce a dicho objetivo. La creación de un producto cultural es crucial en funciones como la adquisición y la transmisión de conocimiento o la expresión de las propias opiniones o sentimientos.

2.1.2. Concepto de inteligencia emocional

La inteligencia emocional (IE) aparece en 1990, cuando Peter Salovey y John D. Mayer la definen como: “La habilidad para comprender y dirigir a los hombres y mujeres; y actuar sabiamente en las relaciones humanas”.

En 1995 Daniel Goleman consolida el concepto de la IE identificando las aportaciones e implicaciones de las emociones y sentimientos en la vida personal y social de las personas.

La IE propone el desarrollo de las habilidades y destrezas que, en su conjunto brindan cuatro grandes capacidades:

- Percibir las emociones propias de forma precisa y medible.
- Comprender e identificar el origen y las consecuencias de las emociones.
- Incluir las emociones en los procesos de razonamiento.
- Controlar las conductas motivadas por las emociones.

Inteligencia emocional es una combinación de modelos conductuales y modelos de pensamiento. Todo lo que llamamos inteligencia es una mezcla de diferentes funciones cerebrales y diferentes procesos mentales, cognitivos y psicofisiológicos. (Goleman, 2012)

En un mundo cada vez más complicado, la inteligencia debe abarcar más ámbitos que la capacidad de abstracción, la lógica formal, la comprensión de complejas implicaciones y amplios conocimientos generales. También deberá incluir méritos como la creatividad, el talento para la organización, el entusiasmo, la motivación, la destreza psicológica y las actitudes humanitarias, cualidades emocionales y sociales.

La inteligencia emocional abarca cualidades como la comprensión de las propias emociones, la capacidad de saber ponerse en el lugar de otras personas y la capacidad de conducir las emociones de forma que mejore la calidad de vida. (Goleman, 2012)

2.1.2.1 Las emociones pueden aprenderse y desarrollarse

Las emociones son mecanismos que nos permiten adaptarnos a nuestro mundo:

- Nos ayudan a reaccionar con rapidez a situaciones inesperadas. En situaciones de urgencia o peligro no hay tiempo para largas reflexiones (para sopesar las diversas posibilidades sobre la base de la información disponible), por lo que la emoción nos impulsa a actuar conforme a la situación.
- Tomar decisiones con prontitud y acierto. Esta toma de decisiones se realiza sobre la base de indicadores somáticos (que son positivos o negativos) y que señalan en forma automática los elementos que son relevantes para cada

uno en lo personal; nos ayudan a clasificar un problema y determinar su importancia, abren el camino a través de la jungla de posibles decisiones.

- Comunicarnos en forma no verbal. Aunque no se verbalicen, la gente percibe con exactitud cómo nos sentimos. Se manifiestan en la expresión del rostro, en la actitud corporal, en el tono de la voz y en los gestos.
- Nos ayudan a reconocer las emociones de los demás y desarrollar empatía. Al igual que los demás pueden percibir nuestras emociones por las manifestaciones no verbales de las que van acompañadas, nosotros también podemos observar esas sutiles señales para mejorar nuestras relaciones.

En condiciones normales, las regiones del cerebro emocional y racional trabajan en forma armónica. Las emociones son importantes para el pensamiento y viceversa los pensamientos son importantes para las emociones.

La gama de pensamientos y emociones en equilibrio, proporcionan al ser humano un amplio abanico de posibilidades de expresión, único en la naturaleza humana. Pero el desequilibrio generado por el inadecuado manejo de las emociones nos lleva a situaciones como la depresión, la apatía o en otro extremo a la explosión irracional de emociones y sentimientos. La carencia de emociones, o el exceso en su expresión, nos lleva a decisiones incorrectas, socava el sentido común de las personas.

En conclusión, las emociones son impulsos psicofisiológicos que nos permiten actuar instantáneamente ante situaciones de emergencia para lidiar con las vicisitudes de la vida. El sentimiento en cambio es una emoción racionalizada que responde a un procesamiento del cerebro superior o neo corte, ejemplos de ello son la ternura, el amor filial, la venganza o la envidia.

2.1.2.2 Las emociones básicas

Lecciones aprendidas en la infancia modelan los circuitos emocionales que comandan la ira, el miedo, la felicidad, el amor, la sorpresa y la tristeza. Estos circuitos al igual que los hábitos pueden ser modificados.

Dentro de estas emociones básicas, se producen reacciones psicofisiológicas que preparan al organismo para una conducta específica:

- Ira: La sangre se concentra en las manos estimulando a la persona a golpear o a tirar (la adrenalina aumenta generando una acción vigorosa).
- Miedo: Los centros emocionales disparan hormonas, la sangre se concentra en los músculos esqueléticos impulsando al organismo a huir o agazaparse.
- Felicidad: Inhibe los pensamientos negativos, silencia los pensamientos de preocupación, la persona experimenta tranquilidad, reposo o entusiasmo y muestra disposición para tareas inmediatas y marchar rumbo a metas concretas.
- Amor: Se experimenta a través de sentimientos afectuosos de relajamiento, calma y satisfacción, facilitando especialmente la colaboración.
- Sorpresa: Un estado emocional que permite ver más, aumentando la cantidad de luz en la retina, la persona puede percibir más de lo que acontece, concebir más un plan de acción.
- Tristeza: Reduce la velocidad metabólica generando ahorro de energía, de entusiasmo, ello contribuye a que la persona se ajuste a una pérdida significativa o a una depresión. (Goleman, 2012)

2.1.2.3 El sistema nervioso

En nuestro universo biológico interno existe una gigantesca red con centenas de millones de pequeñas células nerviosas que forman nuestro cerebro y el sistema nervioso, y que se comunican unas con otras a través de pulsos electroquímicos para producir actividades especializadas: nuestros pensamientos, sentimientos, emociones, dolor, sonidos, movimientos y muchas otras funciones mentales y físicas, sin las cuales no sería posible expresar toda nuestra riqueza interna, ni percibir nuestro mundo externo, como es el sonido, la luz, entre otros.

Todos los estímulos de nuestro ambiente causan sensaciones como el dolor, o el calor, todos los sentimientos, pensamientos, programación de respuestas motoras y emocionales, bases neurológicas del aprendizaje y memoria, disturbios mentales y cualquier otra sensación del ser humano no podría ser entendida sin el conocimiento del fascinante proceso de interacción entre neuronas. Nosotros somos capaces de producir sensaciones y comportamientos tan complejos porque nuestro cerebro contiene un impresionante número de células nerviosas.

Las neuronas son células especializadas. Ellas están creadas para recibir ciertas conexiones específicas, ejecutar funciones apropiadas y pasar sus decisiones a un evento particular a otras neuronas que están relacionadas con aquel evento. Estas incluyen una membrana celular, que está especializada para transportar sustancias nerviosas como pulsos electroquímicos.

Las partes principales de la neurona son:

- Soma: Contiene la información que dirige a la neurona en su funcionamiento general. Procesa los impulsos nerviosos.
- Dendritas: Son prolongaciones del soma y su función es recibir los impulsos nerviosos de otras neuronas.

- Axón: Es una prolongación única y larga que transmite impulsos nerviosos desde el soma hacia otras neuronas u órganos receptores como los músculos.

2.1.2.4. Las tres unidades del cerebro humano

A lo largo de la evolución, el cerebro humano adquirió tres componentes que fueron surgiendo y superponiéndose tal como un sitio arqueológico.

- El más antiguo se situó en la parte baja posterior, la siguiente en una posición intermedia y la más reciente por encima de las otras dos, ellas son respectivamente: estructuras del tronco cerebral, bulbo, cerebelo puente y mesencéfalo, es el más antiguo núcleo de base y el bulbo olfatorio.
- El paleopálio o cerebro intermedio de los mamíferos también llamado cerebro animal. Está formado por las estructuras del sistema límbico. Corresponde al cerebro de los mamíferos inferiores.
- El neopálio también llamado cerebro superior o racional (nuevos mamíferos) comprendiendo la mayor parte de los hemisferios cerebrales, formado por un nuevo tipo de corteza denominada neocortex y algunos grupos de neuronas subcorticales. El cerebro de los mamíferos superiores, incluidos los primates y consecuentemente el hombre.

Estas tres estructuras cerebrales aparecen una sobre la otra durante el desarrollo del embrión en el feto (ontogenia), recapitulando cronológicamente la evolución de las especies (filogenia), desde el lagarto hasta el homo-sapiens. Son tres “computadoras biológicas” que, ahora interconectadas, conservan cada una sus propias formas peculiares de inteligencia, subjetividad, sentido del tiempo y espacio, memoria, motricidad y otras funciones menos específicas. En verdad son tres unidades cerebrales constituyendo un cerebro único.

Una unidad primitiva que responde a la auto preservación; y de ahí que nazcamos con mecanismos de agresión y comportamientos repetitivos, de ahí que acontezcan reacciones instintivas, los llamados arcos reflejos y los comandos que posibilitan algunas reacciones involuntarias y el control de ciertas funciones viscerales (cardiaca, pulmonar, intestinal, por mencionar algunas) indispensables para la preservación de la vida.

El desarrollo del bulbo olfatorio y de sus conexiones en torno a un posible proceso de análisis de los estímulos olfativos, orienta las respuestas basadas en los olores como aproximación, ataque, fuga o apareamiento. En el curso de la evolución, parte de esas funciones reptilianas se fueron perdiendo o fueron minimizadas (en el hombre la amígdala y el córtex entorrinal son las únicas estructuras límbicas que mantienen conexiones con el sistema olfatorio).

En 1878 el neurólogo francés Paul Broca observó que, en la superficie media del cerebro de los mamíferos, abajo del córtex, existe una región constituida por núcleos de células, a las que le dio el nombre de lobo límbico (del latín *limbus*, que traduce la idea de círculo, o en torno de), ya que la conforma una especie de borde alrededor del tronco encefálico.

Este conjunto de estructuras, más tarde denominado sistema límbico, surgió como una respuesta de emergencia de los mamíferos inferiores más antiguos, en demanda de ciertos comportamientos necesarios para la sobrevivencia, ya que crea o modula funciones más específicas que le permiten al animal distinguir entre lo que le agrada o le desagrade.

Aquí se desarrollan funciones afectivas como las que inducen a las hembras a cuidar atentamente a sus crías o que promueve una tendencia de esos animales a realizar comportamientos lúdicos (gustan de saltar). Las emociones y sentimientos

como la ira, pavor, pasión, amor, odio, alegría y tristeza; son creaciones originadas en los mamíferos a partir del sistema límbico.

Este sistema también es responsable de algunos aspectos de identidad personal y de importantes funciones de la memoria.

El componente más avanzado del cerebro es el Neopálio donde radica la capacidad de producir el lenguaje simbólico, permitiendo desempeñar tareas intelectuales tales como la lectura, escritura, cálculo matemático y la generación de ideas.

El neopálio es común en los mamíferos superiores incluidos primates; pero sólo en la especie humana ha llegado a un grado superlativo de utilización.

2.1.2.5 La emoción y los mecanismos cerebrales de memoria

La memoria no está localizada en una estructura aislada del cerebro, es un fenómeno psicológico que involucra varios sistemas cerebrales que funcionan juntos.

El lóbulo temporal es una región del cerebro que muestra una significativa conexión con la memoria de largo plazo. Está ubicado a la altura de las sienes, y es llamado así porque el cabello de esta región es el primero de tornarse blanco con la edad.

En esta región también existe un grupo de estructuras interconectadas entre sí que parecen ejercer algunas funciones en la memoria de hechos y eventos (memoria declarativa), entre esas estructuras está el hipocampo y las estructuras circundantes. El hipocampo ayuda a seleccionar los aspectos importantes de los hechos que serán almacenados, participa también en el reconocimiento de cosas novedosas y las relaciones espaciales.

La amígdala cerebral forma parte del sistema límbico. Su función es el procesamiento y almacenamiento de reacciones emocionales. La amígdala es una especie de aeropuerto del cerebro, ésta se comunica con el tálamo y con los sistemas sensorios del córtex a través de extensas conexiones.

Los estímulos sensoriales venidos del medio externo como visualización, olores, sabores, ruidos o sensaciones táctiles de objetos, son traducidos en impulsos eléctricos y activan el circuito de la amígdala que está relacionada con la memoria, la conexión entre ésta y el tálamo, donde se originan las emociones, permiten que dichas emociones influyeran el aprendizaje y la memoria, de tal manera que los recuerdos asociados con estados emocionales intensos (recuerdos significativos), son los más influyentes sobre la conducta.

2.1.2.6 El inconsciente y las emociones, el inconsciente y la percepción

Todos los procesos fisiológicos mencionados tienen la característica de que son inconscientes, es decir, se realizan en nuestro organismo y mente sin que sea

posible darnos cuenta de ellos, sino hasta que vemos o sentimos sus efectos en nuestro estado emocional y en nuestra conducta. Hoy sabemos que la estructura psíquica que llamamos inconsciente muestra algunas características que nos permiten entender su funcionamiento y nos ayudan a explicar algunos procesos psicológicos.

Nuestra mente inconsciente capta gran cantidad de información a nuestro alrededor sin que nosotros nos demos cuenta, informaciones que posteriormente pueden favorecer una tendencia en el comportamiento, como puede ser la presencia de algún estímulo que en el pasado se ha condicionado a una respuesta emocional.

Hablando del inconsciente

- El inconsciente es literal. No tiene entendimiento ni razonamiento, no analiza ni juzga, no toma decisiones, simplemente ejecuta el concepto o la idea que ha entrado en su dominio por medio de la percepción y la ejecuta al pie de la letra. Es posible compararla con un militar de bajo rango que obedece ciegamente una orden.
- El inconsciente no tiene sentido del humor. Cuando capta un estímulo, idea o concepto, que se ha dicho con sentido humorístico, ella lo cumplirá literalmente eliminando el sentido de broma.
- El inconsciente es atemporal. No distingue entre un evento pasado o uno presente, por lo que grabaciones que adquirimos en un pasado remoto, sigue teniendo vigencia, por ello es que la formación que tenemos desde nuestra infancia a través de vivencias sigue condicionando nuestras actitudes y respuestas emocionales ante la presencia de estímulos o situaciones que están asociados con aquellas.
- El inconsciente no distingue entre un hecho real y uno imaginario. La capacidad imaginativa de nuestra mente es tan poderosa que tiene la capacidad de recrear imágenes positivas o negativas que harán reaccionar a nuestro inconsciente de la misma forma que si el evento estuviese sucediendo en la realidad. Para el inconsciente por lo tanto pensar es igual que hacer.
- La mente inconsciente rechaza la palabra “no”. No registra contrarios. Para no pensar en un objeto, primero tiene que imaginar ese objeto. Genera una formación reactiva, ya que los niños lo que más escuchan en su vida, es precisamente la palabra “no”.

Analizando esta forma de funcionamiento del inconsciente, debemos comprender que es precisamente por ello que reaccionamos de manera automática ante estímulos que están registrados inconscientemente, pero que desencadenan reacciones emocionales intensas.

Por ello, se debe en primer término, reconocer los aspectos que originan esos estados y “resolver”, y desasociar esos estímulos a nuestro comportamiento. Algo muy similar ocurre con nuestra percepción, ésta está influenciada y modificada por la experiencia, no sabemos cuál, pero nuestras vivencias previas hacen que veamos cada situación desde nuestro muy particular punto de vista. Esto parecería ser una verdadera fuente de conflictos, y de hecho lo es, pero también es una oportunidad de enriquecer las interrelaciones, ya que cada uno verá un aspecto que para los demás puede pasar inadvertido.

Finalmente, estas consideraciones nos ayudan a entender cómo una reacción emocional bloquea los procesos superiores de pensamiento y ello definitivamente va a bloquear lo que llamamos inteligencia racional o procesos de análisis lógico de las situaciones.

Un estado de desequilibrio emocional influye en la calidad de todos los demás procesos cerebrales, mientras dure la explosión psicofisiológica, sin importar si está o no justificada, nos impulsará a una reacción adaptativa de emergencia y no tendrá cabida una racionalización de la situación que la produce.

2.1.2.7 La emoción modifica la percepción

La emoción modifica la percepción, un ejemplo de ello es la nostalgia. Es posible que nuestra añoranza de paraísos perdidos tenga más que ver con nuestro propio estado de ánimo que con la condición del sitio cuya desaparición lamentamos.

Siempre que recordamos los lugares que hemos conocido, tendemos a verlos bañados en el resplandor crepuscular de la nostalgia, una vez que la memoria, la gran restauradora de la mente, ya ha pulido sus contornos ásperos, suavizando sus imperfecciones y alejado la totalidad a un ámbito abstracto y hermoso. Así como a un buen hombre recientemente fallecido se le recuerda como santo, así también un lugar agradable del que nos hemos alejado nos parece, en el recuerdo, una utopía. Por lo que nada vuelve a ser lo que era.

2.1.3 Las competencias clave de la inteligencia emocional

Gardner (1994), inconforme ante las limitaciones del concepto de CI, y con base en la observación y sus investigaciones, desarrolló el concepto de inteligencias múltiples de las cuales se hablará más adelante; aunque dentro de éstas no se incluyó a las emociones como parte de la inteligencia, si se proporcionaron las bases para incluir este importante proceso cuando se describió la inteligencia interpersonal y la inteligencia intrapersonal, donde las habilidades principales son el conocimiento de uno mismo y la sensibilidad ante otros.

Peter Salovey y John Mayer (2000), cimentados en esas dos inteligencias de Gardner, acuñan el término de inteligencia emocional, entendiendo que sin esta básica inteligencia las demás se encuentran bloqueadas o no desarrolladas; ellos describen la inteligencia emocional básicamente como la comprensión de las propias emociones, la capacidad de ser empáticos con las demás personas, es decir, entender sus propias emociones y la capacidad de que las personas manipulen sus emociones adecuadamente con la finalidad de mejorar su calidad de vida. (Carmen, 1998).

Daniel Goleman (1994) retoma el concepto e investiga profundamente, no sólo los fundamentos teóricos de la inteligencia emocional, sino la forma de desarrollarla de manera práctica:

1. Autoconciencia. Consiste en el conjunto de habilidades para reconocer, aceptar y comprender los propios estados emocionales, así como su efecto en las demás personas.
2. Autorregulación: Trata de cómo controlar, orientar y en su caso re direccionar impulsos y estados emocionales extremos.
3. Automotivación: Es la habilidad para establecer objetivos propios y ejecutar acciones para alcanzarlos; sin necesitar factores de estimulación externa.
4. Empatía: Es la capacidad de reconocer emociones y sentimientos en los demás a través de las señales del lenguaje no verbal, a fin de entender sus necesidades y tener la disposición para tratar de satisfacerlas.
5. Socialización: Incluye el dominio de formas y maneras para relacionarse con otras personas, creando vínculos efectivos y afectivos; así como entornos para interacciones positivas.

Es por medio del desarrollo de las competencias clave de la inteligencia emocional, que Goleman afirma que es posible educar y desarrollar las emociones para ponerlas al servicio de los objetivos de cada uno, de aquí la importancia de abundar a continuación en cada una de estas competencias.

2.1.3.1 La autoconciencia, haciendo conscientes las emociones

La autoconciencia es el reconocimiento de los propios sentimientos y emociones cuando ellos están ocurriendo, es el darse cuenta de los propios estados internos. Es una actitud auto reflexiva de nuestro yo que observa e investiga la propia experiencia en todos sus procesos (pensamientos, sensaciones, sentimientos y emociones), y es la capacidad de clasificar y nombrar cada proceso y cada emoción, de una manera hasta cierto punto neutra o imparcial.

El ser autoconsciente, significa tener un claro conocimiento de nuestros estados emocionales y de los pensamientos alrededor de esos estados, aun cuando ese estado sea intenso y turbulento. Esta capacidad de darse cuenta por uno mismo es

el fundamento de toda la inteligencia emocional, ya que, si somos capaces de verla, nombrarla, y reconocer los pensamientos que la acompañan, es porque esa emoción ha pasado a nivel de neocortex, y por lo tanto es más controlable que cuando es sólo una reacción automática a nivel de sistema límbico.

Aunque existe una distinción lógica entre ser consciente de los sentimientos y actuar para cambiarlos, Mayer considera que, para todos los efectos prácticos ambas cosas suelen estar unidas, reconocer un humor desagradable es sentir el deseo de superarlo. (Mayer, 1983)

Este reconocimiento, sin embargo, se distingue de los esfuerzos que hacemos para no actuar movidos por el impulso emocional. Desde luego que las diferencias individuales, las experiencias, el temperamento y el carácter de cada individuo determinarán la manera en que va a responder ante determinados estímulos y ante sus propias reacciones emocionales y su grado de autocontrol.

Salovey (2000) define algunos estilos característicos:

- El autoconsciente, que logra un control equilibrado ante las emociones intensas. Son capaces de recuperarse rápidamente de episodios emocionales intensos y ante todo muestran gran seguridad psicológica.
- El empantanado o atorado, que es el que se siente atrapado por sus propias emociones e incapaz de salir de ellas. No son muy conscientes de sus emociones y responden de manera impulsiva ante situaciones que perciben como aversivas.

- Aceptación pasiva. Son personas que, a pesar de estar conscientes de sus estados emocionales, no hacen nada para modificarlos, sobre todo en el caso de personas depresivas o malhumoradas que aceptan sus emociones, pero no se sienten capaces de modificarlas a pesar de que se sientan mal. (Saloney & Mayer 1990).

Fuera de estos tres grupos reconocibles, sería muy difícil nombrar todas las posibles formas de reacción de los seres humanos, las cuales estarían determinadas por un sin número de experiencias humanas y diferencias individuales.

La intensidad de la reacción puede ir desde lo más intensa y abrumadora que impulsa al individuo a perder el control de sí mismo, hasta la total indiferencia que aletarga a la persona y le impide adaptarse rápidamente a una situación emergente; desde luego que ambos extremos de la escala son inadecuados y lo deseable es un sano equilibrio.

Se ha encontrado que en términos generales las mujeres experimentan emociones positivas y negativas más intensas que los hombres, y como lo menciona Goleman (2012) al margen de las diferencias de género, la vida emocional es más rica para aquellos que las notan más. Por un lado; esta sensibilidad emocional intensificada significa, que para estas personas la menor provocación desencadena una tormenta emocional, ya sea gloriosa o infernal, mientras los que se encuentran en el otro extremo apenas experimentan sentimientos, incluso bajo las más espantosas circunstancias. (Goleman, 2012)

En este último extremo que puede parecernos extraño, las personas carecen de toda expresión emocional, que en este caso es una situación patológica en la que se puede sospechar de una falta de conexión entre el sistema límbico y el neocortex, especialmente con el centro del habla: sin embargo, esta situación nos da una pista importante en el control emocional, y es que si podemos nombrar un sentimiento o emoción en ese momento, lo hacemos nuestro y una vez que asumimos la responsabilidad de ese estado emocional, el control está en nuestras manos.

Los estados emocionales cumplen el importante papel de guiarnos entre las interminables opciones de la vida y en el establecimiento de relaciones con nuestros semejantes. No podemos tomar decisiones totalmente racionales, puesto que la razón fría que pudiera compararse con una computadora pasará por alto detalles tan sutiles que llevarán al fracaso cualquier decisión; por ejemplo, a la hora de elegir pareja, la razón puede decirnos que una determinada persona tiene tales o cuales características externas, pero en aspectos sutiles como el carácter o la forma de expresarse y relacionarse con los demás, sólo la intuición guiada por la emoción puede darse cuenta.

Aquello que alerta a nuestra conciencia acerca de estas emociones, es lo que se llama: “marcadores somáticos”, que son señales o “alarmas” activadas por nuestro sistema límbico a partir de estados fisiológicos viscerales, que nos avisan de los riesgos probables de algún curso de acción, o bien de las oportunidades implícitas en una determinada situación. La razón pura no se daría cuenta de esas posibilidades, ya que son provocadas por estímulos sutiles del entorno que sólo tienen un significado emocional y que la razón no puede detectar.

La mayor parte de estos procesos psicofisiológicos se dan a nivel inconsciente, y si recordamos la manera en que éste funciona, podemos saber que un estímulo percibido por el inconsciente, desencadenará una reacción emocional determinada, sin que sepamos a ciencia cierta de dónde surge, la manera en que estos procesos pueden ser traídos a la conciencia es la autoobservación de los indicadores somáticos y el nombrar las emociones percibidas, de esta manera subimos el estado a nivel de corteza y por lo tanto es posible asumir el control voluntario de la situación, además de que podremos reflexionar sobre el proceso y su origen, identificando las causas de la emoción y así estar preparados para el futuro en cuanto al estímulo desencadenante de la emoción.

2.1.3.2 Autorregulación o autodominio

Cuando hemos logrado una adecuada autoconciencia y hemos entendido nuestras propias emociones, carencias y necesidades emocionales insatisfechas, y somos capaces de reconocer y nombrar nuestros estados emocionales cuando están ocurriendo, hemos dado ya el paso más importante en el adecuado control de las emociones.

Las emociones son tan intensas y tan intempestivas que a menudo se requiere un esfuerzo tenaz para dominarlas, en lugar de que ellas nos dominen a nosotros, podríamos compararlas con un potro salvaje que trata de derribarnos a toda costa y que nos lleva por donde su desbocada y alocada carrera lo conduce. Podemos dejarlo que nos maneje de esta forma, o bien podemos domarlo y que realmente nos sea útil para ir a donde queramos dirigirnos. El potro es poderoso, pero no nos será útil en estado salvaje, a menos que lo pongamos a nuestro servicio domándolo para aprovechar su fuerza.

Este control no significa supresión de emociones negativas, no tendría sino un efecto contraproducente. Supongamos que, en nuestra situación laboral al ver los

avances de algún compañero, sentimos una desagradable sensación de envidia, como éste es un sentimiento inaceptable y además desaprobado moral y socialmente, lo negamos y lo mandamos al inconsciente. El hecho de que lo hayamos colocado “debajo de la alfombra” no quiere decir que no exista, y desde ese lugar oculto nos hará más daño porque provocará conductas en nosotros de las cuales nos será difícil reconocer su causa. Sería mejor reconocer el sentimiento de envidia y tratar de encontrar su causa primaria en nosotros mismos.

Un adecuado autocontrol significa más bien el reconocimiento y la expresión equilibrada de nuestras emociones negativas, puesto que cada una de ellas tiene un propósito y en principio no existen emociones “malas”, ellas nos indican algún aspecto que nuestro ser percibe como amenazante para que nos protejamos física

o psicológicamente, para que nos adaptemos sanamente a cada situación. Podemos afirmar que inclusive las emociones más negativas que nos producen sufrimiento tienen una función positiva, porque templan nuestro carácter y nos ayudan a responder más eficientemente en el futuro.

Los sentimientos y emociones extremadamente intensas son poco frecuentes, a menos que ya sean tan crónicos que frecuentemente desequilibren a la persona como en el caso de estados depresivos crónicos o una continua irritabilidad que nos lleve a desórdenes del carácter, caso en el que se requiere de apoyo profesional para recuperar el equilibrio, esto es; ni tan intensa que nos ciegue, ni tan fría que nos aleje de la realidad.

Cuando las emociones son más normales, y queremos ponerlas a nuestro servicio, el camino es dominarlas y el procedimiento nos es cada vez más claro: reconocerlas, analizarlas, encontrar su origen y aplicar una de las muchas técnicas disponibles, tales como caminar, hacer ejercicio físico, o practicar la relajación, la meditación.

2.1.3.3 Automotivación

Cuando se observa a aquellos que tienen éxito en alguna área del quehacer humano, los que sobresalen en los resultados de sus tareas, que progresan continuamente en su vida, es frecuente que se haga la pregunta ¿cómo lo hacen? La respuesta es sencilla: se esfuerzan.

El esfuerzo y dedicación que estas personas dedican al desempeño de sus responsabilidades es notable, pueden permanecer durante largos periodos de tiempo enfrascados en una actividad, con un celo y apego que a los observadores externos les puede parecer excesivo, no entienden por qué lo hacen con tanta alegría y con ese placer que reflejan al realizar la tarea, se dedican con verdadera pasión.

La fuerza que impulsa a los triunfadores es la motivación interna, no es una obligación o algún modo de coerción externa. Esta motivación tiene su base en rasgos emocionales muy bien determinados como son el entusiasmo y la persistencia.

El entusiasmo es un estado emocional de tono positivo donde predomina el buen humor, la alegría, la disponibilidad y una actitud abierta a todas las posibilidades; se dispone de mucha energía y espontaneidad, y se observa una conducta diligente y bien canalizada.

La persistencia por su parte es la capacidad de mantener la atención, energía y actividad concreta en una tarea particular, durante todo el tiempo que sea necesario, hasta la consecución de un objetivo específico.

Si alguien logra reunir estos dos estados, sus resultados necesariamente serán mejores que los de los que no los poseen. Pero requieren de algunas características importantes que los acompañen:

1. La primera es la tolerancia a la frustración, ya que el perseguir una meta elevada, generalmente va acompañada de tropiezos, de contratiempos y obstáculos, en que las personas sobresalientes tienen la capacidad de reponerse rápidamente de los fracasos y continuar con su actividad.
2. La segunda es el control de los impulsos, sobre todo el impulso de abandonar por una tarea más fácil o bien de sucumbir a los estados emocionales de depresión, derrota o ira. Este control es factible gracias a un proceso de inhibición de las señales límbicas por estados corticales superiores (lo que hemos llamado templanza) y que les permite encausar esa emoción a un objetivo de manera positiva.

3. La tercera es la capacidad de postergar la gratificación, es decir sacrificar las posibles gratificaciones que suponen abandonar un proyecto, a favor de una gratificación instantánea tal como ir a una fiesta o ponerse a descansar, para en su lugar obtener una satisfacción mayor como la de lograr una meta elevada.

Por otro lado, estas personas (al contrario de quienes no sobresalen o tienen un desempeño normal), son capaces de aprovechar la ansiedad que produce el trabajo cotidiano, la anticipación y la preocupación.

Todos tienen la facultad de anticiparse a cualquier situación, lo que permite planear la manera más adecuada de actuar, incluso pueden generar una gran cantidad de alternativas para los casos en que piensen en que pudieran ocurrir desviaciones u obstáculos, precisamente así es como aprovechan las personas exitosas esta capacidad humana, por el contrario las personas que no controlan sus emociones, la utilizan para mantenerse en una preocupación constante, viajan de un posible desenlace negativo a otro y no encuentran paz, entonces la anticipación y ansiedad tienen un signo negativo que termina por ser incapacitante, llena de temor a la persona y así evita cualquier alternativa, ya que cualquiera será amenazante.

La anticipación también genera una cierta tensión, un estado de ansiedad que si se aprovecha positivamente se convierte en un estado levemente eufórico de anticipación positiva que nos alimenta de energía para actuar a favor de la meta (se ha descubierto que este estado levemente eufórico es el óptimo para generar ideas creativas).

Otro requisito es el buen humor, cuando una persona se siente alegre y contenta, ve las situaciones de manera más positiva que si la persona se encuentra deprimida o triste. Por ello es por lo que la risa y el buen humor son buenos consejeros, ya que animan a asumir mayores riesgos y responsabilidades y a encontrar mayores posibilidades de éxito en los planes que se propongan; además de ayudar a ser

más flexibles en su postura, ya sea ante las diferentes opciones o ante las opiniones de los demás.

El último requisito necesario para mantener una postura de entusiasmo y persistencia es el pensamiento positivo, entendiéndose por éste una actitud de optimismo y esperanza, una creencia positiva en sí mismo, en su propia fuerza, capacidad y voluntad para salir adelante en las metas que se propongan. Si la persona cree que puede entonces lo intenta y lo vuelve a intentar, pero si por el contrario cree que no puede, entonces no lo intenta ni siquiera una vez. Cuando existe una postura de esperanza y optimismo, las metas son altas y entonces la persona tiene que demostrarse a sí mismo que si puede.

La esperanza es la expectativa de que las cosas saldrán bien a pesar de los numerosos obstáculos y frustraciones y considera que los fracasos no son una fuente de desaliento, sino de aprendizaje, ya que le da el valor de guías que le indican que ese no es el camino correcto y que no debe intentar más por ahí.

Cuando todas estas emociones, sentimientos y actitudes están alineadas en torno a una meta u objetivo, que para la persona vale la pena, entra en un estado psicofisiológico muy especial conocido como “flujo” en el que queda absorto en ella y puede perder la noción del tiempo, dedicado en cuerpo y alma al asunto que le ocupa; realiza esa tarea con tanta maestría que la hace aparecer como si fuera muy sencilla de realizar y la realiza con tanto placer que puede mantener la disciplina y la atención en ese acto. Ésta, es una habilidad natural que las personas tienen en la que se observa una disminución cortical y una atención relajada, un equilibrio total y una disposición de todos nuestros recursos.

2.1.3.4 La empatía y sus bases

La empatía es la habilidad de reconocer los sentimientos y emociones de otras personas y actuar apropiadamente de acuerdo con su plena comprensión, es la delicada y sutil percepción de los estados psicofisiológicos y emocionales de los

demás, que nos permite entender las expectativas y necesidades de otros, más allá de nuestras propias necesidades, responder con la conducta apropiada y ser certeros en nuestras relaciones con los demás. En resumen, es la habilidad de descifrar en forma correcta las señales emocionales y actuar en consonancia.

La palabra empatía tiene su origen en el griego *empathēia*, que significa “sentir dentro” y que, en su origen como término psicológico, describía la habilidad de percibir la experiencia subjetiva de otra persona, a través de la imitación psicofisiológica y que evoca los mismos sentimientos dentro de uno mismo.

Bases de la empatía

Esta habilidad requiere un alto desarrollo en la capacidad de autopercepción, de conciencia de uno mismo y del reconocimiento y aceptación de los propios sentimientos.

Los instrumentos que permiten percibir los estados emocionales de los demás son sus propios indicadores somáticos, que deben estar bien afinados para permitir detectar con precisión, ya sean las señales que vienen de fuera o de dentro de uno mismo.

Por otro lado, el que se pueda ser empático, depende de la capacidad para salirse de uno mismo y posponer las propias necesidades para interesarse activamente en los demás.

El 90% del mensaje emocional no está expresado en palabras, éste consta más bien de otro tipo de señales muy sutiles tales como: tono de voz, lenguaje corporal, tono fisiológico, silencios, gestos casi imperceptibles, brillantez de los ojos, ritmo de la respiración, entre muchos otros; por lo que para poderlas detectar necesitamos sobre todo la capacidad para mantener nuestra atención e interés en la otra persona, por medio de una escucha activa y así expresar tácitamente al otro que lo entendemos y sentimos en sintonía con sus propios sentimientos. La empatía exige

suficiente calma y sensibilidad para que las señales sutiles de los sentimientos de otra persona puedan ser recibidas e imitadas por el propio cerebro emocional, lo que significa que difícilmente en un estado de distracción o descontrol, se puede uno dar cuenta de ello. (Goleman, 2012)

Cuando las personas son empáticas, les hiera herir a otros, o verlos lastimados; por lo que la empatía es la fuerza con la que se construye la regla de oro: “No hagas a los demás lo que no quieres para ti mismo”.

La incapacidad de sentir empatía conduce a las personas a tener conflictos continuos con los demás hasta el extremo de producir conductas desviadas socialmente, de hecho, la desviación psicopática, que se caracteriza por desapego emocional y carencia de remordimientos, orilla a los psicópatas a cometer los más terribles crímenes en contra de la humanidad.

Ser capaz de entender y manejar las propias emociones (autodominio) y las emociones del otro (es decir la empatía), es la esencia del arte de mantener relaciones sanas y productivas.

El conflicto es inherente a la interacción humana, por lo que desde etapas tempranas se desarrollan habilidades para la evaluación, la negociación y el compromiso, basado en el reconocimiento y calibración de las necesidades de nuestros semejantes.

Estas son las capacidades que contribuyen a la eficacia en el trato con los demás; aquí los déficits conducen a la ineptitud en el mundo social o a los desastres interpersonales repetidos. En efecto, es precisamente la ausencia de estas habilidades lo que puede hacer que incluso los más brillantes intelectualmente fracasen en sus relaciones, apareciendo como arrogantes, desagradables o insensibles. Estas habilidades sociales le permiten a uno dar forma a un encuentro,

movilizar o inspirar a otros, prosperar en las relaciones íntimas, persuadir e influir, tranquilizar a los demás. (Goleman, 2012)

Se pueden identificar los principios de la empatía como:

1. Demostración emocional. Mantener buenas relaciones interpersonales con la mayor parte de la gente que nos rodea requiere sutileza y habilidades de demostración emocional socialmente adecuada de acuerdo con la cultura, es decir, debemos tener la habilidad de percibir en cada caso las reglas sociales imperantes y las señales que nos indiquen lo que se espera en cuanto a la expresión de los estados emocionales, una expresión fría o demasiado efusiva, pueden ser mal vistas y producir un efecto contraproducente.
2. Reglas sociales. Cada grupo puede tener las suyas, y en cada situación debemos estar al pendiente de ellas, ya que su función principal es hacer que las personas involucradas se sientan cómodas.
3. Sincronía. Entre mayor coordinación exista entre los estados de ánimo con las personas con las que estamos conviviendo, mayor será la compenetración, es decir, la percepción de afinidad y sensación de entendimiento entre ambas partes. La sincronía del estado de ánimo determina que uno sienta que una interacción salió bien o no.
4. Contagio emocional. Las emociones son contagiosas, podemos transmitir una emoción positiva que va a impactar a la otra persona o una negativa que la va a contagiar y hacerla sentir mal.
5. Primer impacto óptimo. Como sabemos, la comunicación de emociones es en su mayoría no verbal, a través de la postura corporal, los gestos, el tono de voz y el estado fisiológico; que se percibe de una manera muy sutil y es captada a través de la intuición. Esta comunicación no verbal tiene un

impacto determinante en el clima que prevalecerá durante todo el encuentro, por lo que debemos ser cuidadosos en construir un buen primer impacto.

6. Solución de conflictos. La primera regla es evitarlos de manera sutil, estando atentos a las necesidades y expectativas de los demás, pero una vez que surgen, nuestra actitud deberá ser en todos los casos de reconciliación. El evitar enfrentar directamente las posturas de los demás lo único que generará será resentimientos y cierra las posibilidades de un acuerdo futuro, por lo que es más conveniente ceder en principio para posteriormente poder negociar nuestra postura y conciliar los posibles puntos de acuerdo.

Cuando manejamos conscientemente estos principios es factible que de una manera voluntaria preparemos el estado de ánimo adecuado a la situación y que por imitación inconsciente que hará la otra persona, podremos contagiarla y generar desde el inicio un clima que nos sea más propicio para el intercambio social. La facilidad para relacionarse es una de las cualidades más importantes que uno pueda poseer. Para ser un buen actor o un buen vendedor, un buen padre o un buen amigo, un buen persuasor o un buen político, lo que se necesita en realidad es capacidad de relación, la facilidad para establecer lazos humanos comunes y fuertes para saber comprender a otros (Robbins, 1998)

2.1.4 Otras teorías sobre la inteligencia emocional

Como se ha mencionado, la primera definición formal como término de la inteligencia emocional (IE) fue la que realizaron Salovey y Mayer (1990), quienes la definieron como la capacidad para poder monitorear los sentimientos y emociones de uno mismo y de otros, poder distinguirlos y utilizar dicha información con el fin de orientar nuestro pensamiento y actuar. Consecuentemente y con el afán de un mejor estudio de la IE, también se formularon dos modelos básicos que Mayer, Salovey y Caruso (2000) describen de forma clara. Por una parte, el modelo de

capacidad considera a la IE como una forma cognitiva pura que utiliza las emociones de manera adaptativa en la generación de pensamientos.

Por otro lado, el modelo mixto considera a la IE como un conjunto de habilidades cognitivas además de rasgos estables de personalidad, competencias socioemocionales y factores motivacionales (Fernández y Extremera, 2005). Adicionalmente, la IE podía ser medida de acuerdo con dos visiones distintas (Pérez, Petrides, y Furnham, 2005; Petrides y Furnham, 2001). La primera toma de referencia a la IE capacidad, vista como una capacidad cognitiva emocional que debería ser medida a través de la prueba de rendimiento máximo. Por otro lado, se presenta la IE como rasgo, que refiere a la autoeficacia emocional a las percepciones propias acerca de cómo se reconoce, procesa y se utiliza la información emocional, que debe ser medida a través de cuestionarios de auto informe.

En base al antes mencionado modelo mixto y considerando como forma de medida la IE rasgo, Wong y Law (2002) desarrollaron la Escala de Inteligencia Emocional de Wong y Law (WLEIS) en primera instancia para tener un instrumento breve que se pueda utilizar en investigaciones acerca del liderazgo, administración y rendimiento laboral. Para elaborar esta escala, los autores utilizaron la definición de Davies et al. (1998), quienes expresan que la IE está compuesta por las cuatro siguientes dimensiones:

- a. Valoración y expresión de las emociones propias. Área que hace referencia a la capacidad individual para comprender y expresar las emociones sin dificultad.
- b. Valoración y reconocimiento de las emociones en otros. Capacidad para poder examinar adecuadamente las emociones de las personas a nuestro alrededor.

- c. Regulación de las propias emociones. Capacidad para modular las emociones.
- d. Uso de la emoción. Orientación de las emociones hacia la realización de acciones productivas.

Es precisamente el mencionado instrumento de auto-informe el que se consideró que tiene las mejores características para ser utilizado como instrumento para la captación de la información para el análisis de los constructos planteados.

Sin duda el desarrollo y el crecimiento de cualquier país se basan en el número y la calidad de las empresas que existen en él, ya sean industriales, comerciales, gubernamentales o de servicios. Tocar el tema empresas abre un amplio campo para la investigación y el análisis, no solo por el impacto que éstas tienen en los distintos sectores de la economía en términos de la valorización de sus productos o servicios, sino también por su incidencia en la generación de empleo, el desarrollo regional, la innovación de productos y procesos y la investigación, entre otros aspectos.

2.2 ¿Qué es el emprendimiento?

Si bien es fundamental analizar el tema empresas, no lo es menos referirse primero a quienes las crean, ya sea aportando ideas innovadoras, cristalizándolas y tomando el riesgo de echarlas a andar, más con la pasión que con la razón, como lo hacen los emprendedores, o como los empresarios, que, más que con el corazón, también invierten recursos a largo plazo, con la mente controlando las emociones y con un marcado ánimo de lucro, evaluando y valorando el riesgo, en empresas no necesariamente innovadoras, pero sin duda igual de importantes por el impacto económico que generan. (Castro, Saavedra, & Camarena, 2015)

2.2.1 El emprendimiento como campo de investigación

El emprendimiento, o entrepreneurship, es un área del conocimiento nueva en el ámbito global de la investigación (Matiz, 2009); a partir de los años ochenta la creación de empresas comenzó a tomar un importante auge como campo de investigación científica (Stevenson y Jarillo, 1990; Bygrave y Hofer, 1991; Díaz et al., 2005), razón por la cual es frecuente que se piense que no hay un acuerdo acerca del objeto de investigación en este campo (Bruyat-Julien, 2000, citado por Matiz, 2009). Las investigaciones en emprendimiento han adoptado teorías de otras disciplinas y las han adaptado para diversos fenómenos del emprendimiento (Shane y Venkataraman, 2000; Díaz et al., 2005; Zahra, 2006, citado por Matiz, 2009; Murphy, 2009), característica que facilita el intercambio intelectual con otras áreas de la gestión pero que a su vez dificulta el desarrollo de la teoría del emprendimiento y la legitimidad de esta (Busenitz et al., 2003, citado por Matiz, 2009).

Es así como, a lo largo del tiempo han surgido teorías del emprendimiento; tanto así, que algunas veces es descrito como una subdisciplina de la estrategia, por lo cual puede decirse que no se ha logrado acordar una sola definición de él (Reynolds et al., 2005; Mello et al., 2011), pero todas las definiciones se complementan. Los trabajos de investigación sobre el emprendimiento se han multiplicado durante los últimos años, aunque se ha desarrollado poco el análisis de la génesis del proyecto del emprendedor (Rodríguez y Jiménez, 2005).

A partir de los años ochenta la promesa de un paradigma teórico diferente ha persistido (Bygrave y Hofer, 1991) y la creación de empresas está tomando un importante auge como campo de investigación científica. Desde distintas ramas de las ciencias sociales (psicología, gestión estratégica, sociología, antropología y psicología social) se analizan los tipos de personas, las formas de explicar diferentes fenómenos empresariales (Shane y Venkataraman, 2000; Murphy, 2009) y se plantea que los empresarios a la hora de decidir crear una empresa se verán

influenciados por los factores del entorno (Thornton, 1999; Lounsbury y Glynn, 2001; Díaz et al., 2005).

Resulta interesante tener en cuenta que, además de la riqueza publicada de la que se dispone en el campo del emprendimiento, los académicos que han trabajado en esta área vienen realizando una serie de aportaciones prácticas de enorme riqueza y extraordinaria utilidad (Ronstadt, 1987; Nueno, 2009). El concepto del venture capital (capital riesgo) tiene su origen en el mundo académico (Nueno, 2009) y hoy se ha convertido para la industria a nivel mundial en una ayuda fundamental para que los emprendedores concreten sus ideas y puedan ponerse en contacto con posibles financiadores (Gartner, 1985; Stevenson y Jarillo, 1990; Bygrave y Hofer, 1991; Cable y Shane, 1997; Thornton, 1999; Zahra y Nambisan, 2011).

2.2.2 Antecedentes del concepto del emprendedor

Existen varias teorías acerca del emprendimiento, en sí los primeros estudios sobre el emprendedor hay que situarlos históricamente a finales del siglo XIX y principios del XX. Sin embargo, debe aclararse que no hay consenso sobre la teoría empresarial, pero sí se ha generado una variedad de aportes sobre el emprendedor (Flor y Lara, 2012).

Actualmente se han dado varios enfoques de investigación que abordan las teorías del emprendimiento: desde la psicología social, que asume que los empresarios son individuos con rasgos diferentes a los del resto de la sociedad (psicológicos: motivación, carácter; biográficos: orígenes familiares y sociales, educación, experiencia), los que hacen referencia a las condiciones del entorno: económico-financieros, geográficos, institucionales, funcionamiento de los mercados, sistemas de educación y de ciencia y tecnología, valores predominantes en la sociedad), determinantes en la creación empresarial y un tercer enfoque ecléctico, que

considera tanto los rasgos psicológicos y biográficos como los factores del entorno (Gartner, 1985; Stevenson y Jarillo, 1990; Valdaliso y López, 2000).

2.2.2.1 Múltiples acepciones del término emprendedor

Emprender es un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en el que sea empleado; se encuentran varias maneras de definirlo y entenderlo, pero, muchos autores coinciden en que dicho vocablo se deriva de *entrepreneur*, que a su vez se origina del verbo francés *entreprendre*, que significa “encargarse de” (Moncayo, 2008), empleado para designar a los responsables de expediciones militares. En Inglaterra los emprendedores recibieron diversos nombres, como: *undertakers, adventurers y projectors* (Valdaliso y López, 2000). En el Reino Unido *entrepreneur* es quien dirige una empresa o es empresario, mientras que en Estados Unidos y Canadá es quien negocia o financia negocios, los dirige u organiza.

En inglés las acepciones de *entrepreneur* aluden al productor (producer). En francés, es el hombre de empresa (Gámez, 2008). Como se comentaba al inicio, la palabra emprendedor proviene del francés *entrepreneur* (pionero), utilizada inicialmente para referirse a aventureros que, como Colón arribaron al Nuevo Mundo sin saber con certeza qué esperar en él. Hoy en día, esta misma actitud hacia la incertidumbre es lo que caracteriza al emprendedor.

Posteriormente fue usado el término para identificar a quien comenzaba una empresa, y fue ligado a empresarios innovadores (Castillo, 1999; González et al., 2010), especialmente a quienes comienzan una empresa comercial, pero también puede relacionarse con cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque este no tenga fines económicos (Formichella, 2004).

Tabla 2.1. Definiciones de emprendedor

Definición del emprendedor	
Autor	Definición
Richard Cantillon (1975)	Una persona que se caracteriza por comprar productos a precios conocidos para venderlos a precios desconocidos
Schumpeter (1934)	Ente generador de crecimiento económico. Destructor creativo (proceso de desarrollo caracterizado por la innovación constante)
Cantillon, Thunen y Baudeau(citados en Rodríguez, 2009)	Tomador de riesgo y persona demasiado inteligente.
Benthan y Smith (citados en Rodríguez, 2009)	Tomador de decisiones con riesgo innovador y como trabajador innovador
Pereira (2003)	Es quien percibe la oportunidad y crea la organización para aprovecharla
De Vries (1977)	concibe e implementa una idea a través de la innovación, administración y toma de riesgos
Drucker (1970)	Ejecuta las tareas de proyección, combinación, innovación y anticipación
Baumol (1968)	Es más que un organizador y que un innovador, debe conseguir nuevas fuentes de recursos y métodos de mercadeo y estructurar una nueva organización
Dees (1988)	Es capaz de destrucción creativa, creación de valor, identificación de oportunidades e ingenio.

Fuente: Bucardo, Saavedra, & Camarena, 2015.

Actualmente se hace distinciones entre el emprendedor, el inversionista y el empresario. Así, Zorrilla (2009) hace referencia a ellos de esta forma: emprendedor, quien tiene la idea y el concepto de un producto o servicio a realizar; inversionista, quien pone a disposición el capital necesario para el sostenimiento inicial y la puesta en marcha del negocio y finalmente y no menos importante, el empresario es la persona que se encargar de administrar y rendir cuentas del negocio.

También se hace necesario enfatizar que no existe una receta única y mágica que a todos les dé el mismo resultado, puesto que las personas pueden tomar decisiones diferentes cuando se enfrentan a las mismas oportunidades, siendo los factores externos un papel importante en las decisiones a tomar (Shane et al.,

2003). Otros afirman que “cada cabeza es un mundo” y por lo tanto cada uno piensa y se comporta de manera distinta (Zorilla, 2009).

El conocimiento y la forma que toma un significado en un contexto particular puede llegar a perder su sentido y valor cuando se retira de la configuración original (Zahra y Nambisan, 2011), lo cual significa que las recetas simplistas generalmente se basan en las experiencias o los rasgos de un tipo de empresario que no se aplican necesariamente a otros (Ronstadt, 1987). Un empresario puede ser emprendedor o no, pero, por ejemplo, el emprendedor nunca deja de ser innovador, así que no hay unidad de criterios en la definición del término, ni en la caracterización de quien emprende y crea empresa (Gámez, 2008).

Bucardo, Saavedra y Camarena ilustran en la tabla 1 la evolución del concepto de emprendedor a lo largo de la historia.

2.2.2.2 Caracterización del emprendedor.

Las investigaciones recientes señalan que el emprendimiento no está relacionado con características particulares de la personalidad, sino con una forma de comportamiento que puede ser cambiado y aprendido (Amit y Muller, 1994, citado por Castillo, 1999).

Se puede afirmar que la creatividad no es tan solo una característica de la personalidad, sino que también puede ser vista como un proceso, un producto, incluso como una construcción social (López, 2000), lo cual significa que la actividad creadora debe tener un valor para alguien diferente de la persona creativa (Moncayo, 2008).

Luego de presentar estos aportes, se puede afirmar que en general el emprendedor es considerado como una persona creativa, persistente, innovadora, flexible, dinámica, capaz de asumir riesgos, generadora de empleo, transformadora de

recursos, entre otras actividades económicas, sociales, ambientales y políticas. Asimismo, estos aportes indican que las nuevas investigaciones del emprendedor se están preocupando por su entorno y contexto; por la visión holística, sistémica y compleja (escuelas del pensamiento), presentándose como una fortaleza para estas corrientes, lo que permite hablar de responsabilidad social (y otro tipo de emprendedores, como el social, cívico).

Todo esto difiere de los primeros pensadores (clásicos, neoclásicos, Schumpeter, austriacos), en el sentido de que su debilidad fue enfocar al emprendedor de forma simplista, solo relacionado con la parte económica y los cambios que este generaba en el mercado. De los enfoques presentados, el más completo, preciso y confiable es el propuesto por la organización Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en el cual un equipo de expertos rinde la evaluación anual sobre las actividades empresariales y las aspiraciones y aptitudes de los individuos en una amplia gama de países. Este estudio es el más grande sobre la dinámica emprendedora en el mundo, revelando las características detalladas relacionadas con la actividad empresarial.

Pese al gran interés por parte de investigadores de diversas disciplinas, académicos y organizaciones públicas y privadas, la complejidad del tema no ha permitido que los investigadores se pongan de acuerdo en los conceptos y en una única teoría. Pero, en su conjunto, se complementan una de la otra; por tanto, el emprendedor y el emprendimiento deben verse como un evento contextual en un ecosistema, bajo un pensamiento sistémico que difiere de una persona a otra, de ahí que no se deba buscar una receta mágica que conduzca al éxito. Esta situación reta a los interesados en el tema a unir esfuerzo con los eruditos de otros campos, en la búsqueda de crear un cuerpo teórico y sistemático de información sobre el emprendimiento, debido a que en estos momentos las investigaciones son empíricas y se requiere mayor soporte teórico. De esta forma, se demuestra a los escépticos que es posible crear las bases teóricas y contrastarlas con investigaciones empíricas. (Herrera Guerra & Alexandra, 2013)

García et al. (2007) señalan que no hay duda de que va en aumento el consenso sobre la existencia de diferentes causas detrás de los procesos del espíritu emprendedor, como apuntan MacMillan y Katz (1992), Zahara (1991), Naffzinger (1995) y Paige (1999), mencionan que la proliferación de estos planteamientos teóricos, tanto en investigación como en estudios descriptivos, hace de este campo un terreno todavía por explorar y que no proliferó en investigaciones desde Schumpeter hasta los años ochenta, y a partir de esa década hasta nuestros días es cuando se han impulsado las investigaciones, lo cual supone que cualquier esfuerzo en este sentido es bien recibido en la comunidad científica. También señalan que, aunque estamos en un periodo de pre-ciencia, hay bases ya cimentadas para desarrollar trabajos a partir de los iniciados, lo que permite ir avanzando en esta faceta del emprendedor.

Al respecto hay preguntas muy interesantes que numerosos estudios plantean; por ejemplo, Herron (1994 citado en García, et al. 2007) hace las siguientes preguntas: ¿las características del emprendedor tienen realmente un impacto significativo en la creación y el desarrollo de la empresa? y ¿cuáles de estas características son más significativas o imprescindibles para el emprendedor? Él mismo da una respuesta sin constatar, afirmando que existen fundadas razones para pensar que unas características determinadas afectan positivamente a la creación y el desarrollo de un proyecto empresarial de éxito.

García et al. (2007) señalan que Boliko (1996) y Selameab (1997) plantean: ¿cuáles son las características que posee el emprendedor de éxito y el grado de importancia de cada una? Naffzinger (1998) argumenta que cualquier trabajo de investigación que en este sentido intente dar respuesta a preguntas de esta índole tendrá dificultades, ya que individuos carentes de cualidades emprendedoras intentarán comenzar la creación de sus propios negocios para salir de situaciones de crisis laboral, como vemos en el entorno actual.

La comunicación constante con aceleradoras de negocios, incubadoras de empresas, fondos de inversión y empresarios individuales en distintos foros relacionados con temas de emprendimiento permite fijar un criterio que contribuye a evaluar las características que en diversos estudios, artículos y foros se publican constantemente respecto a las características del emprendedor.

Si proponemos una clasificación, diríamos que el emprendedor - implementador cree en su proyecto y no cejará hasta llevarlo a cabo, sin que el riesgo implícito de fracaso le afecte en su determinación; y si fracasa, buscará un nuevo proyecto. Este emprendedor se diferencia del emprendedor-diseñador en que este solo genera ideas novedosas, pero no tiene la actitud para llevarlas a cabo, y se diferencia del emprendedor-empresario en que este une el corazón a la razón, mide el riesgo, echa a andar la empresa y su visión es de planeación a largo plazo. (Castro, Saavedra, & Camarena, 2015)

2.2.2.3 Emprendedor o empresario

Ambos términos por lo general se toman como sinónimos, cuando en realidad están debidamente marcadas las diferencias entre uno y otro concepto. Un emprendedor no necesariamente es un buen empresario, ni un empresario es necesariamente un emprendedor, aunque existen más casos de emprendedores-empresarios exitosos (Steve Jobs, Bill Gates, Michael Dell, por citar algunos de los más conocidos) que de empresarios-emprendedores exitosos. El Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua señala las siguientes definiciones:

- Emprendedor. Que emprende con resolución acciones difíciles.
- Empresario. Titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa.

De acuerdo con las definiciones señaladas, podemos identificar la primera gran diferencia entre los términos: el emprendedor emprende acciones innovadoras, siendo que el empresario, como su nombre indica, está íntimamente ligado a las empresas, ya sea en su papel de propietario, socio o directivo.

En términos simples, el concepto de empresario se refiere a quien aporta recursos para establecer una empresa y dirigirla. La realidad es que el concepto entraña una complejidad bastante más profunda de lo que pudiera parecer. En su origen, el empresario se visualizaba conforme al concepto señalado inicialmente; los economistas clásicos fundamentaron sus teorías en este perfil. Con el tiempo, la aparición de las grandes empresas dio origen a diferentes conceptos de empresario: el que aporta recursos y el que dirige la empresa. Sería cuestionable considerar si quien aporta recursos a una empresa es realmente un empresario; las sociedades por acciones conforman capitales destinados a la creación de empresas, pero quienes aportan capital no necesariamente dirigen la empresa.

Desde un punto de vista económico, los inversionistas o capitalistas son los agentes económicos que controlan los medios de producir riqueza; en el concepto de economía marxista, los capitalistas son una clase social identificada como la burguesía industrial, que se contrapone a la clase proletaria o de los trabajadores, la cual se ve obligada a venderle su fuerza de trabajo para sobrevivir. Cabe adicionar que el capitalista o inversionista aporta recursos para la creación de empresas, pero no es la única fuente disponible para obtenerlos: los créditos o la deuda son también otra alternativa, en sus diferentes variantes. Por otra parte, a partir de los economistas neoclásicos se empieza a diferenciar la función del empresario administrador que, si bien no aporta recursos a la empresa, sí la dirige.

Zaratiegui (2002), en concordancia con economistas de la primera mitad del siglo xx, establece que hay dos tipos de empresarios: los propietarios y los directivos, división que se origina con el crecimiento de las empresas y en la que la antigua

figura del empresario que aportaba su capital y su trabajo va desapareciendo al definirse el interés del propietario o accionista en los dividendos, y el interés del directivo en el crecimiento de la empresa por el estatus que le representa y por el mayor sueldo; esta afirmación de Zaratiegui se basa en la división que Marshall realiza de los empresarios: los que innovan y mejoran los métodos de su negocio y los que siguen caminos trillados.

Para Shumpeter las características del empresario deben ser iniciativa, visión, imaginación y liderazgo y al contrario de lo que Knight opina, para Shumpeter el empresario y el propietario pueden ser personas diferentes. Considera que un individuo que trabaja por cuenta propia es un empresario, aunque los trabajadores por cuenta ajena (empleados de una empresa) también pueden llegar a serlo, siempre y cuando unos y otros lleven a cabo nuevas combinaciones.

En consecuencia, Schumpeter excluye de su concepto de empresario a los gerentes, directores o demás empleados de una empresa que se limitan a desarrollar actividades rutinarias en la explotación del negocio.

Bucardo y sus colaboradores muestran igualmente, un resumen esquemático de la evolución del concepto de empresario que nos permite tener un panorama más amplio de éste, el cual se muestra en la tabla 2.2

Tabla 2.2 Principales teorías del emprendedor

Principales Teorías del empresario		
Teoría	Autor	Concepto
Teoría del empresario como capitalista	Adam Smith	Concepto de empresario como propietario de los medios de producción y patrón o maestro del trabajo.
Teoría del empresario como agente u hombre de negocios	Richard Cantillon y J. B. Say	Concepto del empresario como agente u hombre de negocios que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en un producto que venderá a un precio incierto en el momento de comprometer sus costes.
Teoría del empresario como cuarto factor de la producción; factor de organización	Alfred Marshall	Concepto de empresario como cuarto factor productivo, con el que se aporta el conocimiento a través de la organización y cuya función es la dirección de los negocios
Teoría del empresario de riesgo	Frank Knight	Concepto de empresario como figura que asume el riesgo de la actividad económica al anticipar el producto nacional, creando y asegurando rentas, por lo que el beneficio empresarial o renta residual es el beneficio es la remuneración de dicho riesgo
Teoría del empresario innovador	Joseph Shumpeter	Concepto de empresario como innovador o agente principal del desarrollo económico capitalista, consecuencia del cambio tecnológico. Liderazgo innovador que justifica su beneficio como renta residual de la economía
Teoría del empresario control o tomador de decisiones	Herbert Simon	Concepto del empresario como hombre administrativo que toma decisiones para llevar el control del proceso económico
Teoría del empresario como tecnoestructura	Jhon K. Galbraith	Concepto de empresario como función directiva, normalmente compuesta por un grupo de expertos en la elaboración de decisiones consecuencia de la separación de la propiedad y el control de la gran empresa

Fuente: Bucardo, Saavedra, & Camarena, 2015

2.2.2.4 Información estadística sobre características de los emprendedores

La firma Ernst and Young (EY) estudia a aproximadamente 685 emprendedores a nivel mundial en 2011 y arroja información relevante respecto a las características de los emprendedores, su mentalidad y sus habilidades, destacando los siguientes hallazgos:

- La mayoría considera que la experiencia laboral previa y la educación superior son factores de éxito.

- El 45% de los emprendedores encuestados por EY iniciaron su primer negocio entre los 20 y los 29 años y el 31% lo inició entre los 30 y los 39 años. Solo un 10% lo inició con menos de 20 años.
- El principal factor de éxito como emprendedor para el 33% de los encuestados es haber trabajado previamente como empleado, seguido de un 30% que atribuye su éxito a una educación superior. Lo anterior se explica si se considera que entre los 20 y los 29 años la mayor parte de los jóvenes no tienen aún compromisos familiares que limiten su interés en tomar riesgos, y entre los 30 y los 39 años, aun teniendo familia, se cuenta con experiencia laboral y cierto capital que incentiva a tomar el riesgo.
- La encuesta arroja que la educación superior es un factor que también se considera como base del éxito; una buena orientación hacia el desarrollo de la capacidad innovadora y la vivencia de un entorno creativo motivan a un gran número de estudiantes a desarrollar actividades de emprendimiento que derivan en nuevas empresas; cabe aclarar que hay casos extremos donde no necesariamente se concluye la universidad para ser emprendedor exitoso, pero no todos los días aparecen los Gates, los Dell o los Zuckerberg que dejaron la escuela para alcanzar el éxito con el desarrollo de sus innovaciones.

2.2.2.5 Las principales barreras para que los emprendedores alcancen el éxito

El problema del financiamiento afecta no solo a los emprendedores, sino a las empresas en general. Si para una empresa en marcha de tamaño pequeño o mediano es difícil conseguir financiamiento, para una empresa que empieza a funcionar es casi imposible obtener recursos sin un historial exitoso previo. Está claro que los bancos y las fuentes de financiamiento tradicionales no son opción

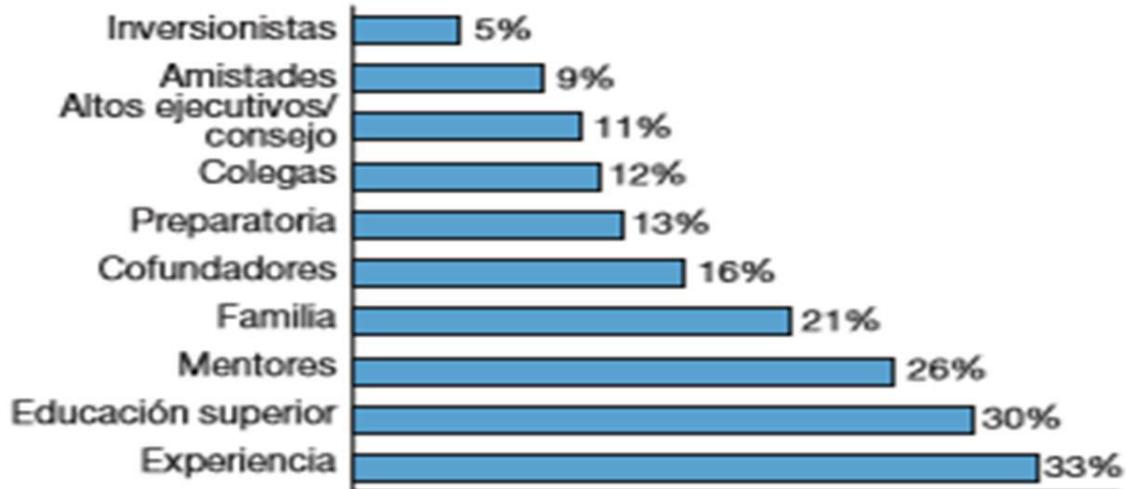
para un nuevo negocio, que empieza normalmente son los fondos de inversión especializados la alternativa externa para obtener recursos que apalanquen el inicio del negocio, además de los recursos propios o de familiares y amigos.

- En términos del emprendedor, primero surge la idea, se crea un prototipo, se inicia la empresa emergente (*start-up*) y, si todo va bien, la organización transita por tres fases de crecimiento, con duración variable en función de sus características; desarrollo temprano (*early growth*), expansión y madurez. Para el financiamiento, en su arranque el emprendedor se financia con amigos, familia y otros (*fools, family and friends*) o con capital semilla (*seed capital*), en su etapa de prototipo por lo general en donde participan los inversionistas ángeles y en el arranque, el desarrollo temprano y hasta antes de su expansión, participan los fondos de capital de riesgo. Después de esta etapa generalmente, al tener ya una historia exitosa, los bancos y los fondos *mezzanine* participan en el financiamiento y en etapas más avanzadas se generan alternativas más

sofisticadas, como podrían ser fusiones, adquisiciones y/o aportaciones de capital privado de inversionistas o fondos.

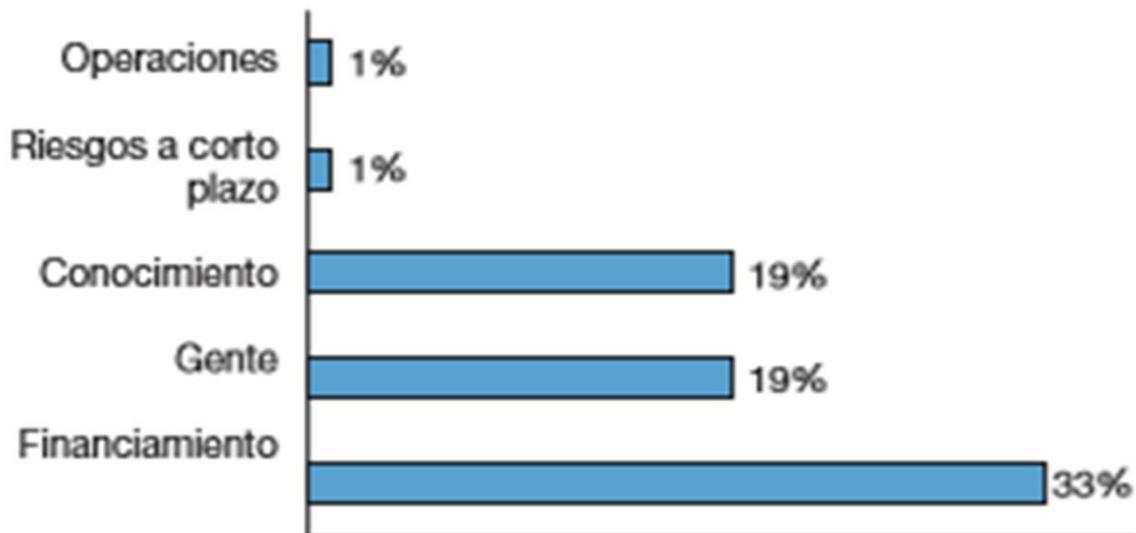
Entre los gráficos más importantes que EY muestra se encuentran los relativos a los factores que contribuyen con el éxito de los emprendedores, ver figura 2.3 y los retos principales que estos enfrentan para tener éxito al iniciar un negocio.

Figura 2.3. Factores que contribuyen al éxito de los emprendedores



Fuente: Bucardo, Saavedra, & Camarena, 2015

Figura 2.4. Retos principales para tener éxito al iniciar un negocio



Fuente Bucardo, Saavedra, & Camarena, 2015

El estudio de EY hace referencia al dilema de ser rico o ser rey que señala Wasserman (2012) o la trampa de control como lo llama De Vries (1977), lo que se refiere a que si el deseo de riqueza (ser rico) es lo que impulsa al líder emprendedor, se debe aceptar capital de fuera, renunciar al mando y gozar de un pedazo más pequeño de un pastel más grande. Si el deseo de dirigir un negocio exitoso (ser rey)

es una motivación más fuerte, la elección debe ser depender del financiamiento de deuda o del autofinanciamiento, mantener el control de la compañía y aceptar que el crecimiento podría verse restringido.

Según Wasserman (2012), un problema común es que muchos emprendedores insisten en ser tanto ricos como reyes. Además, muchos líderes emprendedores podrían no tener claro lo que valoran más (ser rico o ser rey), y esto podría dar pie a decisiones incongruentes.

De Vries (1977) señala un resultado más destructivo asociado con la retención del control. Esto significa que el fundador se rodea de gente que en todo momento está de acuerdo con él, cierra el paso a los argumentos en contra y ejerce influencia en

los medios de negocio tanto al reto de encontrar a la gente correcta con las habilidades y los valores necesarios para ejecutar la visión estratégica del líder emprendedor, sin caer en la trampa de la retención del control mencionada anteriormente por De Vries (1977) y la necesidad de que el emprendedor tenga el conocimiento adecuado para que progrese su negocio.

Lo anterior está relacionado con la analogía de la forma en “T” (Guest, 1991), que se refiere a las características que ilustran la importancia del conocimiento, según esta analogía, la línea vertical de la “T” estaría referida a la profundidad del conocimiento sobre un tema específico y la línea horizontal, a los conocimientos generales requeridos para dirigir una empresa exitosa.

Complementando los hallazgos de Ernst and Young (2011), García et al. (2007), hacen una interesante propuesta respecto las características que configuran el espíritu emprendedor de los creadores de las Pymes con éxito, aunque se debe aclarar que su estudio está enfocado a emprendedores en España.

La propuesta mencionada establece que hay dos grupos de factores que contienen dichas características.

Tabla 2.5 Retos principales para tener éxito al iniciar un negocio

Características del emprendedor	
Factores generadores	Contienen las características esenciales en el espíritu emprendedor de índole intrapersonal
Primer nivel	Creatividad Fuerte voluntad Vanidad
Segundo nivel	Nivel de profesionalidad alto Confianza en las personas al inicio Selección de personal adecuado
Tercer nivel	Buen carácter Independencia
Factores potenciadores	Contienen las características que contribuyen a desarrollar el espíritu emprendedor
Primer nivel	Ambición Buscar personas para el equipo Espíritu de sacrificio Arriesgado
Segundo nivel	Insatisfacción laboral Necesidad Audacia
Tercer nivel	Entusiasmo Ilusión

Fuente: Bucardo, Saavedra, & Camarena, 2015

Los autores destacan que a los factores potenciadores no se les concede la importancia que hasta ahora se da en muchos trabajos, ya que son aspectos del espíritu emprendedor que no conforman su núcleo cognoscitivo, sino que son características impulsoras, pero no determinantes.

CAPÍTULO 3. MÉTODO

3.1 Tipo de estudio

Se realizará un estudio de tipo exploratorio no experimental dado que se aborda la Inteligencia Emocional y sus competencias como factor explicativo del emprendimiento, perspectiva que ha sido poco utilizada para el estudio de ésta variable según la revisión de autores en el presente documento. Se hace énfasis en la investigación que realizan las autoras García Cabrera et al (2015)., quienes de manera sistemática revisan 117 trabajos de relevancia científica; de los cuales 88 corresponden a artículos científicos, 21 a libros, 5 a tesis doctorales y 3 más que se presentaron como working papers publicados en *Conference proceedings*. De éstos 117 documentos, únicamente 19 tratan de la relación entre la inteligencia emocional y el emprendimiento, trabajos que se presentaron entre los años 1998 y 2014.

Estudio de alcance descriptivo ya que habrá de organizar, resumir y presentar los resultados de manera informativa, así mismo se trata de un estudio de corte transversal ya que mostrará la prevalencia de los resultados en un tiempo específico; se le considera cualitativo por la naturaleza explicativa del fenómeno, cuantitativo porque, aunque sus características se describen en competencias, éstas serán expresadas en frecuencias para obtener datos numéricos. No menos importante es mencionar que se trata de un estudio ex post-facto ya que se trata de una búsqueda sistemática y empírica sobre variables que ya acontecieron en sus manifestaciones.

3.2 Modelo de investigación

3.2.1 Variables

A. Sujeto de Estudio.

1. Emprendedor. - Para fines de ésta investigación se considera emprendedor al sujeto que elaboró un plan de negocios de su proyecto de emprendimiento en el Centro de Incubación e Innovación Empresarial

del Instituto Tecnológico de Celaya, en los últimos uno a cuatro años, y que se encuentra actualmente en operación.

B. Moderadores.

Se relacionarán con el emprendimiento:

1. Formación profesional ya que se supone que un mayor grado de formación profesional proporcionará al emprendedor, mejores herramientas para llevar a la operación su emprendimiento y a través de la inteligencia emocional habrá de hacer un uso adecuado de ellas.
2. El nivel de Ingreso es un moderador considerado para medir el nivel socioeconómico de los emprendedores muestreados, permitirá clasificarlos por estratos económicos y visualizar la relación entre el emprendimiento exitoso y la parte monetaria permitiendo analizar su relevancia.

Para poder establecer los estratos socioeconómicos se tomaron en cuenta las clasificaciones determinadas por la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión AMAI, descritas en su nota metodológica “Nivel Socioeconómico AMAI 2018”, esto ya que es la herramienta de segmentación y clasificación más utilizada por compañías de investigación, consultores y especialistas de mercadotecnia y comunicación lo mismo que por agencias de publicidad, medios, marcas, empresas e instituciones oficiales. (AMAI, 2018)

3. La edad del emprendedor se considera un catalizador en la decisión de emprendimiento y en el manejo de las emociones, se espera que a mayor edad el emprendedor tenga un mejor manejo de las competencias emocionales. En éste sentido resulta interesante para la investigación analizar la prevalencia de las competencias emocionales en términos generacionales. Las características específicas de cada generación nos permiten darnos una idea genérica de cuánta influencia tiene nuestra edad respecto a cómo pensamos, dónde y qué comemos o cómo ahorramos y gastamos (Olmos, 2018) entre muchos otros aspectos que determinan nuestro comportamiento presente y futuro; de la misma manera puede darnos luz sobre la IE de un sujeto que decide convertirse en emprendedor, mejor que esto puede mostrarnos cuales competencias emocionales lo mantienen como

empresario. En este sentido se espera que las generaciones contemporáneas tendrán un nivel de inteligencia emocional menor que el de los antecesores.

4. El género también supone un determinante en términos de competencias emocionales dadas las estructuras cerebrales y educativas de hombres y mujeres pues se les asigna un rol social, laboral, familiar y empresarial que determina sus acciones.

C. Inteligencia Emocional

2. Competencias emocionales. - Consideradas variables independientes las competencias emocionales explicarán como el emprendedor las utiliza para lograr sus objetivos emprendedores y en qué medida maneja a cada una de ellas según sus tareas, procesos o propósitos según la categorización de Daniel Goleman consideramos:

- a) *Autoconciencia*: Permitirá al emprendedor reconocer, aceptar y comprender los propios estados emocionales a lo largo de su emprendimiento, así como darse cuenta de la influencia que tiene en las demás personas relacionadas con su entorno emprendedor.
- b) *Autorregulación*: Conocer las emociones propias, permite controlar, orientar y en su caso redireccionar impulsos y estados emocionales extremos, el emprendedor utilizará esta competencia emocional para, con un tráfico adecuado de las emociones, lograr sus objetivos en él y en los demás.
- c) *Automotivación*: En el proceso de un emprendimiento, cualquiera de sus etapas, la habilidad para establecer objetivos propios y ejecutar acciones para alcanzarlos, sin necesitar factores de estimulación externa, es una competencia que el emprendedor requiere un inicio, la resiliencia en uno de los factores determinantes en el éxito emprendedor y va de la mano con ésta competencia emocional.
- d) *Empatía*: Emprendimiento es un fenómeno 100% social dado que se emprende con y para la sociedad, por lo tanto, la capacidad de reconocer emociones y sentimientos en los demás a través de las señales del lenguaje no verbal, a fin de entender sus necesidades y tener la disposición para tratar de

satisfacerlas es una de las competencias que el emprendedor deberá manejar en un alto grado si quiere ser exitoso.

e) *Socialización*: Así mismo el dominio de formas y maneras para relacionarse con otras personas, creando vínculos afectivos, entornos para interacciones positivas de manera efectiva, son una competencia vital que debe poseer el emprendedor si es que quiere garantizar la supervivencia de su empresa.

En la figura 3.2.1 Se ilustra la relación entre las variables consideradas por el presente estudio.

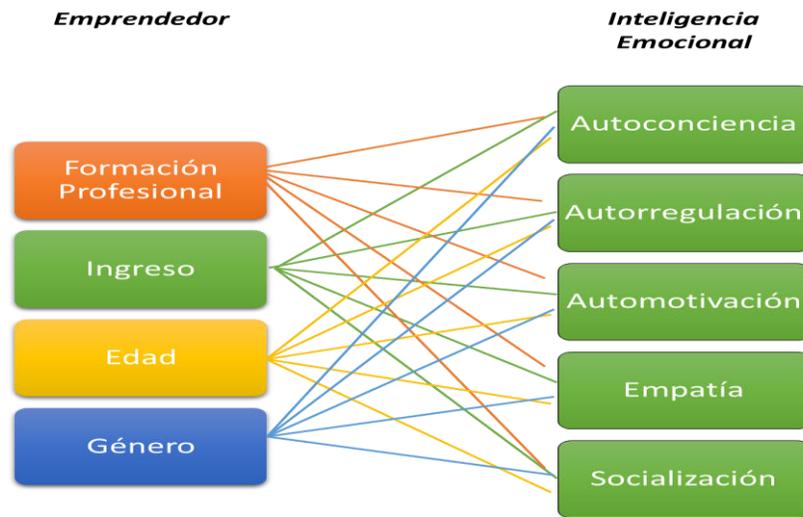


Figura 3.1 Modelo de análisis. Fuente. Elaboración propia.

En la figura 3.1, se ilustra la forma en que se analiza al emprendedor de acuerdo a los moderadores considerados y sus competencias emocionales.

3.3 Hipótesis

H₀: La Inteligencia emocional de los emprendedores del Centro de Incubación e Innovación empresarial del Instituto Tecnológico de Celaya es Alta.

H₀: La Inteligencia emocional de los emprendedores del Centro de Incubación e Innovación empresarial del Instituto Tecnológico de Celaya es moderada o baja.

3.4 Diseño estadístico

3.4.1 Población

El universo de donde se seleccionará el objeto de estudio es el Centro de Incubación e Innovación Empresarial del Instituto Tecnológico de Celaya, se eligió de entre las incubadoras de Celaya, por ser el centro de emprendedores más destacado del municipio siendo uno de los 2 centros de incubación de alto impacto en la ciudad, según la referencia obtenida en las oficinas de desarrollo económico por el departamento de emprendedores y dado que no existen hasta el momento bases de datos con seguimiento a los emprendedores en ningún otro centro de incubación.

La población según archivos de la incubadora es de 26 incubados en promedio por año que nos arroja 104 emprendedores ya que se consideran los últimos 4 años.

3.4.2. Muestra

Siguiendo la metodología marcada por Sampieri (2016) se obtiene una muestra de 42 emprendedores considerando un nivel de confianza del 90%, un margen de error del 10% y un porcentaje estimado de muestra del 50% dado que no conocemos suficiente sobre el comportamiento del fenómeno.

Para el cálculo de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

Ecuación 3.1 Formula cálculo de tamaño de muestra. Fuente. (Sampieri, 2016)

$$\frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

Donde:

N = tamaño de la población; e = margen de error (porcentaje expresado con decimales); z = puntuación z . La puntuación z es la cantidad de desviaciones estándar que una proporción determinada se aleja de la media.

3.5 Instrumento

Para la medición de la inteligencia emocional se utilizará el cuestionario de Law, Wong & Song (2002). Este instrumento evalúa cuatro factores: auto apreciación de las emociones (SEA), apreciación de las emociones de otros (OEA), uso de las emociones (UOE) y regulación de las emociones (ROE) que asemejan mucho a la clasificación de competencias propuestas por Salovey y engloba la estructura de competencias propuestas por Goleman.

La escala de Wong – Lang se trata de un autoinforme de los 4 factores arriba mencionados a través de 16 ítems, 4 ítems por cada factor. Usa un formato de respuesta ordinal de 5 puntos (desde 1 = completamente FALSO para mí, hasta 5 = completamente VERDADERO para mí), presenta el ordenamiento de los ítems de manera consecutiva para cada uno de los 4 factores. Con respecto a las instrucciones establecidas en el cuestionario, se refiere lo siguiente: *“A continuación encontrará una serie de afirmaciones. A medida que vaya leyendo cada una de ellas, marque la respuesta que describa mejor cómo se aplica esa afirmación a usted. Para contestar marque con una “X” sobre alguno de los números (5 a 1) que encontrará al frente de cada afirmación. Las alternativas de respuesta son las siguientes:” ...” Tenga en cuenta que no existen respuestas correctas o incorrectas, buenas o malas sino respuestas que se aplican o no a usted en particular. Procure contestar todas las afirmaciones, ser SINCERO CONSIGO MISMO(A) y responder con espontaneidad, sin pensarlo demasiado. Sus respuestas serán tratadas confidencialmente y sólo se utilizarán de forma general para los análisis del grupo de estudio.”*

Los autores en el estudio original (Wong y Law, 2002) mencionan índices de consistencia interna desde .83 hasta .90.

Merino Soto et al.2016, presentan una evaluación de la estructura interna del instrumento y de su escala realizada a una adaptación en España (Vila y Pérez-González, 2007) y sus resultados arrojan que la congruencia de los ítems, factores y solución total fue cercano o mayor al criterio mínimo de .85, y 10 ítems mostraron congruencia mayor a .90.

“La confiabilidad estimada por el coeficiente fue altamente satisfactoria en todas las subescalas, pues alcanzaron magnitudes superiores a .85. Los intervalos de confianza al 95 % (Bonett, 2002) para este parámetro en SEA (.812, .89), OEA (.799, .88), UEO (.839, .911) y ROE (.879, .933) también superaron casi completamente el valor .80, indicando que, poblacionalmente, este parámetro puede también ser aceptable.” (Merino Soto et al., 2016)

En la imagen 3.5 se muestran los resultados factoriales obtenidos de esta validación.

Tabla 1
Estadísticos descriptivos y resultados factoriales

	M	DE	ε_1	ε_2	Coeficientes beta y estructurales				Congruencia
					SEA	OEA	UEO	ROE	
SEA									
wleis1	5.29	1.563	-.941	.236	.839¹	.316	.079	-.063	.938*
wleis5	5.13	1.447	-.696	-.046	.428	.345	.070	.483	.815
wleis9	5.20	1.394	-.668	-.123	.520	.365	.119	.402	.894*
wleis13	5.59	1.293	-1.000	.751	.288	.254	.473	.337	.696
OEA									
wleis2	5.42	1.135	-.738	.407	.408	.626	.226	-.001	.922*
wleis6	5.39	1.380	-.873	.282	.299	.637	.154	.212	.982*
wleis10	5.49	1.341	-.662	-.570	.249	.532	.337	.100	.943*
wleis14	5.37	1.229	-.873	.184	.025	.724	.396	.384	.685
UEO									
wleis3	5.31	1.333	-.715	.237	.088	.172	.564	.312	.964*
wleis7	5.29	1.503	-.874	.072	.372	.265	.520	.200	.929*
wleis11	5.08	1.543	-.770	-.026	.295	.082	.607	.200	.973*
wleis15	5.51	1.316	-.964	.604	.260	.175	.768	.246	.580
ROE									
wleis4	4.83	1.428	-.370	-.626	.457	.127	.195	.446	.865*
wleis8	4.77	1.419	-.547	-.413	.223	.137	.151	.742	.996*
wleis12	4.77	1.459	-.443	-.454	.204	.205	.292	.631	.983*
wleis16	4.96	1.399	-.805	.100	.334	.192	.286	.571	.952*
Correlación									
SEA	-	-	-	-	1.000	.709	.704	.827	
OEA	-	-	-	-	-.131	1.000	.660	.590	
UEO	-	-	-	-	.133	.128	1.000	.702	
ROE	-	-	-	-	.496	-.092	.073	1.00	
Congruencia				.905*	.860*	.856*	.882*		.874*
α									
α	-	-	-	-	.86	.85	.88	.91	

Correlaciones: debajo de la diagonal, correlaciones latentes; arriba de la diagonal, correlaciones entre puntajes. SEA: valoración de propias emociones. OEA: valoración de las emociones de otros. UEO: uso de propias emociones. ROE: regulación de emociones. ε_1 : asimetría de Fisher. ε_2 : curtosis de Fisher. *Congruencia mayor a 0.85. ¹En negrita, coeficientes beta; sin negrita, coeficientes estructurales.

Figura 3.2 Tabla de resultados factoriales de la escala de Wong – Lang. Fuente. Merino Soto et al (2016).

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Análisis de la muestra

La muestra, como ya se mencionó antes, se compone por 42 individuos que incubaron su proyecto en el Centro de Incubación e Innovación Empresarial del Instituto Tecnológico de Celaya y que en los últimos 1 a 4 años tienen en operación sus empresas. Se compone por 20 hombres que representan el 47.62 % y 22 mujeres representando al 52.40%.

Respecto de la variable edad, se trata de un grupo muy heterogéneo manejando un rango que va desde los 20 hasta los 84 años, la edad media de los encuestados es de 40.93 años y la mediana se sitúa en los 40.50 años. Se realizó una reclasificación con base en las divisiones generacionales presentada por *“The Nielsen Global Generational Lifestyles Survey”* que como lo menciona (Olmos, 2018) nos permite *“...comprender mejor cómo difieren los sentimientos del consumidor a nivel global a través de las etapas de la vida. Los hallazgos rompen algunos mitos y reafirman algunas otras creencias”*.

Los resultados obtenidos en el presente estudio se muestra en la tabla 4.2; con las descripciones de la generación “Z” (entre los 20 y 25 años), generación “Y”(entre los 26 y 38 años), la generación “X” (entre los 39 y 50 años), y por último la clasificación donde para fines de representatividad, se incluyen la generación “Baby Boomers” y generación “Silenciosa” (incluye las edades de ambas generaciones, entre los 51 y 84 años); respecto de ésta reclasificación de variable encontramos la moda que nos habla de que la generación con mayor frecuencia en la muestra es precisamente la “X” lo cual es consistente con la edad media de la muestra.

Tabla 4.1 Estadísticos descriptivos. Frecuencias Generacionales. Fuente. SPSS.

Elaboración propia

Generación	Frecuencia	Porcentaje
Z	4	9.5
Y	13	31.0
X	16	38.1
BABY_SILEN	9	21.4
Total	42	100.0

Otra de las variables moderadoras incluidas en la investigación y que nos permite describir a la muestra es la escolaridad, podemos observarla descrita en las tablas 4.2 y 4.3. Dentro del grupo entrevistado encontramos que en relación a la variable nivel académico o escolaridad existe mayor homogeneidad dado que ninguno de los individuos refiere contar únicamente con primaria terminada, siendo el nivel académico más bajo entre los encuestados la secundaria en el 4.8% de los casos (2 individuos); el 16.7% refiere contar con preparatoria o bachillerato concluido, para el caso del nivel técnico o medio superior, únicamente 3 individuos reconocen éste como su nivel máximo de preparación representando el 7.1%; para el caso del nivel licenciatura encontramos reportados a la mayoría de los encuestados con el 59.5% (25 casos) y el restante 11.9% (5 casos) corresponde a algún nivel de posgrado (maestría, doctorado y/o algún otro).

Al igual que la variable edad, fue reorganizada para poder ser analizada con otra perspectiva, agrupando los niveles académicos en “básico”, “media” y “superior” de donde se obtiene que el 21.4% de la muestra cuenta con un nivel “básico” de educación, 7.1% cuenta con una educación media o técnica y el 71.4% concluyeron una educación superior.

Tabla 4.2 Estadísticos Descriptivos. Frecuencias por escolaridad. Fuente. SPSS.
Elaboración propia

Escolaridad	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria	2	4.8
Bachiller o preparatoria	7	16.7
Técnico superior	3	7.1
Licenciatura	25	59.5
Posgrado	5	11.9
Total	45	100.0

Tabla 4.3 Estadísticos Descriptivos. Frecuencias por nivel educativo. Fuente.
SPSS. Elaboración propia.

Nivel Educativo	Frecuencia	Porcentaje
BASICA	9	21.4
MEDIA	3	7.1
SUPERIOR	30	71.4
Total	42	100.0

La cuarta y última variable moderadora dentro de la investigación es el ingreso mensual en el hogar. Se determina ésta variable como información que nos permita de manera indirecta conocer la condición económica del emprendedor, primero porque el aspecto económico es uno de los que más influyen para determinar que tanto crece o se desarrolla el individuo por lo que conocer algún dato de éste tipo se percibió importante y segundo porque dado que la información financiera de las Empresas es muy sensible, sería mucho más difícil conseguir la entrevista planteando una pregunta directa sobre los ingresos de su emprendimiento.

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los datos nos mencionan que en los hogares de los emprendedores un 4.8% de ganan entre \$3,000 y \$5,999, 11.1% entre \$6,000 y \$9,999, el 24.4% que representa a la mayoría de los encuestados, declara ganar entre \$10,000 y 13,999. Mientras que el 17.8% dice tener un ingreso mensual en su hogar de entre \$14,000 y \$19,999, el 22.2% declaró un ingreso de entre \$20,000 y \$31,999. Solo el 13.3% de los entrevistados mencionó contar con un ingreso de más de \$32,000 pesos mexicanos al mes. Los mencionados rangos se establecieron con base en la división que AMAI, en su documento más actual, establece con base en la ENIGH realizada por INEGI para determinar los niveles socioeconómicos (AMAI, 2018).

Los rangos nos permiten reordenar la variable y obtener nuevos datos referentes a los niveles socioeconómicos que podemos observar en la tabla 4.4 y que ubican a los emprendedores entrevistados en 4 niveles genéricos que con motivos de representatividad engloban los 6 niveles que establece AMAI, encontrando que el 16.7% de la muestra se encuentra en el nivel "bajo extremo" en el que para éste estudio incluimos las clasificaciones E y D de AMAI; con el 45.2% se clasifica la mayoría de los entrevistados en el nivel "bajo típico" correspondientes a las clasificaciones D+ y C- de AMAI. Encontramos que el 23% se clasifican en el nivel "medio típico" que corresponden con el nivel C de AMAI; y únicamente el 14.3% quedarían en el nivel "alto" que incluye las clasificaciones C+ y A/B de AMAI.

Tabla 4.4 Estadísticos Descriptivos. Frecuencias por nivel socioeconómico.

Fuente. SPSS. Elaboración propia

Nivel Socioeconómico	Frecuencia	Porcentaje
BAJO EXTREMO	7	16.7
BAJO TIPICO	19	45.2
MEDIO TIPICO	10	23.8
ALTO	6	14.3
Total	42	100.0

4.2. Variable inteligencia emocional

Entrando en materia de la variable de estudio, se muestran a continuación las tablas y graficas que analizan la presencia de la IE en el grupo de encuestados. En primer lugar se muestra la presencia de IE total en los emprendedores encontrando que el 76.2 % cuentan con un nivel moderado de IE, mientras que el 11.9% manejan un nivel bajo y el otro 11.9% un nivel alto como se muestra en la tabla 4.5.

Tabla 4.5 Estadísticos Descriptivos. Frecuencias por nivel de Inteligencia Emocional. Fuente. SPSS. Elaboración propia

Nivel de IE	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	5	11.9
MODERADO	32	76.2
ALTO	5	11.9
Total	42	100.0

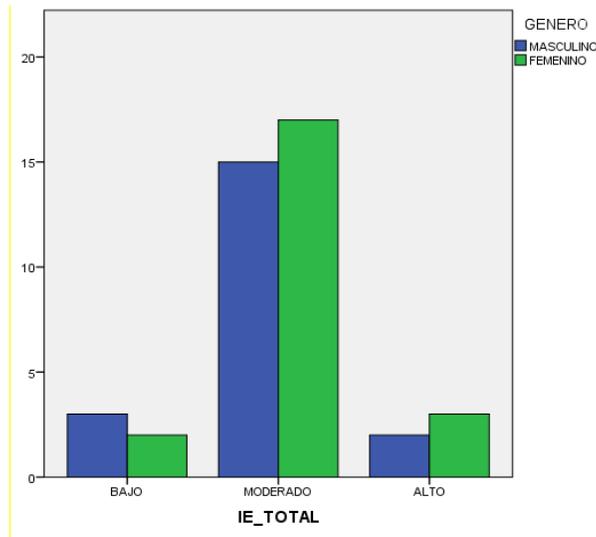
La IE total en relación con el género nos deja ver que tanto para los hombres como para las mujeres el nivel de IE se manifiesta moderado con un 75% en el género masculino y 77.27% en el género femenino. Por otro lado, se observa que en el caso de las mujeres existe un mayor porcentaje en el nivel alto de IE con un 13.63% a diferencia del 10% presente en los hombres como puede observarse en la tabla 4.6.

Tabla 4.6 Estadísticos Descriptivos. Frecuencias por nivel de Inteligencia Emocional y género. Fuente. SPSS. Elaboración propia

MASCULINO						FEMENINO					
Bajo		Moderado		Alto		Bajo		Moderado		Alto	
3	15%	15	75%	2	10%	2	9.09%	17	77.27%	3	13.63%

La información mencionada se muestra en la gráfica 4.1.

4.1 Inteligencia Emocional total por género.



Podemos observar también la IE en relación con la edad reordenada en generaciones, se muestra mayormente moderada ya que el mayor porcentaje en cada una de las generaciones se ubica en el nivel mencionado; encontramos entonces que en generación Z el 100% manifiestan una IE moderada.

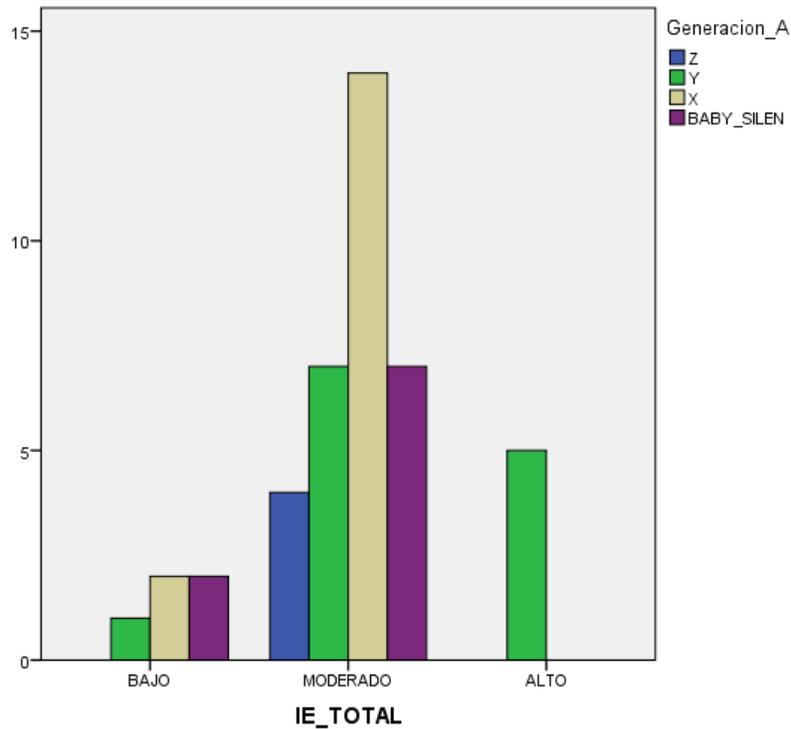
La generación Y presenta un 7.69% de IE bajo, un 53.84% de IE moderada y un 38.46% se ubican en el nivel alto de IE.

En la generación X encontramos un 12.5% de entrevistados con IE de nivel bajo y un 87.5% con nivel moderado.

Para las generaciones Baby Boomers y generación silenciosa encontramos un nivel bajo de IE en el 22.22% de los entrevistados y un 77.77% con un nivel moderado.

Los datos anteriores quedan ilustrados en la gráfica 4.2.

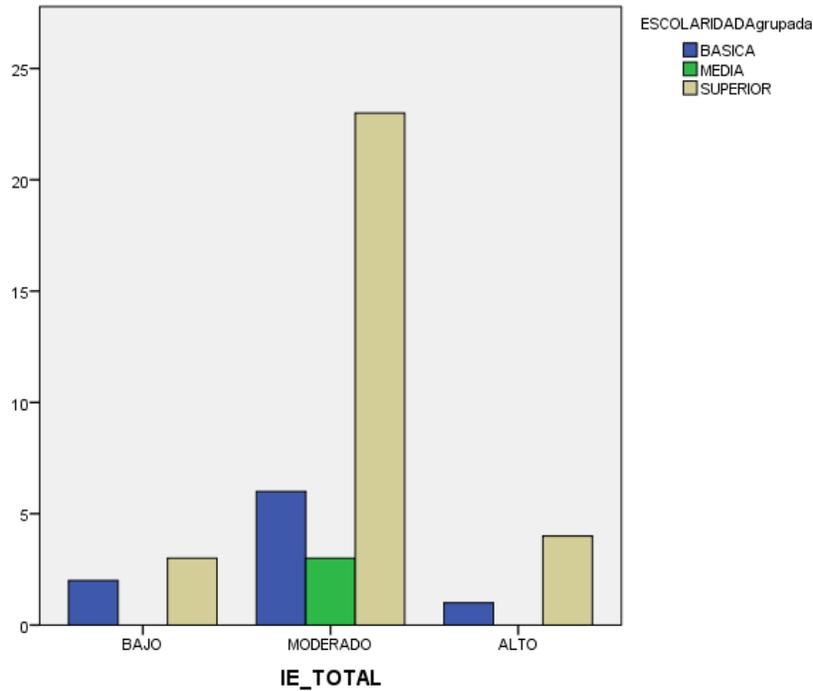
Grafica 4.2 Inteligencia Emocional total por generación.



La siguiente variable que se analiza en función de la IE es la escolaridad, encontrando que de los individuos que declararon contar con educación básica el 22.22% cuentan con una IE baja, el 66.66% moderada y el 11.11% una IE alta.

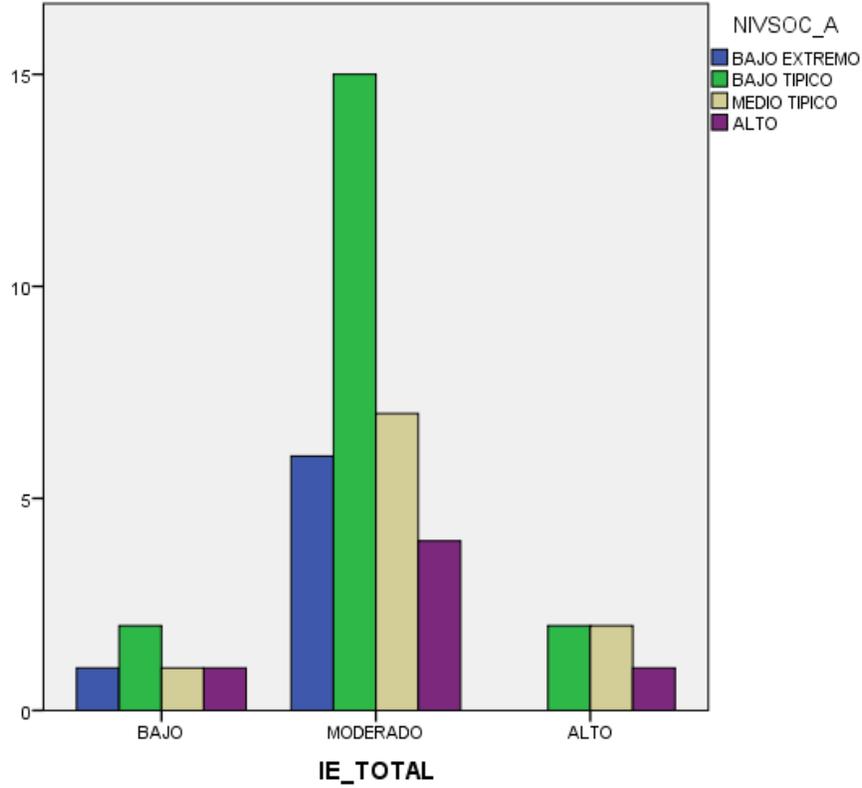
Para los encuestados que declaran contar con escolaridad técnica el 100% entran en el nivel moderado de IE; para el caso de los emprendedores con escolaridad de nivel superior, encontramos que el 10% se clasifican con un nivel de IE bajo, el 76.66% en el nivel moderado y el 13.33% restante entran en el nivel alto, éstos se pueden observar de manera gráfica en la gráfica 4.3.

Grafica 4.3 Inteligencia Emocional total por escolaridad.



En la gráfica 4.4, podemos ver la IE con base a los niveles socioeconómicos obtenidos por la reclasificación ingreso. En el nivel bajo extremo se describe una IE de nivel bajo en un 14.28% de los entrevistados y un 85.71% de IE moderada, dentro del nivel socioeconómico bajo típico encontramos que el 19.52% de los individuos de ésta categoría se clasifican con una IE baja, el 78.94 % con una IE moderada y el 10.52% con una IE alta; para el nivel medio típico se encontró que el 10% de los incluidos en éste grupo tienen un nivel de IE bajo, el 70% tienen IE moderada y el 20% una IE alta; por ultimo en el nivel socioeconómico alto se identifica que el 16.66% de los clasificados en este estrato, cuentan con un nivel de IE bajo, el 66.66% con un nivel de IE moderado y el 16.66% una IE alta.

Grafica 4.4 Inteligencia Emocional total por nivel socioeconómico.



4.3. Análisis de las competencias emocionales

A continuación, se abordarán las competencias emocionales que describen a la inteligencia emocional con base en las 4 dimensiones incluidas en el instrumento de Wong & Law (2012) y que como ya se ha mencionado se basan a su vez en la teoría de rasgos mixtos mencionado por Fernández y Extremera, 2005, encontrando entonces que para cada una de las 4 competencias tanto la media como la moda es 2, definiéndose como nivel moderado.

Tabla 4.7 Mediana y moda por competencia Emocional. Fuente. SPSS. Elaboración propia.

Estadísticos				
	Autoconocimiento	Empatía	Automotivación	Regulación
Mediana	2.00	2.00	2.00	2.00
Moda	2	2	2	2

La primera competencia emocional que se menciona en el instrumento de Wong & Law (2012) es el Autoconocimiento del cual podemos decir que de los 42 entrevistados el 73.8% se clasifica con un nivel de autoconocimiento moderado y mientras que el 14% queda dentro del nivel alto, el 11.9% representa al nivel bajo.

Tabla 4.8 Frecuencia por nivel de Autoconocimiento. Fuente. SPSS. Elaboración propia.

Autoconocimiento		
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	5	11.9
MODERADO	31	73.8
ALTO	6	14.3
Total	42	100.0

Dando consistencia a los resultados, encontramos que en el análisis de la “empatía” el nivel moderado presenta la mayor frecuencia entre los entrevistados ocupando el 73.8% del total, el nivel bajo de empatía participa con un 6% y el nivel alto con un 5%.

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla 4.9 Frecuencia por nivel de Empatía Emocional. Fuente. SPSS. Elaboración propia.

Empatía		
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	6	14.3
MODERADO	31	73.8
ALTO	5	11.9
Total	42	100.0

Respecto a la Automotivación que el 66.7% de los emprendedores se clasifican con un nivel moderado, pero es interesante encontrar que, a diferencia de otras competencias, ésta presenta una mayor frecuencia en el nivel alto con 26.2% y solo el 7.1% presenta un nivel bajo.

Tabla 4.10 Frecuencia por nivel de Automotivación Emocional. Fuente. SPSS. Elaboración propia.

Automotivación		
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	3	7.1
MODERADO	28	66.7
ALTO	11	26.2
Total	42	100.0

En el análisis de la variable autorregulación, última de las competencias emocionales encontramos que el nivel moderado presenta una mayor frecuencia con el 61.9% de los emprendedores dentro de ésta clasificación. Es interesante encontrar que para esta competencia la frecuencia en el nivel bajo es mayor a la del nivel alto presentando un 23.8% y un 13.3% respectivamente.

Tabla 4.11 Frecuencia por nivel de Automotivación Emocional. Fuente. SPSS.

Elaboración propia.

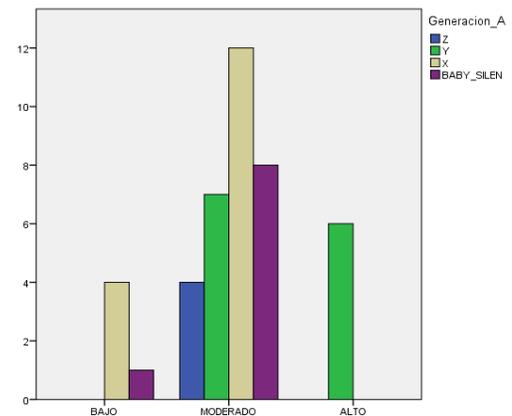
Autorregulación		
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	10	23.8
MODERADO	28	61.9
ALTO	8	14.3
Total	42	100.0

A continuación, se describirán cada una de las competencias emocionales en función de las variables moderadoras.

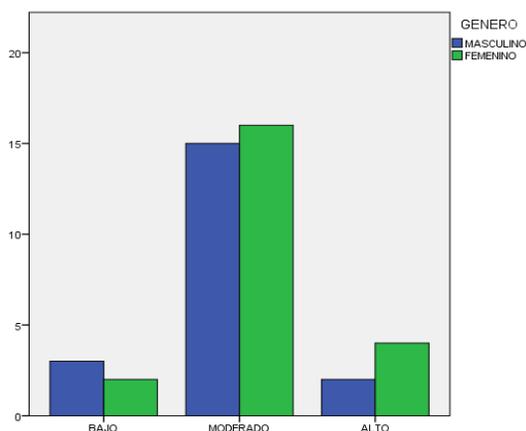
4.3.1. Autoconocimiento

Grafica 4.5 Autoconocimiento según generación.

De forma general se puede apreciar en la gráfica 4.5 que los niveles bajos de autoconocimiento se componen por las generaciones “X” y “Baby-Silen” prevaleciendo la generación “X”; el nivel moderado se compone por los 4 niveles destacando la generación “X” y en el nivel alto únicamente encontramos a la generación “Y”.



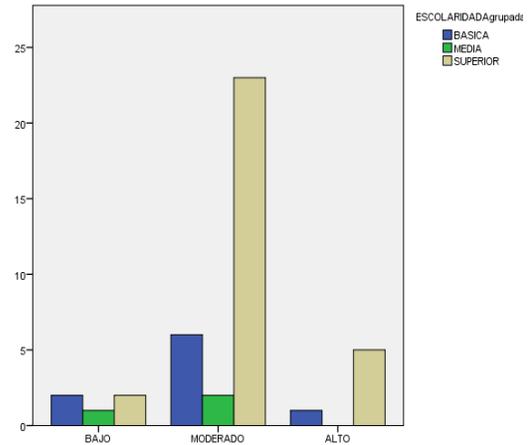
Grafica 4.6 Autoconocimiento según el género



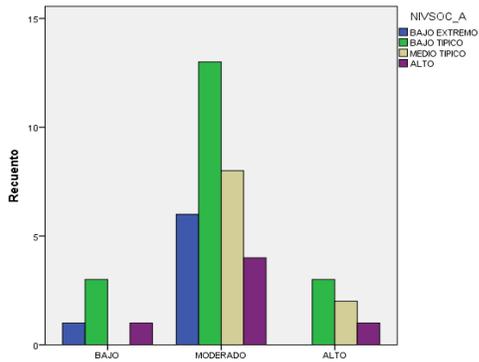
Enseguida observamos en la gráfica 4.6, que el autoconocimiento se presenta en niveles mayormente moderados, destacando que en el caso de las mujeres el nivel bajo de autoconocimiento tiene menor presencia.

Grafica 4.7 Autoconocimiento según escolaridad.

Para el caso de la escolaridad vemos ilustrado en la gráfica 4.7 que los niveles bajo y moderado se conforman por personas con escolaridad de los tres estratos establecidos, no así en el nivel alto de autoconocimiento para el cual, no figuran las personas con nivel media de escolaridad.



Grafica 4.8 Autoconocimiento según nivel socioeconómico.

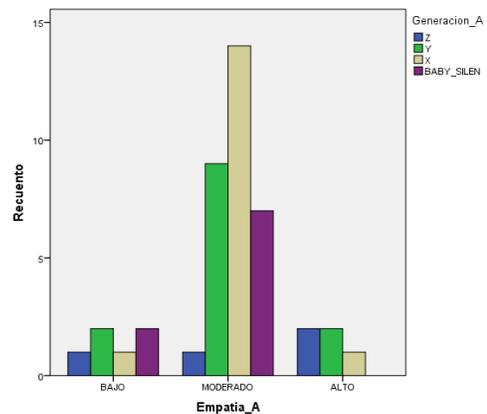


Describiendo el autoconocimiento según el nivel socioeconómico de los entrevistados, encontramos que no existen individuos de nivel medio típico con autoconocimiento en un nivel bajo, pero si hay personas de nivel socioeconómico alto y, dentro del nivel alto de autoconocimiento prevalecen los individuos de nivel socioeconómico bajo típico como lo observamos en la gráfica 4.8.

4.3.2. Empatía

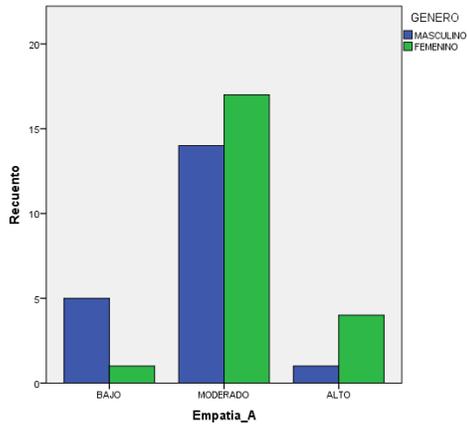
En cuanto a los niveles de empatía observamos en la tabla 4.9. que se conforman por sujetos de todas las generaciones excepto en el caso del nivel alto en el que no encontramos individuos de la generación “baby-silenc” y encontramos mayor prevalencia de la generación “X” para el nivel moderado. En los niveles bajo y moderado se

Grafica 4.9 Empatía según generación.



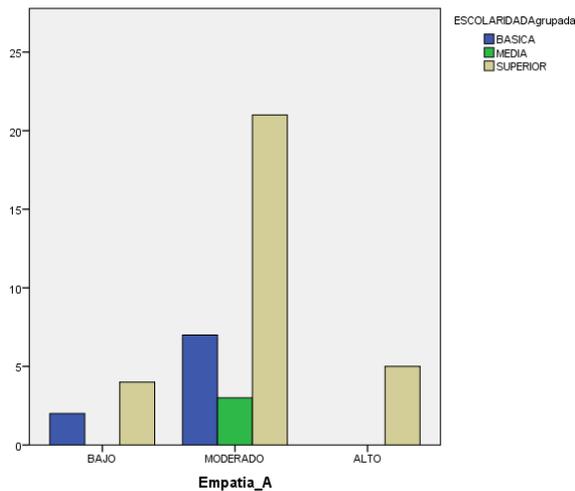
observa que la generación “Z” está presente en menor medida que el resto, y en el nivel alto se presenta en la misma medida que la generación “Y”.

Grafica 4.10 Empatía según género.



En la gráfica 4.10 podemos ver que en los niveles moderado y alto se encuentran más presentes los individuos de género femenino, destacando que el nivel de mujeres con nivel bajo de empatía es menor aún que en el nivel alto.

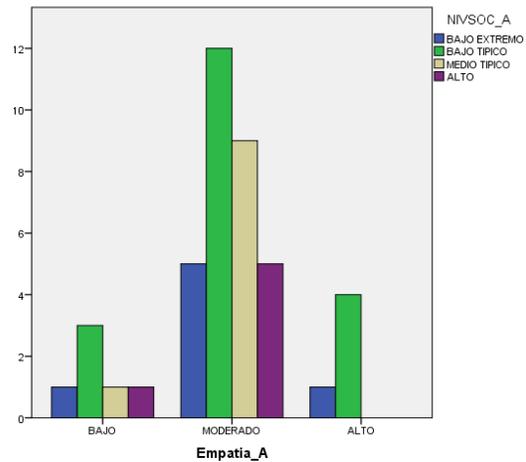
Grafica 4.11 Empatía según escolaridad.



La empatía que podemos observar según la gráfica 4.11 se conforma de los tres niveles de escolaridad para el caso del nivel moderado, sin embargo, para los niveles bajo y alto, se conforma únicamente con personas del nivel básico y superior respectivamente, en el nivel alto únicamente encontramos individuos con escolaridad superior.

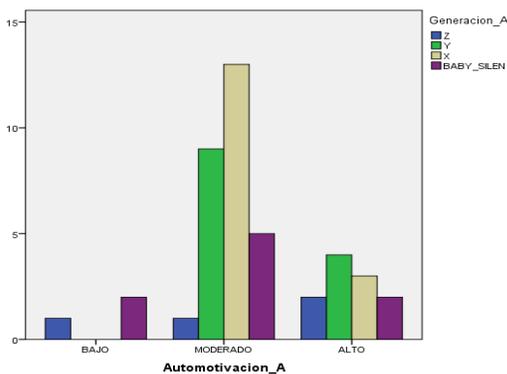
Grafica 4.12 Empatía según Nivel Socioeconómico.

En la tabla 4.12 podemos ver que los 4 niveles socioeconómicos conforman los niveles de empatía bajo y moderado, pero en el nivel alto solo encontramos a los estratos bajo extremo y bajo típico, destacando que en todos los niveles de empatía el estrato bajo típico se encuentra presente.



4.3.3. Automotivación

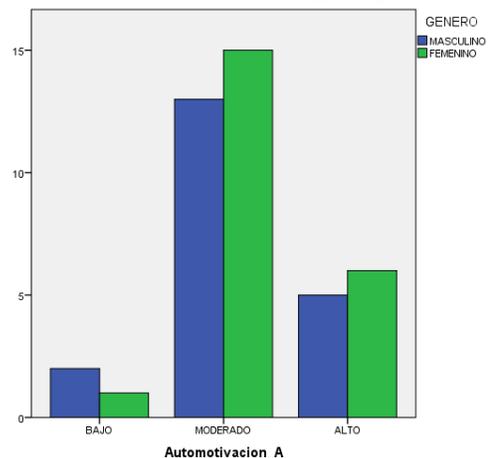
Grafica 4.13 Automotivación según generación.



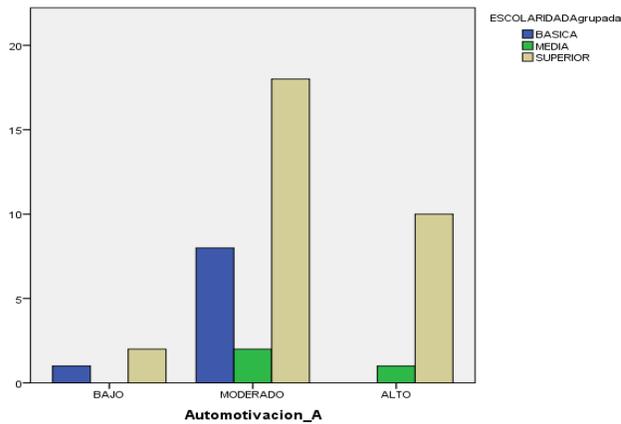
Respecto de la automotivación, en la gráfica 4.13 podemos ver que las 4 generaciones se encuentran dentro de los niveles moderado y alto, no así en el nivel bajo, en el que observamos que las generaciones “X” y “Y” no figuran. Para el caso del nivel alto de automotivación podemos percibir que la generación “Y” es la que tiene mayor prevalencia seguida de la “X”.

Grafica 4.14 Automotivación según género.

En la gráfica 4.14 vemos que las mujeres se encuentran presentes en mayor medida en los niveles de automotivación moderado y alto, excepto en el bajo en el cual los hombres prevalecen a diferencia de los otros dos niveles.



Grafica 4.15 Automotivación según escolaridad.

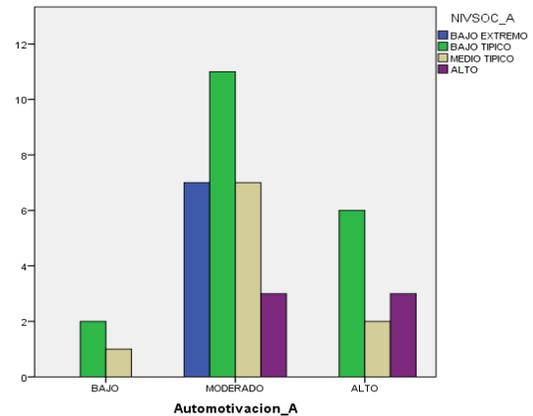


Respecto de la escolaridad, encontramos que la automotivación se compone en el nivel moderado por los tres grupos de escolaridad, mayormente por el nivel superior seguido por la básica, destacando, como lo podemos observar en la gráfica 4.15, que únicamente personas

con escolaridad media y superior conforman el nivel alto y la escolaridad básica y superior conforman el nivel bajo de automotivación.

Grafica 4.16 Automotivación según Nivel Socioeconómico.

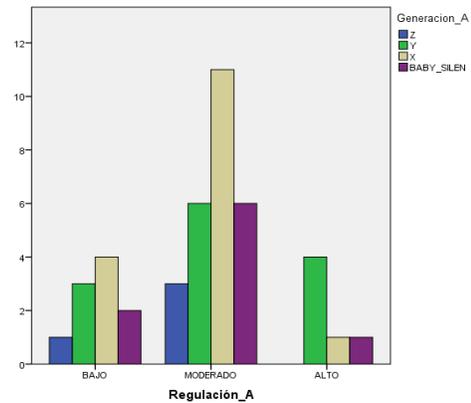
Refiriendo a la automotivación en relación a los niveles socioeconómicos encontramos que en el nivel moderado existen sujetos de todos los estratos, no así para el nivel bajo en el cual no encontramos individuos de estrato alto ni bajo extremo, y en el nivel alto de automotivación no hay personas del estrato bajo extremo como lo podemos visualizar en la gráfica 4.16.



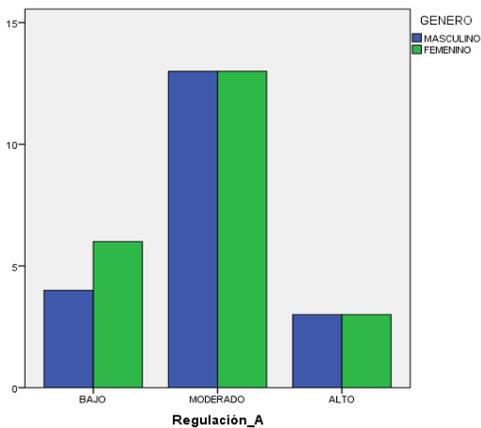
4.3.4. Autorregulación

Grafica 4.17 Autorregulación según generación.

En la gráfica 4.17 vemos que los niveles de autorregulación se conforman por las 4 generaciones para el caso de los niveles moderados y bajos, sin embargo, es importante destacar que en el nivel alto de autorregulación no encontramos sujetos de la generación “Z”, se ubican mayormente personas de la generación “Y” y en menor medida, pero en igual proporción, las generaciones “X” y “Baby-silen”.



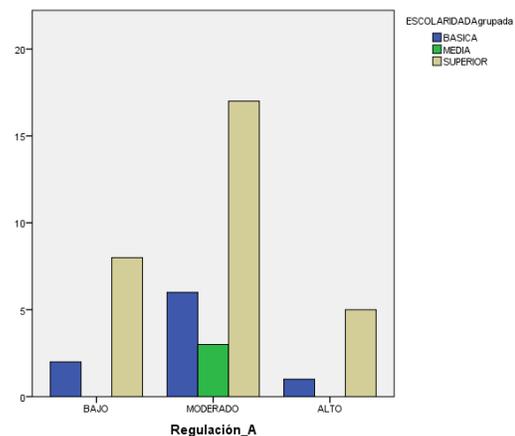
Grafica 4.18 Autorregulación según género.



Es interesante el comportamiento de los niveles de automotivación según el género de los entrevistados, ya que como podemos observar en la gráfica 4.18 hombre y mujeres se clasifican en la misma medida en los niveles moderado y alto, no así en el nivel bajo, en el cual las mujeres prevalecen sobre los hombres.

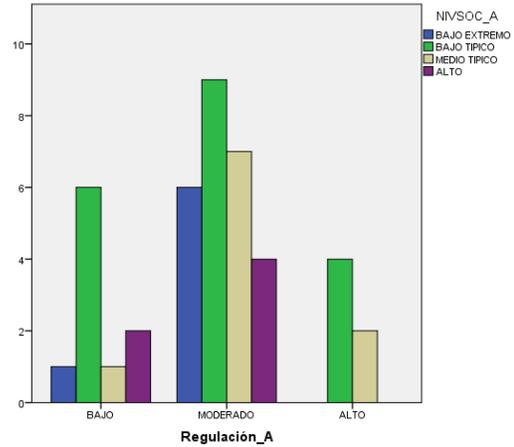
Grafica 4.19 Autorregulación según Escolaridad.

En relación con la escolaridad, la automotivación en sus diferentes niveles se conforma por individuos de los tres grupos para el caso exclusivo del nivel moderado, ya que para los niveles bajo y alto no encontramos personas del nivel medio, y en el nivel bajo además se encuentran más personas de escolaridad superior que en el nivel bajo como se ilustra en la gráfica 4.19.



Grafica 4.20 Autorregulación según Nivel Socioeconómico.

La gráfica 4.20 nos muestra que la automotivación se conforma por entrevistados de los 4 estratos socioeconómicos en el caso de sus niveles bajo y moderado, y en el caso del nivel alto, solamente encontramos personas del estrato medio típico y bajo típico, prevaleciendo en el nivel bajo el estrato bajo típico seguido del alto, en el nivel moderado encontramos mayor



presencia de individuos de estrato bajo típico seguido del medio típico y en ultimo el estrato alto, en el nivel alto el nivel bajo típico se muestra mayor presencia que el medio típico.

4.3.5 Descripción de gráficas de frecuencia

Contribuyendo al análisis más detallado de las competencias emocionales y sus variables moderadoras presentadas en las gráficas anteriores se muestran en las tablas siguientes de manera más detallada.

En la tabla 4.12 podemos observar que, establecida la relación de las competencias emocionales con la generación, del 100% de las personas entrevistadas y en relación al autoconocimiento en su nivel bajo, el 9.5% pertenecen a la generación “X” y el 2.4% a la generación Baby Boomers y Silenciosa. Dentro del nivel moderado el 9.5% de los entrevistados son de la generación “Z”, 16.7% de la generación “Y”, el 28.6% de la generación “X” y el 19.0% es de la generación “Baby-Silen”. Respecto de los entrevistados que clasifican en el nivel alto de autoconocimiento el 14.3% pertenecen a la generación “Y”.

En relación con la competencia emocional Empatía, los niveles altos los encontramos principalmente en las generaciones “Z” y “Y” con un 4.8% cada uno, mientras que para el nivel bajo de empatía las generaciones “Z y “X” mantienen los porcentajes más pequeños con el 2.4% cada una.

En cuanto al nivel moderado de empatía, la generación “X” obtiene el mayor porcentaje de entre las 4 generaciones con el 33.3%.

Respecto al nivel bajo de automotivación, el 2.4% de los entrevistados pertenecen a la generación “Z” y el 4.8% a la “Baby-Silen”, los niveles altos de automotivación pertenecen a las 4 generaciones con un 4.8% para la generación “Z”, 9.5% para la “Y”, 7.1% para la “X” y 4.8% para la “Baby-Silen”.

En cuanto a los niveles altos de autorregulación, la generación “Y” tiene el mayor porcentaje con el 9.5% mientras que las generaciones “X” y “Baby-Silen” cuentan con el 2.4% cada una. Los niveles bajos de autorregulación muestran que la generación “X” tiene el porcentaje más alto con 9.5%, seguido por la generación “Y” con el 7.1% quedando con el porcentaje más bajo de 2.4% la generación “Z”.

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla 4.12 Nivel de Competencia Emocional por Generación. Fuente. SPSS.
Elaboración propia.

		GENERACIÓN			
		Z	Y	X	BABY_SILEN
		Relativo	Relativo	Relativo	Relativo
Autoconocimiento	BAJO			9.5%	2.4%
	MODERADO	9.5%	16.7%	28.6%	19.0%
	ALTO		14.3%		
Empatía	BAJO	2.4%	4.8%	2.4%	4.8%
	MODERADO	2.4%	21.4%	33.3%	16.7%
	ALTO	4.8%	4.8%	2.4%	
Automotivación	BAJO	2.4%			4.8%
	MODERADO	2.4%	21.4%	31.0%	11.9%
	ALTO	4.8%	9.5%	7.1%	4.8%
Autorregulación	BAJO	2.4%	7.1%	9.5%	4.8%
	MODERADO	7.1%	14.3%	26.2%	14.3%
	ALTO		9.5%	2.4%	2.4%

Continuando con la descripción de las competencias emocionales, se muestra la tabla 4.13 en la que se observa que del total de los entrevistados y en cuanto al nivel bajo de autocontrol el 7.1% son hombres mientras que el 4.8% son mujeres, en el nivel moderado encontramos que el 35.7% son hombres y el 38.1% son mujeres, en el nivel alto las mujeres tienen un 9.5% y los hombres un 4.8%.

Hablando de la empatía los niveles moderado y bajo nos muestran que, el 40.5% corresponde a las mujeres en el nivel moderado y el 11.9% pertenece a los hombres en el nivel bajo. El nivel alto de empatía se divide con un 9.5% para las mujeres y el 4.8% para los hombres.

Las mujeres, en el nivel bajo de automotivación tienen un 2.4% de participación mientras que los hombres tienen un 4.8%, a diferencia del nivel alto en el que los hombres tienen un 11.9% y las mujeres un 14.3%.

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para el nivel de autorregulación bajo las mujeres presentan un 9.5% contra un 14.3% de participación de los hombres y en el nivel alto de autorregulación ambos géneros muestran un 7.1% de presencia.

Tabla 4.13 Nivel de Competencia Emocional por Genero. Fuente. SPSS.

Elaboración propia.

GENERO			
		MASCULINO	FEMENINO
		Relativo	Relativo
Autocontrol	BAJO	7.1%	4.8%
	MODERADO	35.7%	38.1%
	ALTO	4.8%	9.5%
Empatía	BAJO	11.9%	2.4%
	MODERADO	33.3%	40.5%
	ALTO	2.4%	9.5%
Automotivación	BAJO	4.8%	2.4%
	MODERADO	31.0%	35.7%
	ALTO	11.9%	14.3%
Autorregulación	BAJO	9.5%	14.3%
	MODERADO	31.0%	31.0%
	ALTO	7.1%	7.1%

Hablando de la escolaridad, las competencias emocionales se conforman en su nivel bajo de autocontrol con el 4.8% de personas en los niveles de escolaridad básica y superior y un 2.4% en el nivel medio, el nivel alto de autocontrol lo conforman el 2.4% de personas con el nivel básico y el 11.9% con nivel superior.

La empatía en su nivel bajo la conformaron los entrevistados con niveles básico y superior con el 4.8% y 9.5% respectivamente, mientras que para el nivel bajo de automotivación encontramos el 2.4% de personas con nivel básico y el 4.8% con nivel superior, el nivel alto lo conformaron los niveles medio con el 2.4% y el superior

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

con el 23.8%. Por último, la autorregulación fue conformada por los individuos de nivel básico en un 4.8% y superior en un 19% en el nivel bajo de la competencia mencionada, por otro lado, para el nivel alto de la misma, encontramos que se compone por el 2.4% de las personas con nivel de escolaridad básico y el 11.9% con nivel superior. Estos datos se muestran en la tabla 4.14.

Tabla 4.14 Nivel de Competencia Emocional por Escolaridad. Fuente. SPSS.

Elaboración propia.

		ESCOLARIDAD		
		BASICA	MEDIA	SUPERIOR
Competencia Emocional	Nivel	Relativo	Relativo	Relativo
Autocontrol	BAJO	4.8%	2.4%	4.8%
	MODERADO	14.3%	4.8%	54.8%
	ALTO	2.4%		11.9%
Empatía	BAJO	4.8%		9.5%
	MODERADO	16.7%	7.1%	50.0%
	ALTO			11.9%
Automotivación	BAJO	2.4%		4.8%
	MODERADO	19.0%	4.8%	42.9%
	ALTO		2.4%	23.8%
Autorregulación	BAJO	4.8%		19.0%
	MODERADO	14.3%	7.1%	40.5%
	ALTO	2.4%		11.9%

En términos del nivel socioeconómico, las competencias emocionales se conformaron como se muestra en la tabla 4.15 destacando que, para el nivel bajo de autocontrol, los niveles socioeconómicos que lo conforman son el bajo extremo con el 2.4%, el bajo típico con el 7.1% y el alto con el 2.4%, mientras que el nivel alto de ésta competencia emocional se describe con el 7.1% del nivel socioeconómico bajo típico, el 4.8% del medio típico y el 2.4% del alto.

La empatía se conforma en su nivel bajo por personas del nivel socioeconómico bajo extremo en un 2.4%, bajo típico en un 7.1%, medio típico en un 2.4% y la misma

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

cifra para el nivel socioeconómico alto. En el nivel alto de empatía encontramos que el nivel socioeconómico bajo extremo participa con un 2.4%, y el nivel bajo típico con un 9.5%.

La automotivación en su nivel bajo la componen personas de los niveles bajo típico y bajo medio típico en un 4.8% y un 2.4% respectivamente, mientras que su nivel alto lo componen los niveles bajo típico, medio típico y alto con un 14.3%, 4.8% y un 7.15% respectivamente.

Finalmente, encontramos que la competencia emocional autorregulación en su nivel bajo lo conformaron los 4 niveles socioeconómicos, aportando más el nivel bajo típico con un 14.3% y en menor medida los niveles bajo extremo y medio típico con un 2.4% cada uno.

Tabla 4.15 Nivel de Competencia Emocional por Nivel socioeconómico. Fuente. SPSS. Elaboración propia.

NIVEL SOCIOECONÓMICO					
		Bajo Extremo	Bajo típico	Medio típico	Alto
Autocontrol	BAJO	2.4%	7.1%		2.4%
	MODERADO	14.3%	31.0%	19.0%	9.5%
	ALTO		7.1%	4.8%	2.4%
Empatía	BAJO	2.4%	7.1%	2.4%	2.4%
	MODERADO	11.9%	28.6%	21.4%	11.9%
	ALTO	2.4%	9.5%		
Automotivación	BAJO		4.8%	2.4%	
	MODERADO	16.7%	26.2%	16.7%	7.1%
	ALTO		14.3%	4.8%	7.1%
Autorregulación	BAJO	2.4%	14.3%	2.4%	4.8%
	MODERADO	14.3%	21.4%	16.7%	9.5%
	ALTO		9.5%	4.8%	

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Con base en las descripciones obtenidas se puede contestar la primera pregunta de investigación: la inteligencia emocional que los emprendedores entrevistados es moderada, podemos concluir que saben utilizar sus competencias emocionales, pero no de manera óptima o visto desde otra perspectiva han desarrollado algunas competencias más que otras. A nivel de competencias emocionales, el grupo de emprendedores entrevistados ha desarrollado de mejor manera el autoconocimiento y la empatía teniendo que cuidar la autorregulación en primera instancia y en segunda la automotivación. Estos resultados nos podrían sugerir que el arranque y permanencia de sus empresas podría tener que ver con su capacidad de “ponerse en los zapatos de los clientes”.

Respecto del género, si bien, como ya hemos mencionado la mayoría de los emprendedores entrevistados manejan niveles moderados, encontramos que los niveles altos en las competencias emocionales son manejados en mayor medida por las mujeres, y los niveles bajos por los hombres, con una medida de 9.5 a 2.4 puntos porcentuales de diferencia. Además, se observa que la automotivación es la competencia dada con más frecuencia en las mujeres en nivel alto, seguidas por el autoconocimiento y la empatía, lo que nos habla de que las mujeres han desarrollado de mejor manera las habilidades de introspección, reflexión y conciencia de sí mismas, así como por naturaleza deben ser capaces de entender los sentimientos y emociones de los otros, éstas emprendedoras son capaces de mantenerse motivadas con gran eficiencia.

En relación a la escolaridad, encontramos que los emprendedores con niveles altos en sus competencias emocionales pertenecen marcadamente al nivel de escolaridad superior, lo mismo para los niveles moderados. Cabe mencionar que en el nivel de educación media prevalecen los niveles moderados de las 4 competencias emocionales y el nivel bajo se encuentra en cero para 3 de las 4 dimensiones emocionales analizadas.

De acuerdo a la descripción realizada de los datos obtenidos según el nivel socioeconómico establecido se encuentra que los emprendedores con nivel alto en las competencias emocionales pertenecen al nivel bajo típico que es donde se clasifica a la mayoría de los mexicanos dadas las clasificaciones de AMAI y la medición multidimensional de la pobreza que realiza INEGI a través de la ENIGH (Encuesta Nacional del Ingreso – Gasto en los hogares), es interesante observar que no se dan en los estratos socioeconómicos altos como lo suponía la tesista al inicio de la investigación, más aún es el estrato bajo típico el que se mantiene motivado, a diferencia del resto de los estratos que no lo hacen tan bien, de la misma manera y aunque la mayoría de los emprendedores se mantienen con un manejo de competencias emocionales de manera moderada, es el estrato bajo típico el que cuenta con los porcentajes más altos dentro del nivel alto de todas las dimensiones, lo que nos permite suponer que tienen un mejor nivel de autoconocimiento, que son más empáticos con sus clientes y que saben manejar las diferentes emociones de manera más consiente para el logro de sus objetivos que el resto de los estratos.

Hablando de las 2 generaciones más representativas en la muestra, la descripción de competencias emocionales, nos puede sugerir, en primer lugar que la generación “X” es más “Equilibrada” que el resto de las generaciones, ya que mantiene sus 4 dimensiones emocionales sin fluctuaciones bruscas dentro de los niveles que las clasifican, lo cual es consistente con unas de las características positivas de la generación que son la responsabilidad, el compromiso y la preocupación por el mundo (Olmos, 2018), además éstos emprendedores presentan un nivel alto de automotivación, solo por debajo de los de la generación “Y”; sin embargo, también requiere poner atención a las competencias emocionales autoconocimiento y autorregulación ya que son las dimensiones en las que tienen mayor incidencia de niveles bajos con 7.1 puntos porcentuales sobre la generación “Z”, 4.7 sobre la generación “Baby-Silen” y 2.4 puntos porcentuales sobre la generación “Y” en la dimensión “autorregulación”, así mismo en la dimensión “autoconocimiento” se encuentran por encima de la “Baby-Silen” por 7 puntos porcentuales en el nivel bajo de la competencia mencionada; esto nos indica que los emprendedores de la

generación “X” no son capaces de controlar sus emociones tan adecuadamente como el resto, lo que los hace más propensos a episodios de euforia, depresión e ira; esto podría explicarse dada las características de la generación que fue marcada por el bombardeo del consumismo, la manipulación del sistema político, la llegada del internet, la caída del muro de Berlín, la aparición del sida, el fin de la guerra fría y muchos acontecimientos más que marcaron a la generación (Olmos, 2018), y que pudo haber incidido en la falta de reflexión, introspección y de una débil conciencia de sí mismo, lo que de por sí deriva en una falta de autorregulación de la misma medida.

Analizando también a la generación “Y” o los llamados “Millennials”, no se muestran tan consistentes en los niveles de las competencias emocionales como sus antecesores, ya que sus porcentajes son más variables, aunque mayormente, los emprendedores de ésta generación manejan niveles moderados de IE, también encontramos los niveles bajos y altos más representativos de las tablas. Los emprendedores de ésta generación están manejando niveles altos de cada una de las competencias emocionales con más frecuencia que resto de las generaciones, siendo el caso de el autoconocimiento y la automotivación en los que no se presenta ningún caso clasificado con nivel bajo. En relación al autoconocimiento, todos los casos de niveles altos pertenecen a ésta generación y para el resto de las competencias, se mantienen con las frecuencias más altas.

Esta generación de emprendedores en la empatía, presenta un porcentaje en el nivel bajo en la misma medida que el alto; sin embargo, debería considerar trabajar en la autorregulación donde tiene el mayor porcentaje en los niveles bajos de todas sus competencias; esto nos indica que, si bien tienen un mejor desarrollo de su habilidad para entenderse a sí mismos, no han sabido regular del todo las emociones al momento de su expresión, lo cual podríamos explicar dado que ésta generación se ha caracterizado por ser la más cívica, característica dada por la democratización de la información que les ha brindado Internet lo mismo que el poder de toma de decisiones; se les considera una generación muy crítica que da mucha importancia a su autonomía y libertad (Olmos, 2018).

Dada la información antes mencionada se concluye que:

- Se acepta la hipótesis H_0 : La Inteligencia emocional de los emprendedores del Centro de Incubación e Innovación empresarial del Instituto Tecnológico de Celaya es Moderada o baja.

Respondiendo a la pregunta de investigación, el nivel de inteligencia emocional presente en los emprendedores del Centro de Incubación e Innovación empresarial del Instituto Tecnológico de Celaya es moderado. En relación con la segunda pregunta de investigación se concluye que las competencias presentes en niveles altos y pueden procurar la permanencia de las empresas y que además describen a los emprendedores entrevistados son mayormente la empatía y la automotivación. La empatía permite al emprendedor “leer” en sus clientes, proveedores y colaboradores, intenciones y necesidades, lo que los convierte en unos efectivos administradores de relaciones, el emprendedor es capaz de anticiparse a las necesidades de sus clientes dándole una ventaja competitiva.

Otro rasgo de los emprendedores entrevistados es que mayormente son mujeres, la mayoría cuenta con un nivel moderado en sus competencias emocionales, pero también son mujeres las que manejan niveles altos de autoconocimiento, empatía y automotivación, saben cuáles son sus fortalezas y debilidades emocionales, reconocen sus emociones de manera muy efectiva a diferencia de los hombres.

El nivel socioeconómico de los emprendedores es bajo típico lo que los obliga a mantenerse motivados para seguir trabajando y no darse por vencidos con su empresa.

5.2. Recomendaciones

Dado que en el presente estudio se trabajó con una muestra muy pequeña no se logran obtener conclusiones de tipo inferencial o correlacional por lo que en un próximo estudio debe considerarse incluir entre los objetos de estudio a todas las incubadoras del municipio para darnos una idea más clara a cerca de los

emprendedores de Celaya y la región, además, incluir variables como el ingreso en la empresa y /o número de empleados, permitirían medir el tamaño de la empresa incluso el tiempo de operación y el giro de la empresa, podrían considerarse como posibles variables para determinar una correlación con las competencias emocionales, y así establecer otro tipo de conclusiones.

Se considera, además, que el estudio debería ser longitudinal o por lo menos en dos momentos diferentes del emprendedor; mínimamente la entrada a la incubadora y al momento de apertura de su negocio, se considera deseable que se pudiera dar seguimiento a la misma empresa por lo menos 3 años, permitiendo con esto dar seguimiento a las variables y su evolución.

Por otro lado, la incubadora podría considerar implementar dentro de su plan de incubación algún apartado tanto para el diagnóstico y atención de las competencias emocionales de los emprendedores que incuba con la intención de que cuenten con herramientas no solo técnicas sino también de tipo interpersonal e intrapersonal, además de que se considera de vital importancia que se cuente con una base de datos actualizada de los incubados, lo mismo que pudieran contar con personal que realizara la mencionada labor que además generaría importante información sobre la efectividad de la incubadora.

BIBLIOGRAFÍA

1. AMAI. (2018). *Nivel Socio Económico AMAI*.
2. Bygrave, W. y Hofer, C. (1991). Theorizing about entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13-22.
3. Cable, D. y Shane, S. (1997, enero). A Prisoner's Dilemma Approach to Entrepreneur-Venture Capitalist Relationships. *The Academy of Management Review*, 22(1), 142-176.
4. Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional Intec. Chile: Intec.
5. Davies, M., Stankov, L., & Roberts, R. D. (1998). Emotional intelligence: In search of an elusive construct. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(4), 989-1015.
6. De Vries, M. (1977). The entrepreneurial personality — a person at the crossroads. *Journal of Management Studies*, 14, 34-47.
7. Ernst & Young (2011). ¿Nace o se hace? Decodificar el ADN del emprendedor. México: Mancera, S.C.
8. Fernández, P. & Extremera, N. (2005). La inteligencia emocional y la educación de las emociones desde el modelo de Mayer y Salovey. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 19(3), 63-93.
9. Flor, G. y Lara, A. (2012). Diagnóstico del capital emprendedor y su influencia en la creación de empresas y desarrollo socioeconómico en la región sierra-centro del Ecuador. XXII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial. Quito, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.
10. Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires, Argentina: Publicación INTA.
11. Gámez, J. (2008). El emprendedor, hacia una nueva caracterización en Colombia. Management. *Revista de la Facultad de Ciencias Empresariales*, XVII (29), 17-32.

12. García del Junco, J., Álvarez, P., & Reyna, R. (2007). Características del emprendedor de éxito en la creación de pymes españolas. *Estudios de Economía Aplicada*, 25, 951-974.
13. Gartner, W. (1985, octubre). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *The Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
14. Goleman, D (1996). Inteligencia Emocional. Kairos.
15. Guest, D. (1991). The hunt is on for the Renaissance Man of computing". *The Independent* (London), September.
16. Lounsbury, M. y Glynn, M. (2001, junio-julio). Cultural Entrepreneurship: Stories, Legitimacy, and the Acquisition of Resources. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), 545-564.
17. Matiz, F. (2009, mayo-agosto). Investigación en emprendimiento, un reto para la construcción de conocimiento. *Revista EAN*, 66, 169-182.
18. Mayer, J. D., Salovey, P., & Caruso, D. R. (2000). *Models of emotional intelligence*, En R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of intelligence* (pp. 396-420). Cambridge: Cambridge University Press.
19. Mello et al. (2011, marzo-abril). A Dimensão Histórica dos Discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo. *RAC, Curitiba*, 15(2), 179-197.
20. Merino Soto et al., (2016) Pe, Cmerinos@usmp & Merino, Cesar & Lunahuana, Manuel & Pradhan, Rabindra. (2016). Structural validation of the wong-law emotional intelligence scale (wleis): preliminary study in adults. *Liberabit*. 22. 1729-4827.
21. Moncayo, P. (2008, enero-junio). Emprendimiento: un concepto que integra el ser y el hacer del sujeto. *Management, Revista de la Facultad de Ciencias Empresariales*, XVII (29), 33-48.
22. Murphy, P. (2009). Entrepreneurship theory and the poverty of historicism. *Journal of Management History*, 15(2), 109-133.
23. Nueno, P. (2009). Emprendiendo hacia el 2020: una renovada perspectiva global del arte de crear empresas y sus artistas. Deusto.

-
24. Olmos, J. L. (2018). Las generaciones humanas. *Obstet. Ginecol. - Hosp. Santiago Oriente Dr. Luis Tisné Brousse*, 13(3), 174-186.
 25. Pérez, J. C., Petrides, K. V., & Furnham, A. (2005). Measuring trait emotional intelligence. In R. Schulze and R. D. Roberts (Eds.), *International Handbook of Emotional Intelligence*. Cambridge, MA: Hogrefe & Huber
 26. Reynolds, P. D. et al. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24, 205-231.
 27. Rodríguez, C. y Jiménez, M. F. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura. *Innovar*, 15(26), 73-89.
 28. Ronstadt, R. (1987). The Educated Entrepreneurs: A New Era of Entrepreneurial Education is Beginning. *American Journal of Small Business*, 37-53.
 29. Salovey, P. & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence Imagination, Cognition and Personality, 9(3), 185-211.
 30. Sampieri, R. H. (2016). *Metodología de la Investigación*. En H. S. Roberto, C. Fernandez Collado, & P. Baptista Lucio. Mc Graw Hill.
 31. Shane, S. et al. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review* 13, 257-279.
 32. Thornton, P. (1999). The Sociology of Entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 25, 19-46.
 33. Valdaliso, J. M. y López, S. (2000). *Historia económica de la empresa*. Barcelona: Crítica.
 34. Vila, E. & Pérez-González, J. C. (2007). Madurez para la carrera e inteligencia emocional en alumnado de secundaria: una aproximación correlacional. En F. Etxeberría, L. Sarasola, J. F. Lukas, J. Etxeberría, & A. Martxueta (coords.), XIII Congreso Nacional de Modelos de Investigación Educativa (pp. 712-717). Donostia: Erein/AIDIPE.
 35. Wasserman, N. (2012). *The founder's dilemmas*. Princeton: Princeton University Press.

36. Wong, C. S. & Law, K. S. (2002). The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study. *Leadership Quarterly*.
37. Zahra, S. A. y Nambisan, S. (2011). Entrepreneurship in global innovation ecosystems. *Academy of Marketing Science Rev.*, 1, 4-17.
38. Zorrilla, J. (2009). Las etapas del empresario moderno. Buenos Aires, Argentina: El Cid Editor. www.gemconsortium.org
39. Vásquez, I. C. (2017). Nivel de inteligencia emocional de los internos de enfermería de la universidad privada san juan bautista lima. Lima, Perú.

ANEXOS

Anexo 1. Instrumento para medición de inteligencia emocional, escala de Law, Wong & Song (2002).

ESCALA DE INTELIGENCIA EMOCIONAL DE WONG Y LOW (2002)

A continuación encontrará una serie de afirmaciones. A medida que vaya leyendo cada una de ellas, marque la respuesta que describa mejor cómo se aplica esa afirmación a usted.

Para contestar marque con una "X" sobre alguno de los números (5 a 1) que encontrará al frente de cada afirmación. Las alternativas de respuesta son las siguientes:

5	completamente VERDADERO para mí
4	bastante VERDADERO para mí
3	ni VERDADERO ni FALSO para mí
2	bastante FALSO para mí
1	completamente FALSO para mí

Tengo en cuenta que no existen respuestas correctas o incorrectas, buenas o malas sino respuestas que se aplican o no a usted en particular. Procure contestar todas las afirmaciones, ser SINCERO CONSIGO MISMO(A) y responder con espontaneidad, sin pensarlo demasiado. Sus respuestas serán tratadas confidencialmente y sólo se utilizarán de forma general para los análisis del grupo de estudio.

No.	AFIRMACIÓN	RESPUESTA				
		5	4	3	2	1
1.	La mayoría de veces tengo la habilidad de saber por qué tengo ciertos sentimientos.					
2.	Comprendo adecuadamente mis propias emociones.					
3.	Realmente entiendo lo que siento.					
4.	Siempre sé si estoy o no estoy contento.					
5.	Siempre consigo conocer las emociones de mis amigos a través de su comportamiento.					
6.	Soy un buen observador de las emociones de otras personas.					
7.	Soy sensible a los sentimientos y las emociones de los demás.					
8.	Tengo una buena comprensión de las emociones de la gente que me rodea.					
9.	Siempre establezco metas para mí y luego intento <u>mis mejor</u> <u>esfuerzo</u> para lograrlas.					
10.	Siempre me digo a mi mismo(a) que soy una persona capaz.					
11.	Soy una persona que se motiva a sí misma.					
12.	Siempre me animo a dar lo mejor de mí.					
13.	Soy capaz de controlar mi temperamento y manejar las dificultades racionalmente.					
14.	Soy perfectamente capaz de controlar mis propias emociones.					
15.	Siempre puedo calmarme rápidamente cuando estoy muy enojado.					
16.	Tengo un buen control de mis propias emociones.					

Anexo 2. Escalas para perfil de características socioeconómicas.

EDAD

1. 20 – 25 = Generación Z
2. 26 – 38 = Generación Y
3. 39 – 50 = Generación X
4. 51 – 70 = Baby Boomers / 71 – 84 = Generación Silenciosa (Baby-Silenc)

GÉNERO

1. Masculino
2. Femenino

ESCOLARIDAD

1. Secundaria / Bachiller o preparatoria (BÁSICO)
2. Técnico Superior
3. Licenciatura / Posgrado (SUPERIOR)

NIVEL SOCIOECONÓMICO

Rango de ingreso	AMAI	Nombre del nivel
1. \$3,000 a \$5,999 \$6,000 a \$9,999	E: Bajo muy extremo D: Bajo extremo	(BAJO EXTREMO)
2. \$10,000 a \$13,999 \$14,000 a \$19,999	D+: Bajo típico C-: Medio Emergente	(BAJO TÍPICO)
3. \$20,000 a \$31,999	C: Medio típico	(MEDIO TÍPICO)
4. Más de \$32,000	C+ y A/B: Medio alto y Alto	(ALTO Y MEDIO ALTO)

Anexo 3. Escala de valoración del instrumento

<i>Escala de valoración de instrumento nivel de inteligencia emocional</i>	<i>Puntaje</i>
Bajo	16 – 52
Moderado	53 – 71
Alto	72 - 80

<i>Nivel de inteligencia emocional según autoevaluación emocional</i>	<i>Puntaje</i>
Bajo	4 – 12
Moderado	13 – 18
Alto	19 - 20

<i>Nivel de inteligencia emocional según evaluación emocional de los demás</i>	<i>Puntaje</i>
Bajo	4 – 11
Moderado	12 – 18
Alto	19 – 20

<i>Nivel de inteligencia emocional según uso de las emociones</i>	<i>Puntaje</i>
Bajo	4 – 13
Moderado	14 – 19
Alto	20

<i>Nivel de inteligencia emocional según regulación de las emociones</i>	<i>Puntaje</i>
Bajo	4 - 11
Moderado	12 – 17
Alto	18 - 20

(VASQUEZ, 2017)

ANEXOS

CUESTIONARIO PARA LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA “LA INTELIGENCIA EMOCIONAL Y SUS COMPETENCIAS COMO FACTOR DE ÉXITO EN EL EMPRENDIMIENTO”

Agradecemos su valiosa colaboración con la investigación, todos sus datos son completamente confidenciales y serán usados solo con fines científicos.

GENERALES

Para contestar llene los espacios en blanco o marque con un “1” el cuadro que corresponda.

	Mujer	Hombre				
Edad: _____			Ingreso mensual en el hogar: _____ (Sumando el ingreso de todos los integrantes del hogar)			
Escolaridad: _____	3 000 a 5 999	6 000 a 9 999	10 000 a 13 999	14 000 a 19 999	20 000 a 31 999	mas de 32 000

ESCALA DE INTELIGENCIA EMOCIONAL DE WONG Y LOW (2002)

A continuación encontrará **16 afirmaciones**. A medida que vaya leyendo cada una de ellas, **marque la respuesta que describa mejor** cómo se aplica esa afirmación a usted.

Para contestar **marque con un “1” el cuadro, y solo uno**, que corresponda a alguno de los números (5 a 1) que encontrará como encabezado de cada columna. Las alternativas de respuesta son las siguientes

5	completamente VERDADERO para mí
4	bastante VERDADERO para mí
3	ni VERDADERO ni FALSO para mí
2	bastante FALSO para mí
1	completamente FALSO para mí

Tenga en cuenta que **no existen respuestas correctas o incorrectas**, buenas o malas sino respuestas que se aplican o no a usted en particular.

Le pedimos **contestar TODAS las afirmaciones, ser SINCERO** CONSIGO MISMO(A) y **responder con espontaneidad**, sin pensarlo demasiado.

Sus respuestas serán tratadas confidencialmente y sólo se utilizarán de forma general para los análisis del grupo de estudio.

No.	AFIRMACIÓN	RESPUESTA				
		5	4	3	2	1
1	La mayoría de veces tengo la habilidad de saber por qué tengo ciertos sentimientos					
2	Comprendo adecuadamente mis propias emociones.					
3	Realmente entiendo lo que siento.					
4	Siempre sé si estoy o no estoy contento.					
5	Siempre consigo conocer las emociones de mis amigos a través de su comportamiento.					
6	Soy un buen observador de las emociones de otras personas.					
7	Soy sensible a los sentimientos y las emociones de los demás.					
8	Tengo una buena comprensión de las emociones de la gente que me rodea.					
9	Siempre establezco metas para mí y luego intento mi mejor esfuerzo para lograrlas.					
10	Siempre me digo a mí mismo(a) que soy una persona capaz.					
11	Soy una persona que se motiva a sí misma.					
12	Siempre me animo a dar lo mejor de mí.					
13	Soy capaz de controlar mi temperamento y manejar las dificultades racionalmente.					
14	Soy perfectamente capaz de controlar mis propias emociones.					
15	Siempre puedo calmarme rápidamente cuando estoy muy enojado.					
16	Tengo un buen control de mis propias emociones.					

