

# Miedo ¿Impulso o limitante?: Factor determinante para la toma de decisiones en épocas de crisis<sup>1</sup>

*Fear Impulse or limiting?:*

*Determining factor for decision-making in times of crisis*

María Camila Acosta\*  
[mcav27@gmail.com](mailto:mcav27@gmail.com)

\*Tecnología en Gestión de Mercadeo  
Institución Universitaria Esumer  
Medellín – Colombia

---

<sup>1</sup> Este artículo se presenta como requisito de grado del programa Tecnología en Gestión de Mercadeo de la facultad de Estudios Empresariales y de Mercadeo de la Institución Universitaria Esumer. La línea de investigación de este documento es Marketing perteneciente al Grupo de Investigación de Dirección de Empresas. Este trabajo contó con la asesoría temática y la coordinación metodológica de Eduardo Alexander Duque Grisales.

## **Resumen**

Este artículo explora las relaciones entre el miedo y la toma de decisiones en los emprendedores ante situaciones de crisis. Basándonos en la Teoría del comportamiento planificado y utilizando una muestra de 741 participantes, encontramos que hay varios factores de IE que influyen en el comportamiento empresarial. Los resultados mostraron que sólo las dimensiones optimistas, Asunción de riesgos, autonomía y tolerancia al estrés tienen una relación positiva y estadísticamente significativa con la ESE, mientras que la dimensión del Locus de control presenta una relación negativa con la ESE. Además, se resalta que esta relación no tiene diferencias significativas según el género del individuo ni su condición como estudiante, emprendedor o empleado. Esta investigación enfatiza que cuando las personas incrementan su inteligencia emocional obtienen un mayor autocontrol emocional, lo que repercute en un mayor éxito como emprendedores ante la toma de decisiones desde el autoconocimiento.

**Palabras clave:** Inteligencia Emocional, Crisis, Miedo, Toma de Decisiones

## **Abstract**

This article explores the relationships between fear and decision-making in entrepreneurs in crisis situations. Based on the Theory of Planned Behavior and using a sample of 741 participants, we found that there are several EI factors that influence business behavior. The results show that only the optimistic dimensions, risk assumption, autonomy and stress tolerance have a positive and statistically significant relationship with SES, while the Locus of control dimension has a negative relationship with SES. In addition, it is highlighted that this relationship does not have significant differences according to the gender of the individual or their condition as a student, entrepreneur or employee. This research emphasizes that when people increase their emotional intelligence, they obtain greater emotional self-control, which leads to greater success as entrepreneurs when making decisions from self-knowledge.

**Keywords:** Emotional Intelligence, Crisis, Fear, Decision Making

**Clasificación JEL:** D7, J2, L26, M1, M5.

## Introducción

En épocas de crisis es cuando los emprendedores se enfrentan a distintas preguntas sobre su futuro empresarial, ¿Qué voy hacer ahora? o ¿Cómo voy a salir de esta situación? e incluso, ¿Será que debo cerrar este negocio o emprendimiento? Es en este punto cuando se llega al límite de la zona de confort empresarial y el miedo se convierte en un factor determinante que influye de forma decisiva sobre el presente y el futuro de la organización. Pero la forma en que el miedo influye en cada emprendedor es diferente, ya que se tiene el paradigma de que, después de la zona de confort ya no hay como regresar a lo que era antes y como no se conoce si lo que “viene” es beneficioso o no para la organización, es cuando el miedo al futuro se manifiesta y se convierte en un factor limitante. Por el contrario, al salir de la zona de confort aún con miedo, se adquiere conocimiento y experiencia, lo cual conlleva que dicha zona se expanda, debido a que ese algo nuevo ya se convierte en algo conocido; entonces ¿cómo hacer que el miedo no sea un factor limitante, sino por el contrario, sea un impulso para la toma de decisiones y búsqueda de oportunidades en épocas de crisis?

Los profundos cambios globales asociados a la crisis sanitaria, social y económica, producto del nuevo coronavirus COVID-19 han puesto de manifiesto el temor de los emprendedores ante la incertidumbre económica que deben enfrentar en épocas de crisis, dada la alta volatilidad de los mercados, problemas de competitividad, flujos de caja negativos, mayores índices de desempleo, destrucción del sector productivo, costos por el no ejercicio de sus actividades, cierre de empresas por imposibilidad de recuperación financiera o simplemente porque su objeto social deja de ser atractivo para la sociedad (Landines Parra & Torres Guerrero, 2020). Es por ello que, los emprendedores suelen sentir miedo ante las épocas de crisis y que esto, a su vez, genere un estado de estancamiento organizacional, en donde generalmente los líderes emprendedores no tienen una certeza sobre qué tipo de decisiones tomar o cuáles soluciones implementar, que les permitiría salir victoriosos de dicha situación de crisis.

Los líderes de las organizaciones se enfrentan a situaciones de crisis cada vez más complejas, en donde no solo deben enfrentar crisis empresariales, sino que estas deben resolverlas mientras enfrentan las crisis personales, familiares y sociales; a dichos líderes no solo se les reconoce laboralmente por crear situaciones resolutivas en las organizaciones, también se les reconoce por la forma en que abordaron, procesaron y ejecutaron emocionalmente dicha situación. La nueva realidad ha llevado a los líderes a ser un nuevo modelo de liderazgo que combina factores emocionales, sociales, económicos, legales, tecnológicos, políticos y ecológicos, por lo cual no se puede desconocer el cambio en las realidades empresariales y la afectación a nivel global al enfrentarse a aspectos negativos dentro de sus economías, tales como cambio en sus balanzas comerciales, que para algunos países ya venían con comportamiento deficitario, problemas de competitividad, flujos de caja negativos, empresas y Estados ineficientes, costos financieros altos, incremento en tarifas de seguros, mayores índices de desempleo, destrucción del sector productivo, costos por el no ejercicio de sus actividades, cierre de empresas por imposibilidad de recuperación financiera o simplemente porque su objeto social deja de ser atractivo para la sociedad. (Torres & Landines, 2020) y a ello, se le suma las crisis económicas, sociales, medioambientales o internas en las organizaciones.

Dado el comportamiento de las empresas en los últimos años, el cambio de organizacional y las nuevas estrategias de administración en épocas de crisis, hemos decidido analizar con especial relevancia los aspectos que llevaron fueron determinantes en los líderes para superar las crisis de las organizaciones, considerando que antes de la pandemia, la sociedad ya vivía en un mundo denominado VICA, como afirma Del Mazo Fuente (2020): Las cuatro características de este mundo V.I.C.A. serían: Volatilidad (un mundo con retos o cambios inesperados, inestables y de duración desconocida), Incertidumbre (falta de previsibilidad y dificultad para conocer a fondo las causas y efectos), Complejidad (confusión, multiplicidad de variables y conexiones para una misma situación) y Ambigüedad (falta de claridad y precedentes en las relaciones causales y errores de interpretación). p.78 (Torres & Landines, 2020)

Este estancamiento mental o emocional, se manifiesta a través del miedo de actuar o tomar decisiones rápidas, puesto que, en estos emprendimientos se tienen en juego unos capitales, recursos e ingresos que, para muchos de los casos, representan el trabajo de toda una vida y el único sustento. El miedo en una situación de crisis nos lleva a actuar de forma impulsiva o de bloqueo.

Para contrarrestar esta situación, los emprendedores enfrentan un reto mayor, esto debido a que deben contar con una Inteligencia Emocional (IE), que incluye aspectos como innovación, alto sentido de pertenencia, alta autoestima y confianza en su equipo, entre muchas otras características; que les permita tomar las decisiones más acertadas ante el mundo VICA, para no desfallecer en el intento de crear empresa. Este tipo de inteligencia no suele tenerse muy presente en el sector empresarial, debido a que se da por hecho que las empresas exitosas, lo son por un sin fin de características que no incluyen la IE del emprendedor que está detrás de dicha empresa. Pero de acuerdo con el documento de neurociencias capítulo III: El emprendedorismo hoy y futuro, escrito por Oscar Telmo Navós, Lucila de la Fuente Niel y Gabriela Rau; existen tres elementos que permiten comprender de forma más clara la Inteligencia Emocional, los cuales son: la emoción, motivación e inteligencia. En donde la emoción es una reacción de la información procesada y la cual necesita de tres elementos para ser activada: un estímulo o situación específica, un sujeto para percibir y procesar dicha situación y emoción y una reacción con significado. El segundo elemento de la IE es la motivación, es el motor por el cual las personas nos esforzamos para cumplir una meta u objetivo determinado, es el “porqué” de las acciones. Y el tercer elemento es la inteligencia, descrita por Platón como “como el cochero que lleva las riendas de un carro tirado por caballos” (*El Emprendedorismo de hoy y del futuro*, 2019) es decir, son las habilidades que les permiten a las personas ser exitosas en la resolución de problemas.

Es por ello que el presente artículo busca identificar y analizar el origen del miedo en los emprendedores, entendiendo de dónde y por qué proviene; Cómo este afecta positiva o negativamente a los líderes y con ello, a las empresas. Proporcionado un enfoque cuantitativo de las características en la toma de decisiones y la Inteligencia Emocional y la construcción de un liderazgo diferencial para trascender exitosamente de las crisis.

## **1. Marco de referencia**

## 1.1 Marco Teórico

### El Miedo Y El Emprendimiento

El miedo es una emoción permanentemente oculta en los emprendedores, esto debido a que la supervivencia a lo largo del proyecto empresarial, supondría el éxito o fracaso del mismo. Sabemos que el miedo es naturalmente instintivo y que nos lleva a la autoprotección de sobrevivir en un entorno, situación o contexto desconocido o que nos haga sentir en peligro, es una medida de supervivencia que surge desde el instinto biológico de la supervivencia. El ser humano al ser un animal racional lleva el miedo a otra dimensión, en donde especula a través de las realidades imaginarias sobre posibles escenarios del futuro, creando situaciones mentales de realidades supuestas, previniendo posibles situaciones diferentes, las cuales son creadas en base a las experiencias vividas, el conocimiento de las diferentes consecuencias, el imaginario colectivo e incluso la cultura en donde se encuentra. De acuerdo con Susan Jeffers, el miedo se puede medir en distintos niveles o tipologías, en su obra “Aunque tenga miedo, hágalo igual” plantea el miedo como un proceso para el aprendizaje, categorizado en 3 niveles:

Los miedos de Nivel 1: Los cuales se dividen en dos:

- Los primeros hacen referencia a los hechos que sí se darán de forma inevitable, tales como la muerte, el envejecimiento, entre otros.
- Los segundos son los miedos que para su superación requieren de la acción por parte de la persona que los sufre, tales como:
  - La toma de decisiones
  - Cambio de profesión o de casa
  - Crear amistades y nuevas relaciones
  - Hablar en público

Los miedos de Nivel 2: Son los que de acuerdo con la autora se encuentran implicados en la integridad del yo, de la persona, de lo que somos. En este sentido Jeffers nos habla de:

- La vulnerabilidad
- Sentirse engañado
- La impotencia
- La desaprobación
- La pérdida de imagen

Los miedos de Nivel 3 se identifican como el “miedo al miedo”, dando la imposibilidad de afrontar el miedo en sí mismo. Esto ocasiona una parálisis en la acción, es decir, un bloqueo. (Jeffers, 1987)

Entonces, de acuerdo con lo anteriormente planteado, cuando los emprendedores tienen miedo, se puede relacionar con los miedos de primera y segunda categoría, en el emprendedor estos miedos son los más comunes y son generalmente, las que determinan las decisiones para empezar, continuar, dejar o crear un proyecto nuevo, los cuales provienen del miedo al fracaso o al rechazo de dicho proyecto o negociación, de la aceptación del producto o

servicio en el mercado; incluso de las consecuencias financieras que el éxito o fracaso que emprender implica para la persona y su entorno, la vulnerabilidad de no tener un ingreso fijo (Jeffers, 1987). También podemos relacionarlo con el miedo a los estigmas y etiquetas alrededor del éxito o fracaso de un emprendimiento, la persona que lo realiza y la desaprobación de la imagen si en dicho proyecto fracasa. Entendiendo que el miedo hace parte inevitable en las personas cuando desarrollan un proyecto, David McClelland, en concordancia con Susan Jeffers también plantea la existencia de tres miedos esenciales que podemos analizar, sustentando lo anteriormente planteado, se pueden identificar como:

- El miedo a la No Supervivencia; el cual está relacionado a tener las necesidades básicas cubiertas. Del cual se pueden establecer dos miedos derivados, los cuales son el miedo a perder el empleo y el miedo a no llegar a fin de mes.
- El miedo al fracaso; que se asocia al reconocimiento, el logro de objetivos, cometer errores, asumir riesgos, la toma de decisiones, incluso el miedo al cumplimiento de metas.
- El miedo al cambio; este tercer miedo se relaciona con lo desconocido. (McClelland, (1917 -1998))

Por tanto, se puede ver al miedo como factor circunstancial a la decisión de emprender, en donde el emprendedor debe aprender a gestionar correctamente sus emociones, a través de la Inteligencia Emocional (IE); esto debido a que la actitud emprendedora está directamente relacionada con la IE, la cual le permite racionalizar el miedo, entenderlo y enfrentarlo para controlarlo o eliminarlo. Cuando tenemos la información, la comprendemos y la racionalizamos y esto nos permite ejercer control sobre ellas y nuestras acciones. Por lo cual podemos identificar cual es el origen emocional de nuestras decisiones, llevándonos a entender que todas nuestras decisiones están y han sido guiadas por las emociones, las cuales se convierten en motivación y estas a su vez en acciones. Es por ello que entender de dónde y porqué surgen las emociones propias, le permitiría al emprendedor comprender y gestionar desde su racionalidad sus emociones, controlando sus acciones y con ello, sus decisiones.

En diferentes ocasiones y por distintos autores se ha demostrado la importancia de las emociones, tal es el caso, que el Dr. Antonio Damasio, neurólogo de origen portugués que ha estudiado detalladamente a personas con daños en el lóbulo prefrontal, el cual está encargado de procesar las decisiones correctamente, expresiones de la personalidad y comportamiento social adecuado, además de las funciones ejecutivas, las cuales permiten distinguir entre el bien o el mal y las consecuencias futuras, por tanto, incapaces de percibir emocionalmente las imágenes mentales que aparecen cuando se debe tomar una decisión, escoger entre una cosa u otra. (Damasio, 1994) Ha demostrado a través de su estudio que los resultados encontrados son realmente alarmantes para cuyas personas el lóbulo prefrontal está dañado, debido a que incluso en situaciones de laboratorio cuando se pusieron en situaciones hipotéticas a través de juegos, no tuvieron la capacidad de tomar la decisión adecuada para dicha situación, comprobando que si dichas decisiones se hubieran llevado al plano real, estas les habría traído consecuencias desfavorables para ellos mismos y su entorno. (Damasio, 1994)

El estudio del Dr. Antonio Damasio demostró que aunque estas personas cuenten con gran preparación intelectual pero carezcan de inteligencia emocional terminarán cometiendo más errores en la toma de sus decisiones, afirmando que el objetivo final del razonamiento lógico

en los seres humanos es la toma de decisiones, los cuales implican una estrategia por parte de la persona que debe tomar la decisión, para posteriormente poder generar deducciones y poder tomar decisiones sobre los posibles escenarios, las consecuencias y las diferentes situaciones que ello supondría para el futuro.

También plantea que la toma de una correcta decisión, sea de forma directa o indirecta, supone una ventaja para la supervivencia, en especial cuando se requiere de una pronta decisión o una decisión inmediata para una situación problemática, lo cual, y de acuerdo con el neurólogo Damasio, Miguel Ángel Pascual Almeida, también afirma que la toma de decisiones bajo las circunstancias anteriormente mencionadas, se torna una labor sumamente compleja, ya que generalmente no se cuenta con toda la información situacional o todo el panorama completo para determinar qué tipo de decisión tomar, además de no disponer del tiempo suficiente para filtrar, revisar, comprender y comparar posibles escenarios futuros, ya que en el estudio se pudo identificar dos concepciones particulares, una es la conocida como la razón elevada, en donde se debe abordar la lógica formal y dejar a un lado las emociones para de esta forma obtener un resultado más confiable, otorgándole principalmente la concepción del sentido común. (Pascual Almeida, 2017) El otro factor es la hipótesis del marcador somático, en donde se manifiestan los factores biológicos, las experiencias vivenciadas por el ser, los cuales se pueden definir como los sentimientos originados por emociones secundarias, por el cual el marcador somático actúa de forma “encubierta” en la conciencia del individuo. En donde su funcionamiento principal es la calificación automática de predicciones que a través de su propia mente las puede sentir como experiencias ya vividas.

Dichas predicciones nos sirven como alarmas biológicas que nos comunican que algo no está bien, y nos pone en estado de alerta automática, previniendo de forma racional y crítica el riesgo de dicha decisión a través de las emociones. Por lo cual tener la capacidad de gestionar adecuadamente las emociones supone desde el aspecto más biológico, una posibilidad de ampliar la supervivencia, brindando más conciencia al ser y control de los impulsos. Cuando existe una situación de extremo peligro, las personas que cuentan con mayor autocontrol, pueden tender a generar o querer soluciones perfectas, las cuales pueden llevarlo al inmovilismo al no encontrar una solución que no sea “perfecta” (Feist, 2012). Así lo sustenta el psicólogo, Gregory J, Feist, en donde a través de sus investigaciones ha demostrado que las personas controlan adecuadamente sus emociones, presentan dificultades cuando deben ser innovadores, ya que en dichas personas, prima la empatía y la prudencia de sus actos. Pero hay quienes aseguran lo contrario, tal es el caso de José Zurita, psicoterapeuta que afirma que “las personas con alta inteligencia emocional no tienen niveles de inconformidad muy altos, aunque eso no quiere decir que no sean capaces de transgredir límites. A cambio, son más abiertas, más flexibles y tienen en cuenta aspectos como la interacción, que hace que se enriquezcan mucho”. (Pascual Almeida, 2017)

Por otra parte, Daniel Goleman, afirma que la Inteligencia Emocional es la capacidad de hacer consciente las emociones propias y las de los demás, clasificadas en 5 dimensiones diferenciadas, las cuales son:

- Autoconciencia, la cual expone un conocimiento profundo de las emociones, impulsos, necesidades, debilidades y fortalezas; llevando a la persona a reconocer sus

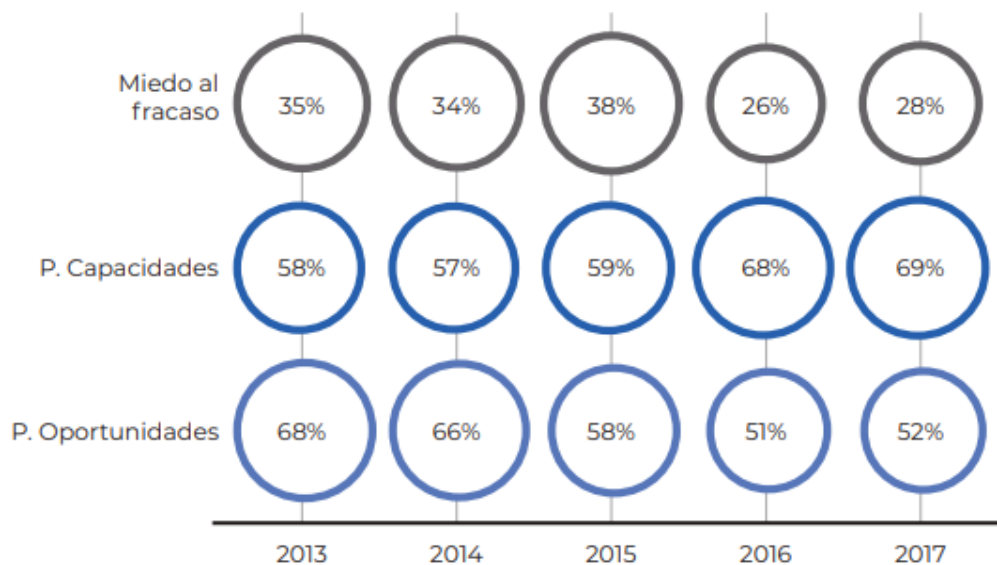
emociones y proporcionando seguridad en la toma de decisiones de forma más certera.

- Autorregulación, estableciendo el manejo y control de los impulsos y sentimientos en
- la creación de espacios de equidad y confianza, en donde se mantiene la capacidad de estar en calma a pesar de las circunstancias, sin permitir que las emociones dominen la situación y sus acciones.
- Motivación, se ve mayormente reflejado en las personas que tienen el deseo de lograr algo por el simple hecho de cumplir un objetivo. Estas personas se caracterizan por ser persistentes y buscar desafíos que potencien su creatividad, les gusta emprender y sentirse orgullosos por alcanzar las metas.
- Empatía, está relacionada con la captación de los sentimientos, necesidades e intereses ajenos, viendo la situación desde la perspectiva del otro, con la capacidad de sentirse afín con una gran cantidad de personas diferentes.
- Habilidades sociales, le permite a la persona que la posee interactuar con más facilidad, persuadir, liderar, negociar y resolver problemas con personas de todo tipo. (Goleman, 2012)

Cuando se ejercitan y fortalecen dichas dimensiones, se logra percibir una diferencia en el nivel de conciencia ya que, al tener presentes las emociones propias y las de las demás personas, se puede tener un manejo adecuado de las distintas situaciones en las que nos encontramos. Para establecer la identificación de las percepciones de las oportunidades y del miedo al fracaso, en el estudio GEM Colombia, (Global Entrepreneurship Monitor) la investigación más grande a nivel global, que mide las actividades empresariales en los países, en el año 2017 ha indagado en los colombianos sobre su percepción sobre la existencia de oportunidades para comenzar un negocio, y si consideran contar con las capacidades necesarias para aprovechar dichas oportunidades. Asimismo, se preguntó si el miedo al fracaso sería un obstáculo que los detendría en el propósito de iniciar una empresa (GEM Colombia, 2017,).

En la figura 1 se muestra el comportamiento histórico de dichas percepciones entre el 2013 y el 2017.



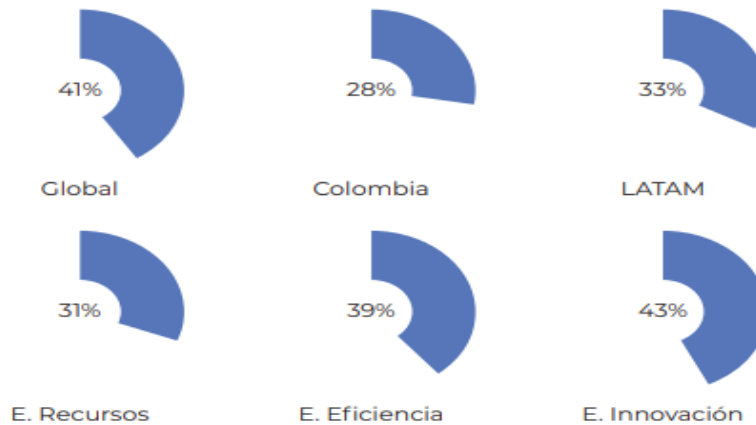


**Figura 1.** Percepciones y capacidades acerca del emprendimiento de la población adulta en Colombia. Fuente:GEM Colombia 2013-2017

Estableciendo que el porcentaje de colombianos que considera el “miedo al fracaso” un obstáculo para poner en marcha un negocio ha mantenido niveles por debajo del 30% desde el 2016, a diferencia de años anteriores en los que los niveles estaban por encima del 34%. Esta tendencia parece evidenciar que los colombianos poseen una mayor confianza en su entorno para emprender, resultado de la percepción de mejores condiciones sociales, económicas, políticas y culturales para emprender en un negocio nuevo. (GEM Colombia, 2017)

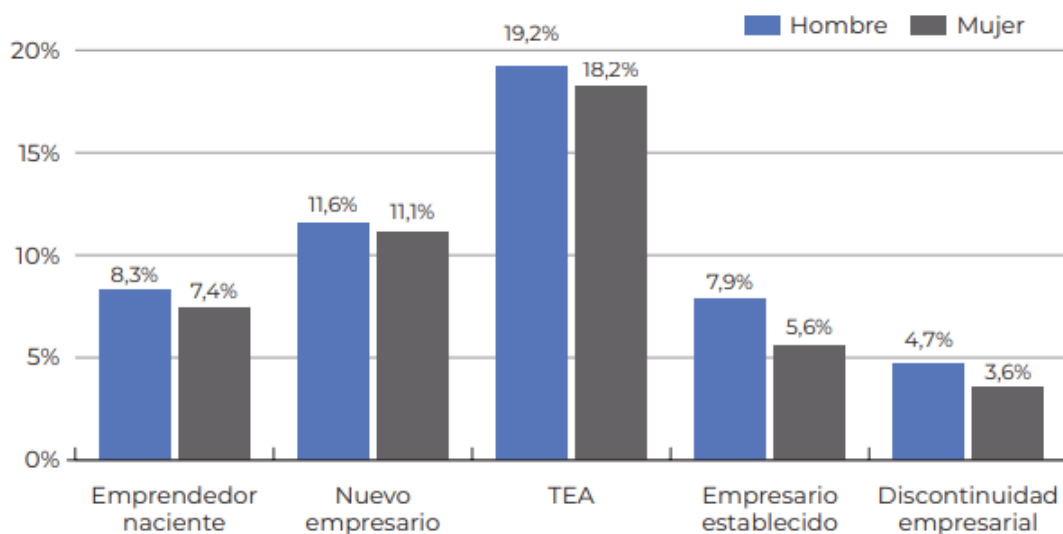
**Miedo al fracaso** Este índice identifica el porcentaje de colombianos que consideran el miedo al fracaso un obstáculo que les impediría iniciar una empresa. El resultado de este índice en Colombia es menor al promedio de países de Latinoamérica y el Caribe, y al de las economías basadas en eficiencia (5 y 11 puntos porcentuales, respectivamente), como se ilustra en la figura 2. Cabe señalar que la asociación del miedo al fracaso con las capacidades para emprender y la identificación de oportunidades son inversas, respectivamente; es decir, las personas que manifiestan no tener miedo al fracaso pueden percibir tener las capacidades necesarias para emprender (GEM Colombia, 2017)

La percepción de que el miedo al fracaso sea un obstáculo para iniciar un negocio en Colombia ha disminuido de forma favorable. De igual forma, la percepción de poseer los conocimientos, las habilidades y la experiencia necesarios para emprender ha aumentado, en contraste con la disminución de la percepción de identificación de oportunidades en el entorno (GEM Colombia, 2017)



**Figura 2.** Miedo al fracaso (Colombia y Latinoamérica) y tipos de economía en el 2017.  
Fuente:GEM Colombia 2013-2017

En Colombia, la proporción de mujeres emprendedoras es casi la misma que la de hombres emprendedores, si se tiene en cuenta un desempeño similar en cuanto a la proporción de emprendedores, como se ilustra en la figura 3. Al analizar los componentes de la TEA (Tasa de Emprendimiento a temprana edad), se observa una diferencia menor a 1 punto porcentual tanto en los emprendedores nacientes como en los nuevos emprendedores. Esta diferencia se amplía en el caso de los empresarios establecidos, al ser el porcentaje de empresarios establecidos hombres mayor en 2,3 puntos porcentuales, mientras que la proporción de discontinuos hombres es mayor en 1.1 puntos porcentuales. (GEM Colombia, 2017)



**Figura 3.** Actividad emprendedora y empresarial categorizada por género en Colombia en el 2017.  
Fuente:GEM Colombia 2013-2017

Con lo cual podemos derivar que existe una gran esperanza sobre el control emocional y crecimiento del manejo de las emociones en los futuros emprendedores, debido a que los jóvenes cuentan con mayor capacidad de adaptación. Cuando las personas se permiten sentir

nuevas y distintas emociones se están permitiendo entrar en el autoconocimiento, sobre cómo reaccionaría y cómo se sentirían en diferentes circunstancias, ya que, entre más emociones las personas se permitan sentir, más preparadas van a estar para sobrevivir y tomar decisiones bajo situaciones emocionalmente desafiantes, puesto que esa emoción no será algo nuevo que la persona estaría experimentando, sino que por el contrario ya sería algo conocido, utilizándolo en su propio beneficio, generando un “entrenamiento emocional” y un crecimiento en el manejo de las propias emociones, aumentando el autocontrol y preparación del autoconocimiento para la toma de decisiones futuras.

De acuerdo con Robert Plutchik en donde a través de la teoría psico-evolucionista de las emociones argumenta que los animales han desarrollado diferentes conductas como resultado de las emociones básicas, mismas que tienen un propósito específico, es decir, el miedo es el de proteger de una situación de peligro real o imaginaria preparando a la persona para huir o atacar, en donde el entrenamiento emocional, logra que ante una multitud de posibilidades y bajo la influencia de factores externos, se pueda tomar una decisión analizando de forma rápida los costos, los beneficios e incluso las repercusiones al tomar una decisión. En el mejor de los casos, contamos con tiempo para realizar un adecuado análisis de la situación e incluso para modificar nuestro estado de ánimo, pero cuando no se dispone de tiempo para realizar el proceso decisivo, será entonces importante identificar nuestro estado emocional (Evaluación Cognitiva), tomar la decisión esperando que las consecuencias no sean tales que afecten gravemente nuestra propia situación. (Rodríguez Estrada, 2018)

Ahora bien, podemos analizar cuáles son las formas en que se puede gestionar el miedo como determinante en el proceso de una toma de decisiones, vista desde dos perspectivas, la primera sustenta la acción, la ejecución de resolución de situaciones problemáticas directamente. Y la segunda, consiste en la identificación del origen del miedo y comprender desde donde surge y porqué. La autora Susan Jeffers nos propone algunos criterios interesantes de cara a potenciar y comprender lo que significa actuar desde la responsabilidad para abordar el miedo desde la perspectiva que el miedo, es mi emoción y por ende, yo soy responsable de lo que me atemoriza o no:

1. Asumir la responsabilidad implica no culpar a terceras personas de aquello que nos sucede, nos pasó o sentimos.
2. Asumir la responsabilidad no es culparse a sí mismo.
3. Asumir la responsabilidad implica saber en qué cuestión, en qué dominio concreto, no se ha asumido para poder cambiar.
4. Asumir la responsabilidad implica ser consciente de los resultados que nos impiden salir, sortear o afrontar una situación dada.
5. Asumir la responsabilidad implica saber lo que uno quiere y realizar las acciones para lograrlo, así como las alternativas que tenemos para alcanzar los fines perseguidos (Rodríguez Estrada, 2018)

Por ello, ante una situación de crisis, es importante la forma en que se abordan y analizan las emociones propias y la importancia que se le asignará a ellas, debido a que esto determinará la forma en que el emprendedor abordará la situación de crisis y será determinante para la toma de decisiones, por lo cual, el emprendedor debe realizarse una serie de preguntas para ampliar las posibilidades de solución desde la inteligencia emocional y el autocontrol. (Jeffers, 1987) Algunas de las preguntas pueden ser, ¿Qué estoy sintiendo?, ¿este sentimiento es positivo o negativo? ¿Por qué me estoy sintiendo de esta forma?, ¿Qué puedo hacer cambiar la forma en que siento?

Para apoyar el abordaje de esta cuestión, contamos otra vez con las aportaciones del psiquiatra Christophe André. De acuerdo a cómo sea la forma de nuestra respuesta, de la forma de confeccionar nuestro pensamiento buscando una solución, nos encontraremos ante dos modelos diferenciados de estrategias de gestión de la situación a un modelo sostenido en una forma de pensar basada en la cavilación (dar vueltas y vueltas sobre la situación planteada sin adoptar una resolución) y vinculada a un estado de ánimo de aumento de la ansiedad y la preocupación. Este modelo se caracteriza por los siguientes elementos (André, 2010):

- El pensamiento se ordena en torno a la búsqueda de los errores cometidos, de las personas culpables de los mismos. Se busca a los culpables para ser castigados o bien expresar una crítica abierta sobre los mismos.
- Se presenta como un modelo tendente a magnificar el problema. Se sobredimensiona y se desvirtúa sus efectos reales.
- Se juzga la situación y las personas implicadas en ella. No se abre un proceso descriptivo de los acontecimientos. No se habla de hechos. Las creencias y los prejuicios aparecen en la forma de relatar los acontecimientos.
- Se simplifican los análisis. Aparecen términos como “todo”, “nada”, “siempre”, “nunca”. Nos guiamos por el paradigma conceptual de “todo tiene una causa” y ésta puede ser abordada.
- Las preguntas que nos hacemos siempre van buscando la causa. Las preguntas enunciadas en los “por qué” inundan el pensamiento.
- Bajo el proceso de análisis no tenemos un objeto claro de pensamiento. Se divaga. Se dispersa la atención en la situación problemática, no sabiendo realmente qué tenemos que hacer con las conclusiones que alcanzamos. Generamos pensamientos recursivos, los cuales no tienen una finalidad definida.
- La forma de pensar descansa en el problema. Se busca permanentemente la descripción del problema con una importante carga de valoración del mismo. Aparecen formas de expresión como “es un problemón”, “no hay salida”, “no tiene solución”, etc. 6 André, C. (2010). (Fuentelsaz & Montero, 2015)

## **1.2 Marco Conceptual**



**Figura 4.** Fuente: Autoría propia

De acuerdo con teorías del comportamiento humano desde la antropología, la biología, neurología, aportes de diferentes autores en psicología como los de Sigmund Freud en la categorización, la sociología y las diferentes construcciones sociales de esta emoción se puede deducir que, el miedo radica en el instinto de protección, el cual se manifiesta de diversas formas permitiendo a la persona, tomar una determinada acción u otra.

## 2. Metodología

El presente artículo busca analizar cuáles son los factores determinantes en los emprendedores, ante una situación de crisis y cómo estos abordan el miedo ante una decisión u otra. Para lo cual se realizó un estudio a través de una encuesta en donde se buscó determinar y medir cuáles eran las características personales que tenían los emprendedores cuando deben abordar una crisis, para dicha encuesta se tuvieron 741 personas, de los cuales 312 fueron hombres y 429 mujeres participantes, con edades desde 16 años hasta 70 años, obteniendo un promedio de respuesta en las edades de 21 a 30 años de edad. En donde se obtuvo respuestas de forma regional (Medellín 425) departamental (Antioquia 155), nacional (Colombia 142) e Internacional (19 ciudades internacionales). Se utilizaron dos test psicológicos, los cuales evalúan de forma independiente a través de escalas. Midiendo primeramente el emprendimiento, se utilizó la escala de Autoeficacia Empresarial (ESE) de De Noble et al., (1999), en su versión adaptada y validada en España (Moriano et al., 2006). Y para medir la IE (Inteligencia Emocional) se utilizó una escala desarrollada por (Pedrosa, 2015) que consta de 127 ítems validados por expertos teniendo en cuenta los test Trait Meta-Mood Scale 48 y el Trait Emotional Intelligence Questionnaire en donde se podían establecer parámetros para describir cuáles eran las características que tienen los emprendedores que usan el miedo como impulso y cuales como limitante, analizando desde donde se origina el miedo y brindando un análisis sobre cómo se podría mejorar o trabajar en dichas características a favor del emprendedor. Para ello utilizamos el asesoramiento de varias psicólogas e investigación teórica, que nos permitiera abordar de forma adecuada y clara los términos cualitativos y así mismo, permitirnos medirlos de forma cuantitativa.

### 3. Resultados y/o Hallazgos

#### 3.1. Participantes

En este estudio, se distribuyeron cuestionarios en 6 ciudades de Colombia. Se realizó un muestreo no probabilístico tipo bola de nieve en el sector académico universitario, en el cual respondieron 741 personas (311 hombres y 430 mujeres) todos mayores de edad, distribuidos en 222 estudiantes universitarios (múltiples carreras), 311 empleados (sector académico y productivo), 163 trabajadores independientes y 45 desempleados.

#### 3.2. Variables

##### 3.2.1. Variable Dependiente

Nuestra variable dependiente es la **autoeficacia empresarial**. ESE es un buen proxy para predecir el comportamiento empresarial. Investigadores anteriores han utilizado herramientas de medición cualitativa basadas en encuestas realizadas a participantes específicos (Wen et al. 2020). El instrumento utilizado para medir esta variable es la escala de Autoeficacia Empresarial (ESE) de De Noble et al., (1999), en su versión adaptada y validada en España (Moriano et al., 2006). Esta escala consta de 23 ítems y las respuestas se dan en una escala Likert de cinco puntos, que va desde completamente incapaz (1) a totalmente capaz (5), respondiendo a la siguiente pregunta: “Si tuvieras tu propio negocio, ¿hasta qué punto cree que podría realizar eficazmente cada una de las siguientes tareas?”.

Se empleó el análisis factorial exploratorio mediante el análisis de componentes principales y el método de rotación Varimax con normalización de Kaiser en SPSS versión 24.0 para reducir el número de elementos a un nivel más manejable. La reducción resultó en 1 factores con valores propios superiores a 1 y una varianza superior al 73,372%. El valor de KMO es 0,979, con una significancia de prueba de Bartlett de 0,000. Como el análisis de confiabilidad realizado (Alfa de Cronbach > 0,6) solo fue satisfactorio para 1 factor. La varianza promedio extraída (AVE) tomó valores superiores a 0.5, consistente con criterios aceptables (Fornell & Larcker, 1981); Se eliminaron los elementos con cargas bajas (<.5). La Tabla 1 muestra los resultados

**Tabla 1.** Componente rotado Matriz Varimax de factores que influyen en ESE

Constructo / Indicador	Carga	Eigenvalue	% of varianza	Acumulado %	Alpha de Cronbach
Factor 1: ESE		13.027	73.372	73.372	0.977

	0.682				
Desarrollar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores					
Reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios	0.742				
Reclutar y entrenar a los empleados clave.	0.681				
Establecer la visión y valores de la organización.	0.740				
Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes	0.746				
Desarrollar relaciones con personas clave para obtener capital.	0.683				
Identificar nuevas áreas de crecimiento potencial.	0.776				
Desarrollar una adecuada planificación de personal para cubrir los puestos clave de la empresa	0.758				
Tolerar los cambios inesperados en las condiciones del negocio	0.664				
Diseñar productos que resuelvan problemas corrientes	0.676				
Identificar recursos potenciales de financiación	0.718				
Crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser más su propio jefe	0.661				
Persistir frente a la adversidad	0.715				
Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes	0.715				
Desarrollar un entorno laboral que promueva que las personas intenten hacer cosas nuevas	0.801				
Alentar a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones, independientemente de sus resultados	0.753				

Formar asociaciones o alianzas con otros.	0.798				
Identificar y construir equipos de gestión.	0.719				

\*Método de extracción: análisis de componentes principales. Método de rotación: Varimax con normalización de Kaiser. La rotación converge en 20 iteraciones.

Los resultados del análisis factorial sugieren que un solo componente explica el 73.372% de la varianza, está compuesto por 18 atributos y, en su conjunto, representa la ESE. El Alfa de Cronbach del factor es de 0.977, lo que indica la fiabilidad de los datos.

### 3.2.2. Variable Independiente

Este estudio utiliza la **Inteligencia Emocional** como variable independiente. Investigadores anteriores han utilizado herramientas de medición cualitativa basadas en encuestas realizadas (Mortan et al., 2014b; Wen et al., 2020). La EI fue medida por la escala desarrollada por (Pedrosa, 2015) que consta de 127 ítems validados por expertos con una fiabilidad total de la batería, estimada mediante el coeficiente  $\alpha$  de Cronbach para datos ordinales de 0.96, organizados en nueve rasgos de la personalidad: motivación de logro, toma de riesgos, innovación, autonomía, locus de control, autoeficacia, tolerancia al estrés, optimismo. Se utiliza un formato tipo Likert de 5 alternativas de respuesta, donde 1 implica estar totalmente en desacuerdo con el enunciado del ítem y 5 totalmente de acuerdo. La información básica de la prueba se muestra en la Tabla 2

**Table 2.** Información básica de la escala de inteligencia emocional.

<i>Dimensión</i>	<i>Ítems</i>
<i>Autonomía</i>	21
<i>Autoeficacia</i>	21
<i>Motivación de logro</i>	20
<i>Toma de riesgos</i>	19
<i>Innovación</i>	19
<i>Tolerancia al estrés</i>	19
<i>Locus de control externo</i>	17



<i>Optimismo</i>	13
<i>Locus de control interno</i>	12

Se empleó el análisis factorial exploratorio mediante el análisis de componentes principales y el método de rotación Varimax con normalización de Kaiser en SPSS versión 24.0 para reducir el número de elementos a un nivel más manejable. La reducción resultó en 8 factores con valores propios de más de 1 y una varianza de más de 53,801%. El valor de KMO es 0,949, con una significancia de prueba de Bartlett de 0,000. Como el análisis de confiabilidad realizado (Alfa de Cronbach > 0.6) solo fue satisfactorio para 7 factores, descartamos el octavo. La varianza promedio extraída (AVE) tomó valores superiores a 0.5, consistente con criterios aceptables (Fornell & Larcker, 1981); Se eliminaron los elementos con cargas bajas (<.5). La Tabla 3 muestra los resultados.

**Table 3.** Componente rotado Matriz Varimax de factores que influyen en la IE

Constructo / Indicador	Carga	Eigenvalues	% of varianza	Acumulado %	Alpha de Cronbach
<b>Factor 1: Optimismo (Optimism)</b>		<b>17.912</b>	<b>27.140</b>	<b>27.140</b>	<b>0.620</b>
Quando pienso en el futuro soy positivo	0.634				
Me siento capaz de afrontar cualquier problema por grave que sea	0.681				
Tengo capacidad para superar los obstáculos	0.632				
Veo cada reto como una oportunidad de éxito	0.548				
Tengo confianza en superar los problemas	0.507				
<b>Factor 2: Toma de riesgos (Risk taking)</b>		<b>3.129</b>	<b>9.741</b>	<b>36.881</b>	<b>0.757</b>
Asumir riesgos es necesario	0.660				
Me arriesgo para conseguir lo que deseo	0.608				
No me importa asumir riesgos	0.693				

Me gusta la emoción de correr riesgos	0.695				
Tiendo a asumir riesgos	0.646				
<b>Factor 3: Autonomía (Autonomy)</b>		<b>2.866</b>	<b>6.343</b>	<b>43.224</b>	<b>0.652</b>
Aprovecho los recursos que tengo a mi alrededor	0.644				
Aprovecho las oportunidades que se me presentan	0.634				
Soy exigente conmigo mismo	0.690				
Soy capaz de trabajar bajo presión	0.679				
<b>Factor 4: Motivación de logro (Achievement motivation)</b>		<b>2.193</b>	<b>3.322</b>	<b>46.547</b>	<b>0.752</b>
El éxito depende de mi esfuerzo	0.795				
Lo que tengo depende del esfuerzo que hago para conseguirlo	0.679				
Mi futuro depende de lo que yo haga	0.698				
Para alcanzar una meta es necesario esforzarse	0.596				
<b>Factor 5: Tolerancia al estrés (stress tolerance)</b>		<b>1.793</b>	<b>2.717</b>	<b>49.264</b>	<b>0.729</b>
Es difícil que una situación me ponga nervioso	0.615				
Hay pocas situaciones que me generan estrés	0.712				
Manejo bien las situaciones de estrés	0.708				
<b>Factor 6: Locus de control (locus of control)</b>		<b>1.612</b>	<b>2.443</b>	<b>51.706</b>	<b>0.674</b>
Pienso que todo saldrá mal	0.695				
Prefiero que los demás decidan por mí	0.655				
Me bloqueo cuando tengo mucho trabajo	0.552				

Abandono mi objetivo ante la primera dificultad	0.647				
<b>Factor 7: Innovación (Innovation)</b>		<b>1.383</b>	<b>2.095</b>	<b>53.801</b>	<b>0.617</b>
Me gusta mejorar las cosas	0.653				
Me gusta aprender nuevas formas de trabajar	0.557				
Siempre hay formas diferentes de hacer las cosas	0.627				

\* Método de extracción: análisis de componentes principales. Método de rotación: Varimax con normalización de Kaiser. La rotación converge en 14 iteraciones.

Los resultados del análisis factorial sugieren que el factor 1 es el más importante y explica el 27.140% del total de la varianza. Está compuesto por 5 atributos y corresponde a la dimensión “*Optimismo*” y está asociada a la confianza en que las expectativas personales podrán ser resueltas en el futuro. Cinco atributos corresponden al factor 2, denominado “*Toma de riesgos*”. Esta dimensión hace referencia a la tendencia y disposición personal a asumir ciertos niveles de riesgo que permitan alcanzar las metas planteadas. El factor 3 llamado “*Autonomía*” cuenta con 4 atributos y está relacionado con la independencia personal para el aprovechamiento de los medios del entorno y la identificación de oportunidades. El factor 4 cuenta con 4 atributos y se denomina “*Motivación de logro*” y alude al hecho de dirigir esfuerzos para el cumplimiento de unos objetivos concretos. El factor 5, denominado “*Tolerancia al estrés*” está compuesto por tres atributos y representa la capacidad que posee el individuo para enfrentarse a diferentes situaciones difíciles. El factor 6 cuenta con 4 atributos y se denomina “*Locus interno*”. Esta dimensión representa las consecuencias de la conducta asociadas a expectativas que dependen más de la casualidad que de uno mismo. Finalmente, el factor 7 denominado “*Innovación*” está compuesto por 3 atributos y está asociado con el interés del individuo por buscar nuevas formas de actuar o de hacer las cosas.

Con base en estos resultados, la EI se compone de siete dimensiones obtenidas en el análisis factorial descrito anteriormente: optimismo, toma de riesgos, autonomía, motivación al logro, tolerancia al estrés, locus de control e innovación. Estas dimensiones son teóricamente consistentes con las dimensiones incluidas en el constructo EI en la literatura relevante previa (Mortan et al., 2014b; Pedrosa, 2015; Wen et al., 2020).

### 3.2.3. Variables de control

Nosotros incorporamos la edad, el género y la situación laboral (estudiante, emprendedor y empleado) como variables de control. La variable género corresponde a una variable dicotómica.

La Tabla 4 presenta la matriz de correlación y los estadísticos descriptivos para cada una de las variables de estudio. Podemos ver que los coeficientes de correlación no son muy altos,

lo que indica que nuestras estimaciones no sufren de colinealidad entre las variables independientes. En una escala de 1-5 la ESE tiene una media de 3.76 y entre los factores de EI el de mayor puntaje es el factor motivación al logro ( $\mu=4.57$ ) y el de menor puntuación es el factor Locus de control ( $\mu=1.73$ ).

**Tabla 4.** Estadística descriptiva y correlaciones

	Mea n	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Edad	31.54	11.19	1											
2. Género	0.42	0.50	0.10**	1										
3. Estudiante	0.30	0.45	-0.55**	-0.12**	1									
4. Emprendedor	0.16	0.37	0.24**	0.03	-0.29**	1								
5. Empleado	0.42	0.49	0.16**	0.06	-0.55**	-0.37**	1							
6. ESE	3.76	0.96	-0.09*	0.02	-0.00	0.02	0.01	1						
7. Innovación	4.64	0.49	0.04	0.04	-0.07*	0.03	0.03	0.15**	1					
8. Locus of control	1.73	0.86	-0.11**	-0.02	0.08*	-0.00	-0.03	-0.15**	-0.21**	1				
9. Tolerancia al Estrés	3.49	0.83	0.21**	0.13**	-0.20**	0.05	0.10*	0.10**	0.26**	-0.02	1			
10. Logro Motivacional	4.57	0.56	-0.06	0.06	-0.02	0.00	0.05	0.13**	0.38**	-0.14**	0.20*	1		
11. Autonomía	4.38	0.64	0.07*	-0.00	-0.09*	0.10**	-0.05	0.26**	0.35**	-0.21**	0.34*	0.34*	1	
12. Toma de Riesgos	4.06	0.73	-0.06	0.04	-0.01	-0.03	0.01	0.24**	0.26**	-0.05	0.35*	0.31*	0.39*	1
13. Optimismo	4.55	0.57	0.11**	-0.01	-0.15**	0.10**	0.02	0.19**	0.42**	-0.31**	0.41*	0.32*	0.50*	0.32*

Nota: La tabla contiene los coeficientes de correlación de Pearson. \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ .

**Tabla 5.** Resultados del modelo de regresión lineal

	<i>Modelo 1</i>	<i>Modelo 2</i>	<i>Modelo 3</i>	<i>Modelo 4</i>	<i>Modelo 5</i>	<i>Modelo 6</i>	<i>Modelo 7</i>	<i>Modelo 8</i>
Constante	2.440 (0.33)**	2.691 (0.27)**	2.204 (0.30)**	3.056 (0.35)**	3.613 (0.23)**	4.425 (0.20)**	2.663 (0.37)**	1.892 (0.047)*
<b>Variables de control</b>								
Edad	-0.012 (0.01)**	-0.009 (0.01)**	-0.012 (0.01)**	-0.011 (0.01)**	-0.013 (0.04)**	-0.013 (0.04)**	-0.012 (0.04)**	-0.011 (0.01)**
Género	0.077 (0.07)	0.042 (0.07)	0.076 (0.06)	0.049 (0.07)	0.041 (0.07)	0.063 (0.07)	0.053 (0.07)	0.062 (0.07)
Estudiante	0.013 (0.13)	0.010 (0.13)	0.038 (0.13)	-0.060 (0.13)	-0.034 (0.14)	-0.047 (0.14)	-0.041 (0.14)	0.075 (0.13)
Emprendedor	0.159 (0.13)	0.221 (0.13)	0.169 (0.13)	0.153 (0.13)	0.173 (0.13)	0.188 (0.13)	0.165 (0.13)	0.214 (0.13)
Empleado	0.118 (0.11)	0.129 (0.11)	0.170 (0.11)	0.071 (0.11)	0.087 (0.11)	0.097 (0.11)	0.091 (0.12)	0.181 (0.12)
<b>Variables Independientes</b>								
Optimismo	0.351 (0.06)*							0.066 (0.08)*
Toma de riesgos		0.309 (0.04)**						0.200 (0.05)**
Autonomía			0.409 (0.05)**					0.256 (0.06)**
Motivación al logro				0.216 (0.06)				-0.036 (0.07)
Tolerancia al estrés					0.143 (0.04)**			0.016 (0.05)*
Locus de control						-0.187 (0.04)**		-0.119 (0.04)**
Innovación							0.302 (0.07)	0.055 (0.08)

R <sup>2</sup>	0.244	0.266	0.296	1.177	0.173	0.208	0.199	0.202
F-static	7.49**	9.33**	11.78**	3.95**	3.79**	5.51**	5.03**	2.39*
VIF	1.292	1.868	1.444	1.302	1.596	1.172	1.748	1.324

Notas: La tabla incluye coeficientes del modelo de regresión (estimadores); Las desviaciones estándar se incluyen entre paréntesis.

Significativo a \* p <0,055; \*\* p <0,01; \*\*\* p <0,001

#### 4. Conclusiones

##### Discusión, limitaciones y estudios futuros

Este estudio explora el vínculo entre EI y ESE de una muestra de colombianos. Se sugiere que cuando las personas incrementan su inteligencia emocional obtienen una mayor autoeficacia emprendedora, lo que repercute en un mayor éxito como emprendedores. Esto puede deberse al hecho que las personas con alta inteligencia emocional desarrollan una mejor evaluación y regulación emocional, lo que les permite promover una mejora en la autoeficacia emprendedora. Además, se resalta que esta relación no tiene diferencias significativas según sea el género del individuo ni su condición como estudiante, emprendedor o empleado. Estos resultados están en línea con otros trabajos previos (Rhee & White, 2007; Wen et al. 2020).

Este estudio presenta, tras la generación del banco inicial de ítems, una alta fiabilidad de la escala de autoeficacia emprendedora ( $\alpha > 0.81$ ), por lo que se puede considerar como un buen proxy para predecir el comportamiento empresarial. De igual manera, encontramos evidencia teórica y empírica robusta para afirmar que la IE debe enfocarse en siete dimensiones estratégicas: Optimista, Asunción de riesgos, Autonomía, Motivación al logro, Tolerancia al estrés, Locus de control e Innovación. Estas dimensiones demuestran la capacidad y las habilidades de cada individuo para conocer las propias emociones y gestionarlas, así como la capacidad para detectar señales emocionales en los demás y reaccionar en consecuencia. El desarrollo efectivo de cada una de estas dimensiones influye positivamente en la autoeficacia emprendedora, lo que les permite ganar competitividad en las negociaciones, obtener y mantener clientes, así como proporcionar liderazgo y mantener el orden, que es vital para el éxito empresarial.

Los resultados muestran que sólo las dimensiones Optimismo, Toma de Riesgos, Autonomía y Tolerancia al Estrés tienen una relación positiva y estadísticamente significativa con la ESE. En primer lugar, cuando las personas cuentan con un pensamiento positivo ven oportunidades en lugar de límites y desarrollan de mejor manera tareas difíciles, porque la persona se enfrenta al desafío con más vigor y más persistencia (Brown & Marshall, 2001).

Asimismo, ese positivismo les permite desarrollar y mantener relaciones claves para su éxito empresarial. Segundo, cuando las personas son más propensas al riesgo no sienten temor para el desarrollo de sus ideas y de afrontar situaciones difíciles que les permita tolerar los cambios inesperados en las condiciones del negocio o de aprovechar nuevas oportunidades del mercado. Tercero, las personas con una alta autonomía son capaces de aprovechar mejor los recursos que tienen alrededor y trabajar de manera exigente para lograr sus objetivos. Esto les permite tener una actitud más emprendedora. Cuarto, cuando las personas tienen una alta tolerancia al estrés pueden persistir más fácilmente ante la adversidad y controlar sus emociones en situaciones amenazantes del entorno. Esta capacidad es fundamental para obtener mejores probabilidades de éxito empresarial.

Por el contrario, los resultados muestran que la dimensión del Locus de control presenta una relación negativa con la ESE. Esto se presenta posiblemente porque cuando las personas cuentan con un alto grado en la dimensión locus de control, esto genera una barrera de protección que lleva a bloquear las personas en su actuar en los momentos en los que tienen mucho trabajo o están bajo presión para la toma de decisiones, de esta manera se desarrolla un menor nivel de autoeficacia emprendedora.

Contrario a nuestras expectativas, los resultados no arrojaron evidencia de la existencia de una relación entre la dimensión innovación y ESE. Estos resultados sugieren que la innovación en la inteligencia emocional no necesariamente implica una mayor autoeficacia emprendedora. Una posible explicación puede ser que la innovación no es una condición necesaria para ser emprendedor y viceversa. Estos mismos resultados se obtuvieron con la dimensión motivación al logro

## **5. Referencias bibliográficas**

.Ahmetoglu, G., Leutner, F., & Chamorro-Premuzic, T. (2011). EQ-nomics: Understanding the relationship between individual differences in trait emotional intelligence and entrepreneurship. *Personality and individual differences*, 51(8), 1028-1033.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.

André, C. (2010). *Guía Jóvenes talento y perfil emprendedor*.

Andrei, F., Siegling, A., Aloe, A. M., Baldaro, B., & Petrides, K. (2016). The incremental validity of the Trait Emotional Intelligence Questionnaire (TEIQue): A systematic review and meta-analysis. *Journal of personality assessment*, 98(3), 261-276.

Ashkanasy, N. M., Humphrey, R. H., & Huy, Q. N. (2017). Integrating emotions and affect in theories of management. *Academy of Management Review*, 42(2), 175-189.

Bandura, A., Freeman, W., & Lightsey, R. (1997). Self-efficacy: The exercise of control.

Bar-On, R. (1997). BarOn Emotional Quotient-Inventory (BarOn EQ-i®).

Baron, R. A. (2008). The role of affect in the entrepreneurial process. *Academy of Management Review*, 33(2), 328-340.

Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of applied psychology*, 89(4), 587.

Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and individual differences*, 51(3), 222-230.

Brown, J. D., & Marshall, M. A. (2001). Self-esteem and emotion: Some thoughts about feelings. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(5), 575-584.

Carraher, S. M., Buchanan, J. K., & Puia, G. (2010). Entrepreneurial need for achievement in China, Latvia, and the USA. *Baltic Journal of Management*, 5(3), 378-396.

Damasio, A. (1994). *Origen de los Sentimientos*.

De Noble, A., Jung, D., & Ehrlich, B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77.

El Emprendedorismo de hoy y del futuro (O. Telmo Navoz, L. de la Fuente Niez, & G. Rau, Compilers). (2019). *Dunken*.

file:///C:/Users/LENOVO/Desktop/Esumer/Tec%20en%20Mercadeo/Trabajo%20de%20grado/leidos/importantes/ya%20citados/Cap%20C3%ADtulo%20III.%20Neurociencias%20y%20otros%20conceptos...%20Pavetto.pdf

Extremera, N., Fernández-Berrocal, P., Mestre, J. M., & Guil, R. (2004). Medidas de evaluación de la inteligencia emocional. *Revista latinoamericana de psicología*, 36(2), 209-228.



Farrington, M. (2012). Does personality matter for small business success? *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 15(4), 381-401.

Feist, G. J. (2012). *Teorías de la Personalidad*.

Fernández-Berrocal, P., Extremera, N., & Ramos, N. (2004). Validity and reliability of the Spanish modified version of the Trait Meta-Mood Scale. *Psychological reports*, 94(3), 751-755.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics.

Fuentelsaz, L., & Montero, J. (2015). ¿Qué hace que algunos emprendedores sean más innovadores? Portal Universia S.A. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001001>

GEM Colombia. (2017). Estudio de la actividad empresarial. <file:///C:/Users/LENOVO/Desktop/Esumer/Tec%20en%20Mercadeo/Trabajo%20de%20grado/gemcolombia2017-2-71.pdf>

Goleman, D. (2012). *Inteligencia Emocional*. <http://soberanamente.com/la-rueda-de-las-emociones-de-r-plutchik/>

Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the academy of marketing science*, 40(3), 414-433.

Jeffers, S. (1987). Aunque tenga miedo hágalo igual.

Joseph, D. L., & Newman, D. A. (2010). Emotional intelligence: An integrative meta-analysis and cascading model. *Journal of applied psychology*, 95(1), 54.

Martins, A., Ramalho, N., & Morin, E. (2010). A comprehensive meta-analysis of the relationship between emotional intelligence and health. *Personality and individual differences*, 49(6), 554-564.

Mayer, J. D., & Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence. *Emotional development and emotional intelligence: Educational implications*, 3, 31.

- McClelland, D. ((1917 -1998)). Teorías de Motivación. Revista Latinoamericana de Psicología. <https://www.redalyc.org/pdf/805/80530309.pdf>
- McLaughlin, E. (2019). The Role of Emotional Intelligence and Self-Efficacy in Developing Entrepreneurial Career Intentions. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 19(7).
- Miao, C., Humphrey, R. H., Qian, S., & Pollack, J. M. (2018). Emotional intelligence and entrepreneurial intentions: An exploratory meta-analysis. *Career Development International*.
- Moriano, J. A., Palací, F. J., & Morales, J. F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 21(1), 51-64.
- Mortan, R. A., Ripoll, P., Carvalho, C., & Bernal, M. C. (2014a). Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 30(3), 97-104.
- Mortan, R. A., Ripoll, P., Carvalho, C., & Bernal, M. C. (2014b). Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 30(3), 97-104.
- Neghabi, S., Yousefi, M., & Rezvani, M. (2011). Emotional Intelligence and Entrepreneurial Behavior; Development of Personal Aspects of Intentions Model. 21, 27-31.
- Pascual Almeida, M. A. (2017, 04 08). INTELIGENCIA EMOCIONAL Y TOMA DE DECISIONES. Suma Felicidad en las Redes Sociales. <http://sumafelicidad.es/inteligencia-emocional-y-toma-de-decisiones>
- Pedrosa, I. (2015). Evaluación de la personalidad emprendedora mediante un test adaptativo informatizado.

- Petrides, K. V. (2009). Psychometric properties of the trait emotional intelligence questionnaire (TEIQue). En *Assessing emotional intelligence* (pp. 85-101). Springer.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of work and organizational psychology*, 16(4), 353-385.
- Rhee, K. S., & White, R. J. (2007). The emotional intelligence of entrepreneurs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 20(4), 409-425.
- Rodríguez Estrada, A. M. (2018, julio 11). Las emociones. Factor determinante en la toma de decisiones. *gestiopolis*. <https://www.gestiopolis.com/las-emociones-factor-determinante-en-la-toma-de-decisiones/>
- Salovey, P., Mayer, J. D., Goldman, S. L., Turvey, C., & Palfai, T. P. (1995). Emotional attention, clarity, and repair: Exploring emotional intelligence using the Trait Meta-Mood Scale.
- Sánchez, J. C. (2011). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 239-254.
- Santos, S. C., & Liguori, E. W. (2020). Entrepreneurial self-efficacy and intentions: Outcome expectations as mediator and subjective norms as moderator. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(3), 400-415.
- Sarkis, J., Gonzalez-Torre, P., & Adenso-Diaz, B. (2010). Stakeholder pressure and the adoption of environmental practices: The mediating effect of training. *Journal of Operations Management*, 28(2), 163-176.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.

Soriano, D. R., & Huarng, K.-H. (2013). Innovation and entrepreneurship in knowledge industries. *Journal of business research*, 66(10), 1964-1969.

Sutter, C., Bruton, G. D., & Chen, J. (2019). Entrepreneurship as a solution to extreme poverty: A review and future research directions. *Journal of Business Venturing*, 34(1), 197-214.

Torres, C., & Landines, M. (2020). Causas, Efectos y Oportunidades Socioeconómicas Derivadas del Coronavirus COVID-19.

file:///C:/Users/LENOVO/Desktop/Esumer/Tec%20en%20Mercadeo/Trabajo%20de%20grado/leidos/seleccionados/ya%20citados/CAUSAS,EFECTOS%20Y%20OPORTUNIDADE S%20SOCIOECON% C3%93MICAS%20DERIVADAS%20DEL%20CORONAVIRUS%20COVID%2019.pdf

Tsai, K.-H., Chang, H.-C., & Peng, C.-Y. (2016). Extending the link between entrepreneurial self-efficacy and intention: A moderated mediation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(2), 445-463.

Tyszka, T., Cieřlik, J., Domurat, A., & Macko, A. (2011). Motivation, self-efficacy, and risk attitudes among entrepreneurs during transition to a market economy. *The Journal of Socio-Economics*, 40(2), 124-131.

Van Praag, C. M., & Versloot, P. H. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small business economics*, 29(4), 351-382.

Wang, Z., & Sarkis, J. (2017). Corporate social responsibility governance, outcomes, and financial performance. *Journal of Cleaner Production*, 162, 1607-1616.

Wen, Y., Chen, H., Pang, L., & Gu, X. (2020). The Relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Self-Efficacy of Chinese Vocational College Students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 4511.

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.

Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of applied psychology*, 91(2), 259.