

COMPETENCIAS EMOCIONALES, UNA PIEZA CLAVE PARA EMPRENDER CON ÉXITO.

EMOTIONAL SKILLS, A KEY PIECE TO UNDERTAKE SUCCESSFULLY

Recepción: 04 de agosto de 2022
Aceptación: 22 de septiembre de 2022
Publicación: 05 de octubre de 2022

Liliana Alejandra Álvarez García
ORCID: 0000-0001-9135-0791
Correo Institucional: laalvarez@upgto.edu.mx

Licenciada en Administración con Maestría en Desarrollo Organizacional. Doctorante en Administración por UNICEBA. Colabora en la Universidad Politécnica de Guanajuato como docente para la carrera de Licenciatura en Administración y Gestión Empresarial

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo conocer la percepción de los alumnos. Emprender en la actualidad no es una tarea sencilla, contar con competencias emocionales es un aspecto clave para iniciar o mantener o llevar al éxito un proyecto emprendedor, no basta con los conocimientos técnicos, es necesario contar o desarrollar un bagaje de habilidades intrapersonales e interpersonales que contribuyan en el logro de las metas.

Palabras clave: Competencia emocional, Emprendedores, Inteligencia Emocional, Resiliencia, Habilidades emocionales.

ABSTRACT

Taking is not an easy task, having emotional skills is a key aspect to start or maintain or bring success an entrepreneurial project, technical knowledge is not enough, it is necessary to have or develop a wealth of intrapersonal and interpersonal skills that contribute to the achievement of goals.

Keywords: Emotional competence, Entrepreneurs, Emotional intelligence, Resilience, Emotional skills

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los nuevos retos y desafíos han dado como consecuencia innovadoras ideas de negocio, de pronto se observa a amigos, familiares o somos nosotros mismos quienes estamos intentando emprender, pero no basta con tener la buena intención o contar con una idea original para generar un nuevo negocio, se requiere de una serie de habilidades para emprender, en especial las relacionadas con las competencias emocionales.

A la hora de definir al emprendimiento se considera de manera general a la creación de algo nuevo (Palomeque, Plaza y Tapia, 2020). Si bien para crear un negocio se requiere de dinero, oficinas, máquinas y demás recursos materiales, es evidente a la luz de nuestros días, que también se requiere de otro tipo de capital, el que se construye con personas, su talento y capacidad para conseguir las metas. Los cambios incesantes tanto en el nuevo marco laboral como en las orientaciones personales hacia el trabajo, dejan entrever que el autoempleo y las pequeñas empresas van a ser cada vez más una realidad extendida en nuestro contexto (Moriano, Palací y Morales, 2006).

Desde un punto de vista metodológico, este artículo se localiza dentro de los procesos de revisión documental, con un enfoque cualitativo, se llevó a cabo una consulta sistemática de la literatura como técnica exploratoria y analítica para la recolección, análisis y tratamiento de información que presenta un mayor interés para los fines de esta investigación con la orientación de un diseño de teoría fundamentada.

CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRENDEDORES

Los emprendedores deben tener ciertas capacidades y valores necesarios para tener éxito. Formar una empresa es el sueño inicial que tiene un emprendedor, buscando innovar y mejorar los productos y el mercado. Aunque no todos los emprendedores logran tener éxito con sus ideas, luchan por ellas, asumiendo riesgos y sacando adelante sus propuestas (Recalde, Villota, y Flores, 2016).

Tradicionalmente, se ha considerado al emprendedor como un individuo cuyos comportamientos están determinados por características intrínsecas (Ahmed, 1985; Brockahus, 1980; Sánchez, 2003; Winslow y Solomon, 1989). Por ejemplo, dentro del campo de la Psicología social se ha descubierto que la autoeficacia presenta relaciones significativas con el rendimiento laboral (Stajkovic y Luthans, 1998), lo que a su vez resalta la importancia que tienen las creencias del propio emprendedor sobre sus capacidades como predictor del éxito en la creación de una nueva empresa (Chen, et al, 1998; Krueger y Dickson, 1994).

Uno de los primeros autores encargado en analizar y definir la autoeficacia ha sido Bandura (1987), quien entiende que la eficacia en el afrontamiento del entorno no consiste únicamente en conocer la forma de actuación más adecuada en cada situación, ni tampoco se trata de una forma fija de comportamientos de la que el sujeto dispone, o no, en su repertorio, este autor considera que se trata de una capacidad generativa en la que es necesario integrar las subcompetencias cognitivas, conductuales y sociales en curso de acción a fin de conseguir distintos propósitos (Bandura, 1999).

La Teoría de Rasgos afirma que algunas particularidades de la personalidad como obtención de logros, autoeficacia, creatividad, autoestima, entre otros, son las que favorecen a la creación de una empresa, lo anterior mantiene estrecha relación con la Inteligencia Emocional (IE) y en este caso particular se relacionan aún más a la hora de comprender el comportamiento emprendedor. La introducción del concepto de IE a principios del siglo XX en el área del “management” brindó la posibilidad de explicar los elementos que sustentan el hecho de que algunos individuos se motiven hacia el emprendimiento (Palomeque, Plaza y Tapia, 2020).

LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN EL EMPRENDEDOR

Goleman (2007) indica que la Inteligencia Emocional se refiere a “La capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos y los ajenos, de motivarnos y de manejar bien las emociones, en nosotros mismos y en nuestras relaciones” (p.385). La IE no viene determinada por los genes, ni se desarrolla sólo en la infancia. Ella parece ser, en gran parte, aprendida y continúa desarrollándose a medida que avanzamos por la vida y aprendemos de nuestras experiencias: nuestra aptitud, en ese sentido, puede continuar creciendo, lo cual la diferencia notablemente del Coeficiente Intelectual (CI) que cambia muy poco después de la adolescencia (Goleman, 1999). Por tanto, presenta un modelo donde mezcla la inteligencia y la motivación, centrándose principalmente en aquellos factores que afectan al éxito empresarial. En su primera publicación, señaló los cinco componentes que forman la Inteligencia Emocional: (1) la autoconciencia, (2) la autorregulación, (3) la empatía, (4) la automotivación y (5) las habilidades sociales clasificando cada uno en competencias personales o sociales, también diferenció la existencia de dos tipos de cocientes: El CI (Cociente Intelectual) y CE (Cociente Emocional), explicando que el CI contribuye en un 20% en el éxito, siendo la mayoría, el 80% fruto del CE (Goleman, 1997).

En la Figura 1. “El Marco de la Competencia Emocional”, se pueden apreciar los cinco dominios de la IE y a su vez las competencias que integran cada uno de éstos.

Para los emprendedores y/o empresarios, las habilidades emocionales son esenciales a tener en consideración en su bagaje personal y profesional, así que saber utilizar las emociones, escucharlas y canalizarlas positivamente, tanto desde la perspectiva personal como mediante la comprensión y entendimiento de otros, se traduce en el desarrollo de una competencia clave para lograr un adecuado desarrollo del proyecto empresarial. Según Goleman, la inteligencia emocional es más importante que el coeficiente intelectual y las habilidades técnicas, para desenvolverse con éxito y eficiencia en cualquier clase de trabajo (Goleman,1999).

Figura 1. El Marco de la Competencia Emocional.



Nota: Autoría propia con información de Goleman (1999)

IMPORTANCIA DE LAS COMPETENCIAS EMOCIONALES PARA EMPRENDER

La explicación de la inteligencia se realiza a través del estudio de las capacidades. Las capacidades constituyen una integración en sistema, de varias particularidades psicológicas de la personalidad que, en determinados contextos, garantizan el éxito en algún tipo de actividad. Las competencias emocionales vinculadas al desempeño del emprendedor, son las siguientes: confianza en uno mismo, autoconocimiento, autocontrol y tolerancia al estrés, automotivación y posibilidad de autodirección. En todos los casos se vinculan con la conciencia de uno mismo y la autogestión, o sea, con el propio individuo (Palomeque, Plaza y Tapia,2020).

Saber hacer las cosas es esencial para alcanzar los objetivos y las metas que se plantea un emprendedor. Saber fabricar un producto, ofrecer un servicio excelente al cliente, tener conocimientos, habilidades y destrezas para comerciar, negociar o vender, se puede traducir en desarrollar las diferentes competencias esenciales para los negocios. Las competencias no aparecen aisladas sino en grupos. Y es que, para que una persona alcance una actuación sobresaliente, no basta con que destaque en uno de esos grupos, sino que debe hacerlo en varios a la vez. Sólo cuando la persona muestra un amplio ramillete del espectro total de las competencias emocionales existe la posibilidad de que alcance lo que **McClelland** denominó el **punto crítico**. En un estudio realizado a los ejecutivos de PepsiCo, el 87% de ellos alcanzaron el “punto crítico” es decir, que estaban fuertes en no menos de seis de los distintos aspectos que configuran la totalidad del abanico de las competencias emocionales y se hallaba en el tercio superior de la clasificación de rendimiento de la empresa (Goleman,1999).

Como parte del emprendimiento la creatividad es esencial, pero la creatividad colectiva al igual que la individual atraviesa varios estadios que posibilitan el florecimiento de la innovación, dos de los cuales son elementales, el primero de ellos es: la iniciación (encontrar una idea brillante) y el segundo, la ejecución (llevarla a la práctica), pues bien, se requiere saber vender las ideas, además de encontrar apoyos y aliados que las promuevan. Por lo tanto, la pericia técnica resulta vital para generar ideas innovadoras, pero también lo es, la capacidad de llevar esas ideas a la práctica, y ello depende de forma importante de la habilidad para moverse adecuadamente por la red de influencias (Goleman, 1999).

Nota:Fuente tomada de : <https://pixabay.com/es/photos/emprendedor-computador-hombre-2326419/>(2017)

Figura 2. Emprendedor Computador Hombre Oficina
Emprender



FUERZAS QUE DETIENEN EL ÍMPETU DEL EMPRENDIMIENTO

Poseer una serie de habilidades emocionales para emprender resulta fundamental, pero, ¿qué pasa con el otro extremo de las emociones que funcionan como bloqueadores del ímpetu del emprendedor como el miedo, la preocupación y la vergüenza?, ¿cómo gestionarlas para no quedarse en el intento?

MIEDO

En primer término, se encuentra el miedo, esta emoción que se presenta en emprendedores o empresarios, que puede consistir en tener miedo al riesgo, a que un cliente diga que no, o a la incertidumbre, que se presenta tanto para la puesta en marcha como para el mantenimiento y supervivencia del proyecto emprendedor.

PREOCUPACIÓN

Esta emoción hace que la persona permanentemente se encuentre en un estado de alerta sobre los potenciales resultados futuros o por los efectos no deseados a consecuencia de la toma de decisiones equivocadas anticipándose a los hechos.

VERGÜENZA

También la vergüenza se puede presentar al ofrecer los productos y/o propuestas ante determinadas personas, que puede resultar en la imposibilidad de alcanzar las metas.

Emprender implica un cierto grado de desconocimiento e incertidumbre, incluso de ciertos tropiezos, así como de rechazos, para lo cual será necesario contar con resiliencia, la cual se refiere a la capacidad de ser resistente, de poder recuperarse rápidamente de situaciones difíciles. (Schneider, 2007, p.22). Por otro parte, existen ciertos obstáculos de carácter personal que pueden frenar el florecimiento del emprendimiento, tales como el estrés ante la sobrecarga laboral, la falta de autoestima y reconocimiento, exceso de rigidez, pesimismo, desánimo, por citar algunos.

Para emprender no sólo los tiempos de bonanza son favorecedores, y es que, a pesar de la adversidad existen ciertos momentos especiales en los que se abren las puertas al emprendimiento y estos pueden ser cuando la persona se encuentra motivada a realizar cambios para sacar el mejor provecho a las capacidades, entre las que destacan el aumento de responsabilidad, las crisis vitales, dificultades, decepción o aburrimiento y es ahí donde se tiene el empuje para estimular el desarrollo de las habilidades emocionales y por lo tanto, hacer realidad el emprendimiento. (Goleman, 1999).

En esa misma línea, la resiliencia realiza aportaciones por medio de tres dimensiones fundamentales: evitar o prevenir lo negativo, evitar el empeoramiento de las consecuencias negativas a largo plazo y recuperarse de las consecuencias negativas si no han podido evitarse (Medina, 2012).

Desde esta perspectiva emocional es que se proponen estrategias como las siguientes: (1) ser positivo reduciendo los niveles de estrés y las emociones negativas, (2) lograr equilibrio emocional en la vida, (3) ser más pensativo (4) desarrollar conocimiento emocional y (5) construir relaciones y redes profesionales positivas (Jackson, Firtko, y Edenborough, 2007).

CONCLUSIONES

En la era de la inteligencia, el éxito de los negocios depende del conocimiento sobre cómo cultivar y utilizar ésta para el logro de una ventaja competitiva sostenible. Es tiempo de recoger y desarrollar información de calidad, más que una amplia cantidad de información. Es una era donde los innovadores de inteligencia son el activo más valioso de una organización. (Jiménez, s.f.)

En consecuencia, la recomendación consiste en construirse a sí mismo desde la valoración personal, saberse capaz, desarrollar de ser necesario las competencias personales y sociales para iniciar, mantener o llevar al éxito un negocio, no abatirse ni ser pesimista, no sólo contar con herramientas técnicas, sino también hacer uso del abanico de competencias emocionales para el logro de los objetivos propuestos, así como fortalecerse por medio de la resiliencia y saberse adaptar al cambio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ahmed, S. U. (1985). Ach, risk taking propensity, locus of control and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, 6, 781-782.

Bandura, A. (1987). *Pensamiento y acción*. Editorial Martínez Roca

Bandura, A. (1999). *Auto-eficacia. Cómo enfrentamos los cambios de la sociedad actual*. Editorial Desclée de Brouwer

Brockhaus, R. H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *En Academy of Management Journal*, 23, 509-520.

Chen, C. C., Green, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?. *En Journal of Business Venturing*, 13, 295-316

Goleman, D. (1997). *Inteligencia Emocional*. Editorial Kairós

Goleman, D. (1999). *La práctica de la Inteligencia Emocional* Editorial Barcelona

Goleman, D. (2007). *La Inteligencia Emocional en la empresa*. Editorial B. Argentina pp. 385- 386

Jackson, D., Firtko, A., y Edenborough, M. (2007). Personal resilience as a strategy for surviving and thriving in the face of workplace adversity: A literature review. *En Journal of Advanced Nursing*, 60(1), 1-9. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04412.x>

Jiménez, J.A., (s.f.), *Inteligencia competitiva versus gestión del conocimiento. hacia un nuevo paradigma de la dirección estratégica*. Recuperado el 17 de abril 2022 de: https://www.academia.edu/4436741/INTELIGENCIA_COM-PETITIVA_VERSUS_GESTI%C3%93N_DEL_CONOCIMIENTO_HACIA_UN_NUEVO_PARADIGMA_DE_LA_DIRECCI%C3%93N_ESTRAT%C3%89GICA

Krueger, N. F., Jr., & Dickson, P. R. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, 25, 385-400

Medina, C. (2012). La resiliencia y su empleo en las organizaciones. *En Gestión y Estrategia*, (41), 29-39.

Moriano, J. A., Palací, F. J., & Morales, J. F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia emprendedora. *En Revista de Psicología Social*, 21(1), 35-50

Palomeque M. E., Plaza J.J. y Tapia N. J. (2020). La inteligencia emocional y el emprendimiento: breve acercamiento para su comprensión. *En Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 281-287. Recuperado el 15 de marzo de 2022, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=52218-36202020000400281&lng=es&tlng=es

Recalde, L., Villota, L., y Flores, M. (2016). Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. *En Revista Publicando*, 3(9), 564-578. Recuperado del 10 de marzo 2020 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5852122.pdf>

Sánchez, M. L. (2003). *Perfil psicológico del autoempleado*. Unpublished doctoral dissertation, Universidad Complutense de Madrid

Schneider, Ben (2007). *Resiliencia, como construir empresas exitosas en contextos de inestabilidad*. Grupo Editorial Norma

Stajkovic, A. D. y Luthans, F. (1998). Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis. En Psychological Bulletin, 124, 240- 261.

Winslow, E. K.,Solomon, G. T. (1989). Further development of a descriptive profile of entrepreneurs. En The Journal of Creative Behavior, 23(3), 149-162.

Derechos de Autores (2021) Liliana Alejandra Álvarez García



Este texto está protegido por la licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Usted es libre de Compartir - copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato- y Adaptar el documento -remezcla, transformar y crear a partir del material- para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia - Texto completo de la licencia](#)