

37

Fecha de presentación: abril, 2020

Fecha de aceptación: junio, 2020

Fecha de publicación: julio, 2020

LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

Y EL EMPRENDIMIENTO: BREVE ACERCAMIENTO PARA SU COMPRENSIÓN

EMOTIONAL INTELLIGENCE AND ENTREPRENEURSHIP: BRIEF APPROACH TO UNDERSTANDING

María Eugenia Palomeque Solano¹

E-mail: mpalomeque@utmachala.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5636-4829>

Jorge Javier Plaza Guzmán¹

E-mail: jplaza@utmachala.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6987-1814>

Nancy Janneth Tapia Espinoza¹

E-mail: ntapia@utmachala.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0217-4330>

¹ Universidad Técnica de Machala. Ecuador.

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Palomeque Solano, M. E., Plaza Guzmán, J. J., & Tapia Espinoza, N. J. (2020). La inteligencia emocional y el emprendimiento: breve acercamiento para su comprensión. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 281-287.

RESUMEN

Muchos estudios han pretendido identificar y caracterizar las condicionantes que explican la decisión hacia un emprendimiento sobre todo desde la Teoría económica pasando por alto las cuestiones no racionales propias de este tipo de empresa. Este trabajo se apoya en la inteligencia emocional (IE) para ofrecer una explicación al hecho de que porqué algunas optan por convertirse en emprendedores y otras no. En la revisión bibliográfica realizada se constata que las investigaciones en esta dirección son muy escasas y no carentes de serias contradicciones. Una verdadera comprensión de este asunto amerita el desarrollo de investigaciones empíricas más concretas.

Palabras clave: Comportamiento, inteligencia emocional, emprendimiento.

ABSTRACT

Many studies have sought to identify and characterize the conditions that explain the decision towards a venture, especially from the economic theory, ignoring the non-rational issues of this type of company. This work relies on emotional intelligence (EI) to provide an explanation for the fact that some options for becoming entrepreneurs and others not. In the literature review carried out, it is found that research in this direction is very scarce and not devoid of serious contradictions. A true understanding of this American issue, the development of more concrete empirical research.

Keywords: nnnnnBehavior, emotional intelligence, entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento ha encontrado mucho interés investigativo dada su importancia para el desarrollo y crecimiento económico. El contexto actual en el que se desarrollan los empresarios impone que éstos asuman protagonismo como emprendedores para intentar que sus empresas mantengan cierta vitalidad. Esta creciente realidad ha motivado a los investigadores a profundizar en la comprensión del origen de la orientación emprendedora y su impacto en la empresa. Esta circunstancia adquiere mucha mayor relevancia para las pequeñas y medianas empresas (PYME), pues el emprendimiento es capaz de otorgarle ciertos beneficios que las coloquen en una mejor posición de cara a la competencia con el resto de las empresas.

No obstante, aún es limitado el conocimiento de las condicionantes que propician una actitud emprendedora en los empresarios y para lo cual se hace necesaria una mayor profundización y acercamiento a este tema.

Durante la década de los noventa, los estudios realizados sobre el emprendimiento no habían conseguido demostrar la existencia de rasgos específicos en la personalidad de los emprendedores. Estudiosos del tema limitaron sus esfuerzos a caracterizar al emprendedor como una persona capaz de establecer procesos de pensamiento y comportamiento muy particulares y superiores.

En los estudios más recientes se puede percibir que esta tendencia se ha modificado y lo que prevalece es la idea de comprender los procesos a los cuales los emprendedores se enfrentan en su quehacer, planteando que éstos poseen características similares al resto de los profesionales, independientemente de que sean exitosos o no. En este sentido resulta frecuente encontrar en la literatura enfoques hacia la búsqueda y adopción de teorías provenientes de la psicología y otras áreas del saber con el objetivo de avanzar en la comprensión de las conocimientos, motivaciones y procedimientos de los emprendedores.

En este análisis se deben tomar en consideración varios procesos: en primer lugar el de percepción, el cual tiene gran significación para los emprendedores ya que permite explicar por qué algunos de ellos deciden insertarse en el mundo empresarial y otros prefieren establecerse en una organización ya instituida.

A partir de que una persona decide convertirse en un emprendedor planificando lo que sería su propio negocio, se produce una etapa exploratoria en la cual se precisa de información para contribuir a minimizar los posibles riesgos de su proyecto, sobre todo lo que tiene que ver con la disponibilidad y acceso a los recursos necesarios

para el negocio. Cuando el emprendedor considera que ha reunido suficiente información da el siguiente paso y comienza a poner en práctica su proyecto. El hecho de iniciar el emprendimiento en sí, no significa que no exista una gran incertidumbre sobre su trayectoria, de hecho no es posible prever con certeza su futuro desarrollo.

Durante todo el proceso de emprendimiento, las percepciones van teniendo el hilo conductor para que los individuos se conviertan en emprendedores prácticos. Inicialmente se produce la intención de lograrlo y con ello se inicia una fase explorativa. La intención emprendedora se sustenta en el descubrimiento de una situación específica para su aprovechamiento. Puede ocurrir que la intención por convertirse en emprendedores motive la búsqueda de una oportunidad deseable, o en otro caso puede que la presencia de una oportunidad deseable despierte la intención de incursionar en un emprendimiento. Estas posibilidades fueron precisadas por Bhave (1994), al nombrar al primer caso como reconocimiento de oportunidad internamente estimulada y reconocimiento de oportunidad externamente estimulada al segundo caso.

Se debe resaltar que en los emprendimientos se produce un proceso vinculado con las intenciones de las personas para asumir una conducta emprendedora. Autores como Krueger, et al. (2000), propusieron un modelo de las intenciones de los emprendedores mediante el cual afirman que éstas son producto de determinadas condicionantes socioculturales y otros tipos de situaciones que inciden en las mismas.

En el análisis de las intenciones de los emprendedores se establece un marco teórico en el cual se incluyen la motivación, las metas y las oportunidades de evaluación.

Cuando los individuos consideran al emprendimiento como una opción viable, y beneficiosa, se percibe al mismo como una actividad en consonancia con sus aspiraciones en la vida y con ello, la posibilidad de desempeñarse como emprendedor, o sea, se manifiesta una intención emprendedora. En este caso la motivación representa un aspecto muy importante dado que es capaz de determinar las metas de orden superior de una persona en su vida .

En este punto debe destacarse a la autoeficacia porque es la que determina lo que los individuos consideran que son capaces de hacer. No obstante, se debe precisar que la autoeficacia es propia para un contexto determinado y un contenido específico. Cuando se logra una alta autoeficacia se suele mejorar el compromiso y con ello se produce mayor motivación para continuar.

DESARROLLO

La motivación es sin dudas un elemento fundamental para el comportamiento emprendedor. Según Fisher (1930), existen dos escuelas de teorías de la motivación históricamente contrapuestas: una sustentada en la economía y otra en la psicología. Más recientemente Wilson (1998); y Steel & König (2006), plantearon la necesidad de vincular los elementos fundamentales y las teorías de ambas disciplinas para conciliar entre ambas escuelas un marco teórico común.

Sobre la motivación se plantea que puede ser intrínseca o extrínseca, y en este caso se refiere a la fuente desde donde proviene, ya sea desde el interior del yo o desde el exterior. En el primer caso la motivación puede aparecer desde el deseo que puede sentir un individuo para comenzar un negocio. El segundo caso por lo general, proviene desde diferentes motivos como la admiración de un sector de la población, de los ingresos recibidos por el emprendimiento, entre otros. Se debe referir en este punto, que estos tipos de motivación no son excluyentes uno de otro, puede suceder que alguien se motive por ambas.

En este mismo sentido Elfving (2008), considera que la motivación del emprendimiento está influida por condicionantes internas y externas. Desde lo interno los emprendedores encuentran motivación en el hecho de la independencia que representa ser su propio jefe y conseguir beneficios desde el orden financiero.

La mayoría de los estudios realizados sobre la motivación para el emprendimiento abordan que ésta se propicia incentivada por los beneficios externos, expresados desde lo económico. Ante esta realidad es preciso direccionar las investigaciones a la comprensión de las motivaciones que conducen al individuo a una intención emprendedora. En este caso la motivación intrínseca es necesaria para que los individuos se automotiven y logren mayores niveles de competencia, conexión y autonomía.

Los beneficios de las emociones positivas de los individuos en el proceso de emprendimiento han sido igualmente estudiados y se ha constatado que algunas de estas tienen una gran repercusión. Además se ha comprobado que posibilitan mayor eficiencia en la toma de decisiones, más protagonismo en las tareas, entre otros. Unido a esto, en la incidencia de las emociones positivas se podría encontrar la explicación al hecho de que los emprendedores soporten altos niveles de estrés y una intensa presión externa.

El emprendimiento como fenómeno social se ha estudiado desde diferentes enfoques epistemológicos sobre todo desde los de orden contextual, socioeconómico, los

concernientes a los rasgos individuales y en fechas más recientes los provenientes de la Neurociencia, entre otras.

Stevenson & Jarillo (1990), consideran que *“el emprendimiento es el proceso de perseguir una oportunidad sin importar los recursos controlados por el emprendedor”* y otros autores como Zahra, Korri & Yu (2005), plantean que *“el emprendedor toma sus decisiones basándose tanto en criterios racionales como no racionales”*. De manera que aun cuando el contexto influye en la actividad emprendedora, el emprendimiento en sí está sustentado por los individuos. En este sentido, se debe prestar especial atención a las particularidades individuales de los emprendedores una vez que se identifiquen para determinar los que podrían ser más exitosos.

Con el propósito de lograr una caracterización de los individuos emprendedores se han realizado varias investigaciones vinculadas a la creación de empresas, sobre todo tomando en consideración que la persona es el principal elemento en el proceso emprendedor. 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. Otros autores se apoyan en aspectos demográficos como la edad, el género, prácticas anteriores que impulsan hacia una actitud emprendedora y en otros casos se toma en consideración además a la formación familiar. No obstante, estas posturas han tenido algunos cuestionamientos sobre todo vinculados a si son fiables o no las características demográficas y de la personalidad como condicionantes del comportamiento emprendedor dadas sus propias particularidades.

La Teoría de rasgos 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.

En este sentido, varios autores plantean que la IE puede anticipar un posible resultado de las experiencias de emprendimientos (Zampetakis, Beldekos & Moustakis, 2009) y contradictoriamente no ha sido objeto de los mismos esfuerzos investigativos. Dada la importancia que reviste la IE en el éxito del emprendimiento es oportuno comprender la relación entre ésta y el comportamiento emprendedor.

El emprendimiento constituye un campo de estudio de reciente interés y desarrollo. Durante las últimas tres décadas ha provocado gran interés por parte de los

académicos sobre todo por lo que representa a nivel social.

A la hora de definir al emprendimiento se considera de manera general a la creación de algo nuevo. De esta manera el acto de emprender puede conllevar o no hacia el desarrollo de una actividad económica, ya que no todos los nuevos proyectos se proponen un objetivo lucrativo. En todo caso se coincide en que asociar el concepto de emprendimiento con determinada actividad empresarial sería restringir su verdadero alcance.

El campo de estudio sobre emprendimiento se sostiene en teorías que desde otras disciplinas como la Economía, la Psicología, la Sociología, la Biología y la Neurociencia intentan explicarlo. Esta interdisciplinariedad ha contribuido a que la investigación sobre este campo se encuentre dispersa y al no establecerse una integración necesaria se percibe la ausencia de un paradigma único. A esta situación se suma la característica contextual de los emprendimientos, toda vez que se reconoce la influencia del entorno socio-económico.

Dias-Furtado (2015), estudia los trabajos hasta la fecha publicados en este campo y a partir de ahí plantea que el emprendimiento ha encontrado diversas explicaciones desde variables propias de un territorio dado, demostrando que los marcos regulatorios, normativos y cognitivos pueden propiciar o impedir el desarrollo del emprendimiento, lo cual en dichos trabajos se asociaba a la generación de empleo y riqueza.

Desde un enfoque psicológico dichos trabajos centraron su mirada en los individuos emprendedores y proponen que la iniciativa emprendedora está condicionada por las propias características individuales. Según Dias-Furtado (2015), estas características influyen en la percepción de las personas sobre las condiciones socio-económicas de un entorno determinado. La perspectiva sociológica plantea que el hecho de que los individuos participen en redes colaborativas puede condicionar su comportamiento emprendedor.

Finalmente, el análisis de los contextos sectoriales ha permitido comprender la inserción de los emprendedores en sectores como la alta tecnología, el entorno rural o negocios con carácter social.

La definición de emprendedor ha sido propuesta por diversos autores y desde enfoques más amplios o estrechos. No obstante, en la literatura sobre el tema por lo general se hace referencia al modelo de intenciones esbozado por Krueger, et al. (2005), para establecer los límites entre la actitud, la intención y el comportamiento emprendedor del individuo. En este caso, la actitud

emprendedora hace alusión a una conducta favorable hacia el emprendimiento. Por su parte, la intención emprendedora se vincula con la voluntad del individuo para ser emprendedor, de crear y dirigir su propio negocio. Finalmente el comportamiento emprendedor se hace evidente cuando el emprendedor gestiona todos los recursos para establecer lo que concibió como idea emprendedora. Esta distinción es común encontrarla en la literatura sobre el tema y de la cual se señala que la actitud emprendedora antecede a la intención y ésta, al comportamiento emprendedor.

Como se ha planteado con anterioridad las diferencias en cuanto a la actitud, la intención y el comportamiento emprendedor de los individuos pueden estar asociadas a las características de su personalidad, así como de sus aptitudes. De esta manera, se sostiene la idea de que la IE constituye un elemento clave para pronosticar la proyección individual en emprendimiento.

Históricamente los procesos cognitivos y emocionales han sido abordados de manera separada sin prestarse mucha atención por parte de los investigadores a la posible relación de dependencia existente entre estos.

Recientemente la neurociencia ha brindado significativos aportes para una mejor comprensión de la IE relacionando tanto los procesos cognitivos como los emocionales. Estos trabajos intentan explicar las bases neuronales de la IE y con ello brindar un acercamiento a la comprensión de los mecanismos cognitivos de la regulación emocional.

Dado que la IE se caracteriza por ir incrementando su desarrollo mediante entrenamiento y experiencia, suscita un mayor interés en su estudio. Unido a esto, el hecho de poder constatar la validez de la IE para explicar el rendimiento en el trabajo incentiva mucho más el estudio de ese tipo de inteligencia. No obstante, según Goleman (1998), aún cuando resulta creciente la importancia conferida a la IE, no debe descuidarse el vínculo con la inteligencia racional por la importancia que representa para el individuo y su rendimiento en el trabajo.

No obstante, el creciente interés en la IE y el consenso bastante generalizado sobre su importancia, no se ha logrado establecer una concepción unificada sobre dicho término. Esta situación dificulta concretar las medidas para evaluar tal constructo e incluso, en algunos casos, se presentan cuestionamientos sobre ciertos instrumentos para dicha medición. No obstante, y a pesar de que una buena parte de los investigadores se refieren a la IE como un término global, las medidas de IE con mayor aceptación y reconocimiento son las que evalúan cada una de las dimensiones de ésta.

Goleman (1998), propuso una definición de IE que se ha sido bastante aceptada por los investigadores sobre este tema y en la cual plantea que la IE es *“la capacidad de reconocer nuestros sentimientos, los sentimientos de los demás, motivarnos y dirigir adecuadamente las relaciones que sostenemos con los demás y con nosotros mismos”*. Por su parte, las competencias se definen como los rasgos o conjuntos de hábitos del individuo que lo conducen a un desempeño laboral superior.

Las diferentes nociones de la IE y su estructura han generado la propuesta de diversos referentes teóricos agrupados en dos clasificaciones fundamentales: los de capacidad o puros y los de rasgos o mixtos.

Sobre la relación entre la IE y las actitudes emprendedoras han realizado investigaciones varios autores entre los que destacan Zakarevičius & Župerka (2010); y Neghabi, Yousefi & Rezvani, (2011). Para ellos las actitudes emprendedoras conllevan información emocional, las personas con elevada IE tienden a tener una buena percepción sobre su auto-eficacia emocional y menor temor al riesgo. Esta particularidad les permite insistir en su propósito por lograr un objetivo, aún cuando pueda presentarse algún imprevisto, lo cual es de suma importancia para la fundación de una empresa, debido a los índices de riesgo que esa actividad supone.

Las personas con una IE elevada tienen confianza en sus habilidades emprendedoras y como tal se consideran con mayores y mejores posibilidades para emprender actividades de este tipo, dada su adaptabilidad a los cambios, al entorno y a las situaciones generadoras de estrés.

Por su parte Zampetakis, et al. (2009), en sus estudios sobre la incidencia de la IE en el comportamiento emprendedor, afirma que esta relación se produce a través de dos formas fundamentales: en primer lugar, los individuos que manifiestan una elevada autoevaluación sobre su eficacia emocional demuestran una mayor asimilación a situaciones de estrés y, en segundo lugar, los individuos con una elevada IE manifiestan una notable afectividad y amplias capacidades para la proactividad, todo lo cual propicia el comportamiento emprendedor.

Rhee & White (2007), sustentan que los emprendedores con mayores resultados son vinculados con individuos que poseen un alto nivel de IE. Esta relación puede establecerse por la naturaleza social del emprendimiento, debido a las relaciones que debe establecer el emprendedor sobre todo con proveedores y distribuidores. Por tanto, la habilidad para consolidar relaciones con otras personas y conformar redes es una de las características de gran importancia vinculada a la IE.

La IE está estructurada en competencias emocionales que brindan la posibilidad de que los individuos se destaquen en su actuación, de manera que logren buenos resultados en los proyectos en que participa.

Sobre los emprendimientos Winterton (2002), realiza una propuesta de modelos multidimensionales de competencias indispensables para que sus directivos cumplan con la función emprendedora. En su iniciativa introdujo competencias como la autoconfianza, vinculada con la conciencia propia, la autogestión y la dirección de las relaciones.

En ese sentido, los emprendedores que participaron en las investigaciones realizadas por Awwad & Ali (2012); y Nezhad, Marjani & Najafi (2015), confirmaron que sus niveles en las categorías de competencias son superiores. Así, y en contraposición a la concepción tradicional sobre el individualismo y autonomía de los emprendedores, se constata que éstos poseen índices elevados en competencias relacionadas con la colaboración y el trabajo en equipo.

En contraposición a estos criterios Ahmad, Halim & Zainal (2010), investigan las competencias emocionales vinculadas al desempeño del emprendedor, identificando 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.

Autores como Dehkordi, et al. (2012), proponen una clasificación para las múltiples competencias emocionales teniendo en cuenta la importancia de cada una para la intención emprendedora. En este caso, identifican a la autogestión y la conciencia social como las más relevantes, dejando al autoconocimiento y la dirección de las relaciones en otro plano de menor importancia. Otros investigadores como Karimi, Kloshani & Bakhshizadeh (2012), plantean que las competencias emocionales capaces de establecer una diferenciación entre los emprendedores de mayor y menor éxito se encuentran las relaciones interpersonales, la autoconciencia y la empatía.

En ambos trabajos resulta cuestionable el hecho de que no identifiquen dentro de las competencias emocionales para el emprendimiento a las vinculadas con la dirección de las relaciones. Esta postura puede ser comprensible para el trabajo de Dehkordi, et al. (2012), en el cual se concentraron en analizar la intención emprendedora y no el comportamiento emprendedor ni sus resultados. Sobre este aspecto Krueger, et al. (2005), en su modelo afirma que la intención emprendedora antecede a la acción, por lo que se infiere que el emprendedor aún no ha admitido la interacción con su entorno para aprovechar la posibilidad

y echar a andar al proyecto. Por todo lo anterior se considera que, aunque la intención emprendedora pueda anticipar el futuro comportamiento emprendedor, no se logra explicar en su totalidad este fenómeno dado que algunos individuos con intención emprendedora no poseen competencias emocionales para la dirección de las relaciones.

Otras investigaciones plantean que la IE no tiene gran significación para los individuos que aspiren propiciar una orientación emprendedora en sus empresas. En este caso proponen continuar profundizando en la relación IE-emprendimiento.

La relevancia que han ido adquiriendo los emprendimientos para el crecimiento económico y el desarrollo de los territorios es innegable, por lo cual el estudio de las condicionantes del mismo suscita gran interés entre los investigadores del tema. Sin embargo, los estudios realizados hasta la fecha no logran una explicación precisa sobre el hecho de que unos individuos emprendan y otros no, cuestión sumamente importante para dirigir los esfuerzos hacia el impulso del comportamiento emprendedor en los territorios.

En revisión de los artículos publicados se percibe que en su mayoría el interés ha estado dirigido a determinar y explicar la implicación que tiene la IE en los emprendimientos, así como su vínculo con el éxito de esta empresa y la relación entre las competencias emocionales y las actitudes, proyectos y comportamiento emprendedor. No obstante, los estudios empíricos son insuficientes y, aunque se consiga una aproximación sobre la relación objeto de estudio, no han conseguido contribuir eficazmente al conocimiento real de la acción emprendedora, toda vez que se comprende que ésta rebasa a las actitudes e intenciones para constituir el principal impulsor de la innovación y desarrollo de un territorio.

Unido a esto, en la literatura sólo se encuentran algunos estudios empíricos que se apoyan en autoinformes en los cuales los individuos exponen y valoran sus competencias emocionales, aun cuando se ha sugerido por los investigadores del campo de la IE cuestiones fundamentales sobre la idoneidad de éstos. Otra característica de estos estudios es la transversalidad por lo que se dificulta aún más conocer la causalidad existente entre IE y emprendimiento y a su vez limita predecir el progreso de la primera (Goleman, 1998).

Este tema de investigación amerita para su desarrollo la realización de investigaciones empíricas apoyadas en esquemas longitudinales y verificadas con técnicas más concretas y fiables.

Hasta este punto la revisión bibliográfica realizada no ha permitido determinar en qué medida la influencia de la IE sobre el emprendimiento es directa y logra abarcar mucho más que el posible efecto producido por los rasgos de la personalidad y otras características demográficas del individuo. Tampoco se ha determinado si es indirecta e impacta al emprendimiento sólo en la medida que se desarrollan determinados rasgos de la personalidad. Finalmente, algunas investigaciones señalan hacia una relación bidireccional en la cual la IE y la personalidad se impactan mutuamente, de manera que repercute en la actividad emprendedora del individuo (Zakarevičius & Župerka, 2010). Estos diversos resultados señalan la necesidad de seguir profundizando en la dinámica de la relación IE-emprendimiento abordada en este trabajo.

No obstante las limitaciones señaladas en las investigaciones IE-emprendimiento, debe destacarse que autores como Awwad & Ali (2012), han asumido una posición optimista sobre los aportes que esta línea de investigación puede brindar. Los estudios realizados aportan la posibilidad de anticipar un efecto positivo de la IE sobre la búsqueda y determinación de un emprendimiento, todo lo cual conduce a seguir profundizando en todas aquellas interrogantes que aún no han sido respondidas y que están vinculadas a la relación entre la IE y la motivación, los factores contextuales, las experiencias previas, entre otros.

Las respuestas a estas interrogantes serían de gran utilidad para el desarrollo económico de los territorios. De manera que tener la certeza de que la IE influye en la actitud, la intención y el comportamiento emprendedor, así como identificar las competencias que inciden en cada uno de estos constructos, sería muy provechoso para impulsar los emprendimientos desde las esferas económica, política y educativa.

A nivel de organización, la investigación sobre IE-emprendimiento reviste gran utilidad porque posibilita la comprensión de las competencias emocionales que deben ser estimuladas en los directivos y los empleados para que la organización asuma una actitud emprendedora. Unido a esto, se potencie el desarrollo de las innovaciones y nuevos proyectos que posibiliten una mejor ubicación en el mercado. La IE posee un carácter incremental por lo cual la formación en competencias emocionales beneficia los niveles de esta y a su vez contribuye a la conformación de una cultura emprendedora en la empresa.

CONCLUSIONES

Este trabajo se ha propuesto como objetivo conocer la relación entre la IE y el comportamiento emprendedor de los individuos, definiendo si se produce una relación directa

o indirecta, o sea, si es mediante determinados factores organizativos o de orden personal. Teniendo esta cuestión como base se realiza una profunda revisión bibliográfica de la cual se concluye que tanto la influencia directa de la IE sobre la actitud, motivación y comportamiento emprendedor como la influencia indirecta mediante otros elementos propiciadores del emprendimiento, dígase la creatividad, las posibilidades innovativas o la capacidad para asumir riesgos permiten una mejor comprensión, aunque no concluyente, sobre si la influencia de la IE en los emprendimientos se produce de manera directa o indirecta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahmad, N., Halim, H., & Zainal, S.R. (2010). Is entrepreneurial competency the silver bullet for SME Success in a developing nation? *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2 (1), 217-236.
- Awwad, M., & Ali, H. (2012). Emotional intelligence and entrepreneurial orientation: The moderating role of organizational climate and employees' creativity. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 14(1), 115-136.
- Bhave, M. P. (1994). A process model of entrepreneurial venture creation. *Journal of Business Venturing*, 9, 223-242.
- Dehkordi, A. M., Sasani, A., Fathi, M. R., & Khanmohammadi, E. (2012). Investigating the effect of emotional intelligence and personality traits on entrepreneurial intention using the fuzzy Dematel method. *International Journal of Business and Social Science*, 3(13), 286-296.
- Dias-Furtado, J. (2015). Instituciones y percepciones institucionales como antecedentes del emprendimiento en economías en desarrollo: una aplicación al sector turístico. (Tesis doctoral). Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Elfving, J. (2008). *Contextualizing Entrepreneurial Intentions: A Multiple Case Study on Entrepreneurial Cognitions and Perceptions*. Åbo Akademi förlag.
- Fisher, I. (1930). *The Theory of Interest*. MacMillan.
- Goleman, D. (1998). *Working with emotional intelligence*. Bantam.
- Karimi, P., Kloshani, M., & Bakhshizadeh, A. (2012). A comparative study on emotional intelligence and cognitive between successful and unsuccessful entrepreneurs. *Management Science Letters*, 2(6), 2071-2076.
- Krueger, N. F., Reilly M., & Carsrud A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5/6), 411-532.
- Neghabi, S., Yousefi, M., & Rezvani, M. (2011). Emotional intelligence and entrepreneurial behavior: development of personal aspects of intentions model. *International Conference on Information and Finance*, 21, (pp. 27-31). IACSIT Press.
- Nezhad, H., Marjani, M., & Najafi, A. (2015). A study on relationship between emotional intelligence and entrepreneurship of trainees in vocational and technical organization. *Management Science Letters*, 5 (5), 501-506.
- Rhee, K. S., & White, R. J. (2007). The Emotional Intelligence of Entrepreneurs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 20 (4), 409-426.
- Steel, P., & König, C. J. (2006). Integrating theories of motivation. *Academy of Management Review*, 31(4), 880-913.
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11(4), 17-27.
- Winterton, J. (2002). Entrepreneurship: Towards a competence framework for developing SME managers. Paper presented at the United States Association for Small Business and Entrepreneurship Conference (pp. 12-20). Conference Proceedings.
- Zahra, S. A., Korri, J. S., & Yu, J. (2005). Cognition and international entrepreneurship: Implications for research on international opportunity recognition and exploitation. *International Business Review*, 14 (2), 129-146.
- Zakarevičius, P., & Župerka, A. (2010). Expression of emotional intelligence in development of students' entrepreneurship. *Economics and Management*, 15, 865-873.
- Zampetakis, L. A., Beldekos, P., & Moustakis, V. S. (2009). Day-to-day entrepreneurship within organisations: The role of Trait Emotional Intelligence and perceived organisational support. *European Management Journal*, 27(3), 165-175.
- Zampetakis, L. A., Kafetsios, K., Bouranta, N., Dewett, T., & Moustakis, V. S. (2009). On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 15(6), 595-618.