



# UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas

Impacto de la Inteligencia Emocional en el Emprendimiento  
Femenino

TESIS  
PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIADA EN  
SISTEMAS COMERCIALES

PRESENTA

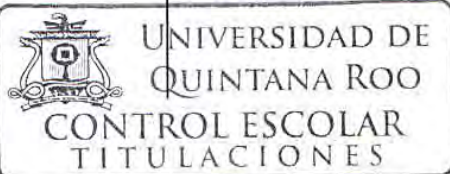
**Br. Ami Jaheli Beutelspacher Manjarrez**

DIRECTOR

**Dra. Juana Edith Navarrete Marneou**



Chetumal, Quintana Roo, Mayo de 2019





UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO  
División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas

Impacto de la Inteligencia Emocional en el Emprendimiento  
Femenino

Presenta: Br. Ami Jaheli Beutelspacher Manjarrez.

Tesis elaborada bajo la supervisión del comité del programa de Licenciatura y aprobada como requisito para obtener el grado de:

LICENCIADO (A) EN SISTEMAS COMERCIALES

COMITÉ DE TESIS

DIRECTOR:

Dra. Juana Edith Navarrete Marneou.

ASESOR TITULAR:

Mtra. Julia Isabel Matus Martinez.

ASESOR TITULAR:

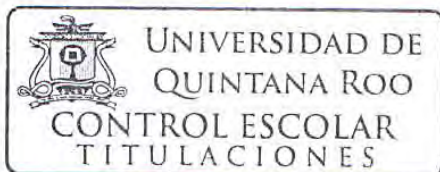
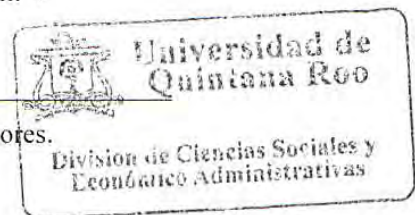
Dr. Edgar Alfonso Sansores Guerrero.

ASESOR SUPLENTE:

Lic. Karen Judith Cervantes Collí.

ASESOR SUPLENTE:

Mtra. Úrsula Gabriela Serrano Botes.



Chetumal, Quintana Roo, Mayo de 2019.

## AGRADECIMIENTOS:

“Las personas ven a Dios todos los días, pero simplemente no lo reconocen.”

-Pearl Bailey

Primero que nada quiero agradecerle a Dios por siempre estar ahí. Por ponerme a buenos amigos y profesores en mi camino. Por permitirme realizar dos movilidades académicas en mi licenciatura. Por darme la familia que tengo, que gracias a su cariño y apoyo soy la persona que soy ahora. Por darme la fuerza y el coraje para realizar todas las cosas que he realizado y por nunca perderme de vista.

“No es la carne y la sangre, sino el corazón, los que nos hace padres e hijos.”

-Friedrich Schiller

Gracias papás por tener un enorme corazón, por siempre estar ahí cuando los necesito, por dedicarme tiempo, inspirarme a ser mejor persona con su ejemplo y enseñarme a valorar todas las pequeñas cosas que hay en la vida.

Gracias a mis hermanas también.

“Todo el que recuerda su propia educación, recuerda a sus maestros, no los métodos o técnicas. El maestro es el corazón del sistema educativo.”

-Sidney Hook

Quiero agradecer a todos los maestros que han dejado una huella en mi educación, por la facilidad de enseñanza que tienen, carisma y apoyo que me han brindado a mí y a mis compañeros. En especial gracias a la maestra Edith Navarrete quien hizo posible la realización de esta tesis, por su apoyo, paciencia y por el tiempo que me dedicó para que este trabajo culminara exitosamente.

“La amistad duplica las alegrías y divide las angustias por la mitad.”

-Sir Francis Bacon

Quiero agradecer a todas las amistades que he tenido a lo largo de mi vida, gracias a todos los granitos que aportaron he llegado también hasta aquí, a las amistades que conocí en mis movilidades, por hacer únicos esos momentos y por darme la oportunidad de conocer nuevas cosas con su compañía. A mis amistades de la infancia que siempre han estado ahí para mí, a mis amigos del bachillerato y universidad, por todos los momentos que pasamos juntos.

En fin, gracias vida por ponerme personas maravillosas en mi camino y ponerme también dificultades para tener más progresos y ser mejor persona cada día.

Resumen:

A partir de la Segunda Guerra Mundial la mujer tuvo que salir de su hogar y empezar a laborar en distintas áreas, ya que la mayoría de los hombres eran llamados para ir a la guerra y las familias se quedaban sin el sustento necesario para vivir, así que la mujer empezó a ocupar como muchos dirían el papel del hombre. Creando así una revolución femenina que hasta el día de hoy se sigue dando. Las mujeres en el mundo han decidido emprender o trabajar en algún negocio o establecimiento, ya sea propio o como trabajadora.

De acuerdo con Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2012), la participación de mujeres empresarias está cada vez más cerca de ser igual que los hombres, incluso en países de América Latina como Ecuador y Panamá, hay mayor participación de mujeres que de hombres.

Como resultado de esta tesis se puede observar que en la mayoría de las mujeres chetumaleñas encuestadas su principal motivación fue el deseo de ser independiente, la superación personal y motivación de crecer económicamente, puntos que se encuentran en la Inteligencia Emocional que menciona Goleman, ya que siempre saben cómo se sienten y frecuentemente pueden definir sus sentimientos en relación a la posición de su empresa y no dejan que sus sentimientos afecten a sus pensamientos, siempre se preocupan de que todo funcione correctamente aunque hay días que las ventas o producción en la empresa no son lo ideal, pero intentan que eso no afecte a los demás y tratan de ver siempre el lado positivo de la situación.

Y cuando se sienten enojadas intentan mejorar su estado de ánimo, eso habla muy bien de las mujeres emprendedoras de Chetumal, ya que han sabido emprender un negocio y saberlo liderar para obtener ganancias.

En esta tesis hablamos sobre el impacto positivo que tiene la inteligencia emocional para el Emprendedurismo. Si la mujer tiene inteligencia emocional es más probable su éxito como emprendedora y por consecuencia tener buenas ganancias.

**Palabras clave:** Inteligencia emocional-Emprendedurismo-Chetumaleñas.

## CONTENIDO

---

Planteamiento del problema	9
Justificación del problema	11
Objetivos generales	14
Objetivos específicos	14
Marco teórico	14
Capítulo I. Emprendimiento	14
1.1. Introducción	14
1.2. Concepto del emprendedurismo	15
1.3. Características del emprendedurismo	16
1.4. Enfoques del emprendedor	17
1.5. Estudios sobre el emprendimiento femenino	22
1.6. Datos sobre el emprendimiento en México	23
Capítulo II. Inteligencia Emocional	25
2.1. Introducción	25
2.2. Concepto de la Inteligencia Emocional	25
2.3. Características de la Inteligencia Emocional	27
2.4. Importancia de la inteligencia emocional	29
2.5. Estudios sobre Inteligencia Emocional y Emprendimiento	30
Capítulo III. Estudio Empírico	32
Hipótesis	32
1.1. Metodología	33
Capítulo IV. Resultados Generales	37
4.1. Resultados específicos generales	42
4.2. Resultados por último grado de escolaridad	50
4.2.1. Resultados de conocimientos	56
4.2.2. Resultados sobre la gestión empresarial	63
4.2.3. Resultado de las tablas sobre la frecuencia de uso de las siguientes herramientas, prácticas contables y financieras por último grado de escolaridad	67
Capítulo V. Conclusiones Generales	72
ANEXO	78

## ÍNDICE DE CUADROS, GRÁFICAS Y TABLAS

---

Cuadro 1. Características básicas del Emprendedor	Pág. 16
Gráfica 1. Edad de las mujeres encuestadas	Pág. 37
Gráfica 2. Emprendedores en su familia	Pág. 38
Gráfica 3. Último grado de escolaridad	Pág. 39
Gráfica 4. ¿Qué motivó a abrir su empresa?	Pág. 40
Gráfica 5. ¿Cómo financió la apertura de la empresa?	Pág. 41
Gráfica 6. Cuando estoy enfada, intento cambiar mi estado de ánimo.	Pág. 42
Gráfica 7. Frecuentemente puedo definir mis sentimientos	Pág. 43
Gráfica 8. Casi siempre sé cómo me siento	Pág. 44
Gráfica 9. Dejo que mis sentimientos afecten a mis pensamientos	Pág. 45
Gráfica 10. Tengo claro mis sentimientos	Pág. 46
Gráfica 11. Si doy demasiadas vueltas a las cosas, complicándolas, trato de calmarme	Pág. 47
Gráfica 12. Me preocupo por tener un buen estado de ánimo.	Pág. 48
Gráfica 13. Aunque a veces me siento triste, suelo tener una visión optimista.	Pág. 49
Tabla 1. Edad de la Directora/Gerente/Propietaria	Pág. 50
Tabla 2. Último grado de escolaridad	Pág. 52
Tabla 3. Emprendedores en su familia	Pág. 53
Tabla 4. ¿Qué motivó a abrir su empresa?	Pág. 55
Tabla 5. Ventas.	Pág. 57
Tabla 6. Mercadotecnia	Pág. 58
Tabla 7. Producción	Pág. 59
Tabla 9. Administración general	Pág. 60
Tabla 10. Contabilidad/finanzas	Pág. 61

Tabla 11. Recursos humanos	Pág. 62
Tabla 12. ¿La empresa cuenta con un plan de negocios?	Pág. 63
Tabla 13. ¿Cuenta con organigrama?	Pág. 64
Tabla 15. ¿Se cuenta con un manual de procedimientos?	Pág. 66
Tabla 16. Estados financieros	Pág. 67
Tabla 17. Sistemas de control de costos de producción	Pág. 69
Tabla 18. Sistemas de control de inventarios	Pág. 70



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

“FRUCTIFICAR LA RAZÓN: TRASCENDER NUESTRA CULTURA”



## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A partir de la Segunda Guerra Mundial la mujer tuvo que salir de su hogar y empezar a laborar en distintas áreas, ya que la mayoría de los hombres eran llamados para ir a la guerra y las familias se quedaban sin el sustento necesario para vivir, así que la mujer empezó a ocupar como muchos dirían el papel del hombre. Creando así una revolución femenina que hasta el día de hoy se sigue dando. Las mujeres en el mundo han decidido emprender o trabajar en algún negocio o establecimiento, ya sea propio o como trabajadora.

De acuerdo con Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2012), la participación de mujeres empresarias está cada vez más cerca de ser igual que los hombres, incluso en países de América Latina como Ecuador y Panamá, hay mayor participación de mujeres que de hombres.

En México, la mujer emprendedora o trabajadora ha tenido que enfrentar varios retos, como el machismo, el acoso sexual, la desintegración familiar, el desinterés de la familia por motivar, el chantaje, etc.

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2011) Muchas mujeres mexicanas se enfrentan a importantes obstáculos que les impiden participar en el mercado laboral. Estos incluyen: la carga del trabajo no remunerado (las mexicanas dedican 4 horas diarias más al trabajo no remunerado que los hombres); los tradicionales roles de género; y la carencia de políticas de conciliación entre trabajo y vida familiar, especialmente la insuficiente oferta de servicios de cuidado infantil y de prácticas laborales flexibles.

En el caso del ámbito profesional de acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2012) las mujeres ocupan menos de un tercio de los puestos gerenciales y tienen una participación de una mujer por cada 10 hombres en los puestos directivos.

Actualmente, de acuerdo con GEM (2012) las mujeres terminan la universidad con mejores calificaciones que los hombres, pero antes de que cumplan 30 años ya van a estar ganando 10% menos que ellos. Y en cuanto a la actividad

empresarial, solo el 2% de las mujeres trabajadoras son empresarias contra el 6% de los hombres.

Angélica Fuentes, exdirectora ejecutiva de Omnilife. Presentó un documento del estudio de la Fundación Angélica Fuentes el cual señala que las mujeres ganan 30.5 por ciento menos que los hombres como industriales; 16.7 por ciento menos como comerciantes; y 15.3 por ciento menos como profesionales.

También menciona que el género femenino es el 42 por ciento de la población económicamente activa en México.

Destacó “México no ha sabido potenciar adecuadamente el recurso femenino para fortalecer aún más su economía”; “El **empoderamiento de la mujer** es una de las herramientas más eficientes para el desarrollo social, económico y ambiental de toda la región”. (citado por Celis 2015)

De acuerdo con Castelazo, A. (2014). El machismo sigue siendo una barrera cultural muy grande que las mujeres deben combatir desde su formación personal y profesional, hasta el emprendimiento y operación de un negocio. Aunque los roles de hombres y mujeres están cambiando, las mujeres siguen siendo, en gran medida, las responsables de llevar a cabo las tareas domésticas, lo cual limita la cantidad de tiempo que tienen para invertir en hacer crecer sus empresas. Además, las mujeres citaron la inseguridad ciudadana como un factor de riesgo y como una posible barrera para el crecimiento de su negocio. Las mujeres son más susceptibles a robo y delincuencia en comparación con sus contrapartes masculinas. En una encuesta realizada en 2012, de los estados G20, México calificó como uno de los peores países para las mujeres, debido al machismo, violencia, crimen y falta de acceso a servicios básicos, a pesar de los avances económicos. En los grupos focales, las mujeres afirmaron que uno de los mayores desafíos para ser emprendedoras era la falta de autoestima, porque ello limita el desarrollo de nuevas capacidades y a la vez interrumpe su uso con las que efectivamente cuentan.

De acuerdo con Durán, E., & Arias, D. (2016). El emprendedor es un innovador, un estratega, un creativo y alguien que cree en sus ideas para llevarlas a cabo de forma exitosa. Sin embargo, algunos factores de tipo emocional llegan a interponerse entre la actitud del emprendedor y finalmente el acto de emprender, los cuales podrían ser vitales para el diseño de la formación de futuros emprendedores.

Es importante estudiar el emprendimiento femenino ya que en él reside mejorar el nivel de ingresos de la mujer, cabe recalcar que no hay estudios suficientes que hablen sobre el emprendimiento femenino en México y por consecuencia en Chetumal, Q. Roo.

#### JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Hoy en día, la mujer se encuentra en constante evolución y desarrollo, de tal forma que se puede observar mayor participación en el ámbito empresarial, Político, Social y laboral por lo cual, es necesario determinar estrategias para promover este desarrollo, que permita a mayor número de mujeres disponer de habilidades necesarias para crecer en su participación.

Es por ello que se requiere conocer las características de la mujer emprendedora y conocer la congruencia con la Inteligencia Emocional.

“Cualquiera puede ponerse furioso, eso es fácil. Pero estar furioso con la persona correcta, con la intensidad correcta, en el momento correcto, por el motivo correcto y de la manera correcta, eso no es fácil.” -Aristóteles

Según Goleman (2002), “Un directivo que haga caso omiso a sus propias emociones y a las de su personal está condenado al fracaso o, en su defecto, a tener resultados negativos (como crear colaboradores resentidos o enojados contra la autoridad) y procesos de desintegración del equipo de trabajo.”

Daniel Goleman opina que hay un fenómeno que sucede en la empresa u organización al contar con directivos emocionalmente maduros, quienes podrán apoyar mejor a sus subalternos y con ello generar un aprendizaje en la organización. Se refiere al papel de autoridad de padre e hijo; el papel que desempeña el directivo y el líder en la organización es fundamental: es el

personaje que debe guiar, liderar y motivar al equipo de trabajo. Por lo tanto, entre más maduro sea emocionalmente, más competente será para ayudar a sus colaboradores a enfrentar sus altibajos emocionales, o, en su defecto, reorientará estas emociones al objetivo tanto individual como colectivo de la empresa u organización.

La inteligencia emocional puede definirse, según Goleman, como la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos y los de los demás, de motivarnos y de manejar adecuadamente las relaciones.

Goleman afirmó que la inteligencia emocional no se establece al nacer, sino que se puede crear, alimentar y fortalecer mediante una combinación de experiencias básicas y de la infancia.

José Ramón Torres (2000) investigó las personalidades que desarrollan estos tipos de directivos. Resaltó que la importancia de la inteligencia emocional en el directivo es prioritaria en toda organización. ¿Por qué? Porque de ello depende la empresa y la organización, así como la emoción, la pasión, el énfasis y el sentimiento positivo o negativo con que trabaje el directivo y, por ende, su equipo de trabajo o colaboradores.

De acuerdo con Madrigal (2009), en investigaciones realizadas en la Universidad de Harvard se ha encontrado que sólo 15% de las razones por las cuales una persona triunfa personal y profesionalmente tiene que ver con sus habilidades técnicas y conocimientos profesionales. El otro 85% está relacionado con su actitud, su grado de motivación y su capacidad para desarrollar relaciones positivas con las demás personas. En este caso vemos cómo la inteligencia emocional tiene una importante función para el directivo y el líder.

Goleman y Cooper mencionan que la naturaleza humana es más racional que afectiva. Las principales decisiones son influidas por la capacidad intelectual; una muestra palpable de esto son los modelos matemáticos para resolver problemas con un alto porcentaje de probabilidad de éxito.

En Latinoamérica, desde las últimas décadas, la participación femenina en los ámbitos político, social, económico y empresarial ha incrementado su presencia,

pero ésta no ha sido sólo física, sino que ha destacado hasta llegar a los máximos puestos tanto en el ámbito político (administración pública) como en el privado (ámbito empresarial), debido principalmente a que la competencia en los negocios y en la política es intelectual y no física. Ahora la mujer es más proactiva, polifacética y segura en la toma de decisiones; está informada en su ámbito de competencia, es visionaria y, sobre todo, intuitiva. La mujer está en constante aprendizaje, está abierta al cambio y su inteligencia emocional le permite ser más intuitiva, controlar sus emociones y ser un líder de su propio género que no adopte los valores masculinos. Cuenta además con la suficiente inteligencia emocional e intuición para entender el contexto y nivel de responsabilidad de la mujer directiva, de la mujer líder.

Las diferencias en lo relativo a inteligencia emocional entre los hombres y las mujeres como directivos, remiten tanto a mujeres estudiantes como a mujeres en cargos directivos cuyo IE es más alto que el de los hombres (Madrigal, 2000 y 2008),

También mencionó que a la mujer directiva y política aún le falta romper varios mitos culturales. Uno de ellos es el de la conformación de equipos de trabajo integrados por mujeres, equipos sólidos en los cuales se dé una competencia sana y equilibrada, donde se apoyen entre sí, como lo mencionan Mario Borghino (2001) y Anilu Elías (2000), quienes afirman que las mujeres no aprendieron a competir y carecen de conciencia de género femenino, en vez de solidarizarse con él; suele suceder que la mujer es enemiga de la propia mujer. Pero la mujer está en constante aprendizaje, está abierta al cambio y su inteligencia emocional le permite ser más intuitiva, controlar sus emociones y ser un líder de su propio género que no adopte los valores masculinos. Cuenta además con la suficiente inteligencia emocional e intuición para entender el contexto y nivel de responsabilidad de la mujer directiva, de la mujer líder.

Cuando los gerentes eran capaces de identificar con precisión las emociones de otras personas y de responder a ellas, tenían más éxito en su vida personal y en su vida laboral. Los directivos emocionalmente inteligentes influyen en el éxito de sus empleados tanto como en el propio. (Rosenthal, 1977)

Esta investigación pretende analizar si el emprendimiento de las mujeres de Chetumal, Q. Roo tiene una relación positiva con su nivel de inteligencia emocional, también es importante para dar una idea sobre el emprendimiento femenino con relación a su nivel de estudios. Además, hay pocos estudios sobre las mujeres emprendedoras.

También descubriremos si la inteligencia emocional en las mujeres es relevante o importante para determinar el éxito de cada empresa, y así implementar cursos o herramientas para fortalecer la inteligencia emocional de la mujer.

#### OBJETIVOS GENERALES

Determinar las características de las mujeres emprendedoras de Chetumal, Quintana Roo, México y su relación con la inteligencia emocional.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Analizar la relación que existe entre la inteligencia emocional y el emprendimiento de la mujer.

Comparar si tiene alguna relación el emprendimiento femenino y su inteligencia emocional.

#### MARCO TEÓRICO

#### CAPÍTULO I. EMPRENDIMIENTO

##### 1.1. INTRODUCCIÓN

Hoy en día el mundo ha ido evolucionando, volviéndose un mundo tecnológico, debido a esto, se ha reducido la utilización de mano de obra, ya que los sistemas se han optimizado y las industrias automatizado, por lo tanto, la mentalidad de la gente también ha cambiado, cada vez es mayor la cantidad de personas que buscan un negocio propio o una actividad que les genere un ingreso sin tener que depender de la industria y del gobierno.

Hace unos años las mujeres no tenían voz, es decir, generalmente no le tomaban demasiada importancia a una opinión femenina ya que lo que decía un hombre

tenía más peso y valor, que el de la mujer. Pero con el paso del tiempo se ha incrementado su participación en todos los ámbitos como en lo económico, lo político, social, laboral, etc. y se han abierto caminos en áreas que solo eran permitidas a los hombres.

Actualmente existen mujeres emprendedoras y gerentas que se han ido superando con el paso del tiempo, creando un panorama completamente distinto, más inclusivo. Y con mayores oportunidades para las mujeres en la rama empresarial.

## 1.2. CONCEPTO DEL EMPRENDEDURISMO

El concepto de emprendimiento se puede definir como el proceso en el que una persona lleva su idea a convertirse en un proyecto concreto, sea esta con fines de lucro o beneficencia social generando innovación y empleo.

Es importante señalar otras definiciones específicas que se han concebido en torno a la cultura emprendedora que son las siguientes:

Definición económica: Realización de un cambio de recursos de una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.

Definición pragmática: Creación de una pequeña o mediana empresa.

Definición operativa: Aplicación del talento innovador para hacer crecer una empresa ya existente.

Todas las definiciones tienen algo en común, llevan a quien las realiza a convertirse en un ser humano satisfecho de sí mismo y que conoce a sus clientes de forma sorprendente. (“Todo Marketing”, 2014)

Ucha, F. menciona que se denomina emprendedor/a a aquella persona que sabe descubrir, identificar una oportunidad de negocios en concreto y entonces se dispondrá a organizar o conseguir los recursos necesarios para comenzarla y más luego llevarla a buen puerto. Generalmente, este término, se aplica para designar a las personas que de la nada, solamente, con el capital de la idea, logran crear o fundar una empresa o ayudan a otro a realizarlo.

### 1.3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDURISMO

Características básicas del emprendedor:

Cuadro 1. Características del Emprendedor

1. Factores motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesidad de logro</li> <li>• Necesidad de reconocimiento</li> <li>• Necesidad de desarrollo personal</li> <li>• Percepción del beneficio económico</li> <li>• Baja necesidad de poder y estatus</li> <li>• Necesidad de independencia</li> <li>• Necesidad de afiliación o ayuda a los demás</li> <li>• Necesidad de escape, refugio o subsistencia</li> </ul>
2. Características personales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iniciativa personal</li> <li>• Capacidad de decisión</li> <li>• Aceptación de riesgos moderados</li> <li>• Orientación hacia la oportunidad</li> <li>• Estabilidad emocional/autocontrol</li> <li>• Orientación hacia metas específicas</li> <li>• Locus de control interno (atribuye a él mismo sus éxitos o fracasos)</li> <li>• Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbre</li> <li>• Es receptivo en sus relaciones sociales</li> <li>• Posee sentido de urgencia/tiempo valioso</li> <li>• Honestidad/integridad y confianza</li> <li>• Perseverancia/constancia</li> <li>• Responsabilidad personal</li> <li>• Es individualista • Es optimista</li> </ul>
3. Características físicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Energía</li> <li>• Trabaja con ahinco</li> </ul>
4. Características intelectuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Versatilidad/flexibilidad</li> <li>• Creatividad/imaginación/innovación</li> <li>• Búsqueda de la verdad e información</li> <li>• Planificación y seguimiento sistemático de resultados</li> <li>• Capacidad para analizar el ambiente (reflexión)</li> <li>• Visión comprensiva de los problemas</li> <li>• Capacidad para solucionar problemas</li> <li>• Planificación con límites de tiempo</li> </ul>
5. Competencias generales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Orientación al cliente</li> <li>• Capacidad para conseguir recursos</li> <li>• Gerente/administrador de recursos</li> <li>• Patrón de factores de producción</li> <li>• Exige eficiencia y calidad</li> <li>• Dirección y gestión de la empresa</li> <li>• Red de contacto</li> <li>• Comunicación</li> </ul>

Elaborado por Sánchez Almagro (2003)



Alcaráz, R. (2011), menciona que VanderWerf y Brush (1989) al revisar las 25 definiciones de emprender (Cuadro 1.), afirmaron que emprender es una actividad de negocios que consiste en una intersección de las siguientes conductas y acciones:

- Creación: establecimiento de una nueva unidad de negocios.
- Administración general: dirección apropiada para una utilización de recursos.
- Innovación: generación y explotación comercial de nuevos productos, servicios, procesos, mercados, sistemas de organización, etcétera.
- Aceptación del riesgo: capacidad para manejar el riesgo de fallas potenciales al tomar decisiones o realizar acciones.
- Mejor desempeño: el intento por lograr altos niveles de desempeño o de crecimiento.

#### 1.4. ENFOQUES DEL EMPRENDEDOR

Moreno, H. & Espíritu, R. (2010), mencionan que los enfoques del emprendedor pueden ser estos:

- \* El deseo de crear un nuevo negocio: esto va a depender de la cultura, la subcultura, la familia, la educación y el círculo social de la persona. En el caso de la cultura, en los países desarrollados se da gran valor a las personas que crean su propio negocio, son consideradas más hábiles, inquietas, visionarias e innovadoras, y eso motiva grandemente a que se establezcan nuevas empresas. En el caso de varios países latinoamericanos (Varela, 2001), se creó una cultura de dependencia hacia la empleabilidad forzosa por parte de las políticas económicas gubernamentales en diferentes países de América Latina, de asumir una política paternalista hacia la creación de empleos burocráticos, que comenzaron desde la década de los cincuenta del siglo pasado, con el fin de proporcionar un control político-económico por parte de los gobiernos. Esto dio a la práctica de buscar un trabajo en el gobierno en vez de

conseguir uno en la iniciativa privada o mejor aún, la creación de una nueva empresa.

- \* La posibilidad de formar nuevos negocios: además de lo mencionado anteriormente, existe el ambiente para crear nuevos negocios, que está limitado por diversos factores, como: la actitud de las políticas económicas, los antecedentes familiares o sociales para la creación de empresas, la comprensión de la dimensión del mercado y el potencial de consumo, las facilidades o dificultades para conseguir financiamiento, y los modelos familiares con relación a las conductas que se presentan (asertivas o negativas) para el fomento de la creación de empresas. Es conveniente pasar de una “necesidad” de negocio a una “oportunidad” de negocio (Echevarría, 2009).

Al igual que Pacheco C. (s/f) menciona que en el Mundo y en especial en América latina se ha dicho bastante sobre el emprendimiento y sobre la aplicación del término para favorecer y calificar acciones encaminadas a generar productividad, para definir la aparición de nuevas ideas y procesos, o también para interpretar el inicio de una nueva empresa.

Uno de los objetivos del emprendimiento, es generar riqueza, lo que es posible si se consolida la capacidad productiva, si se propicia una mayor dinámica económica , si se fortalece con la iniciativa privada y la capacidad emprendedora, en otras palabras si se realizan las acciones conducentes a que existan más y mejores empresas, en cada municipio, en cada ciudad, en cada región, para lo cual es fundamental capacitarse en instituciones con enfoque hacia el trabajo y desarrollo humano y con énfasis en emprendimiento.

Para lograr lo dicho anteriormente, se necesita que nuestros emprendedores tengan: un “**Enfoque Emprendedor**”, y se proyecten a subirse en la ola de las oportunidades, que todo proceso de cambios exige.

Para lograr este enfoque hay que tener en cuenta lo siguiente:

- \* Ser **Ordenado**: debe tener ordenadas sus ideas para saber hasta dónde quiere llegar.

- \* Poseer una **Inteligencia Integral**: debe de tener una visión amplia para solucionar problemas en las diferentes áreas de la empresa (administración, finanzas, organizacional).
- \* Desarrollar la **Iniciativa**: debe de tener disposición para tomar la iniciativa y poner en marcha o llevar a la acción sus ideas.
- \* Inspirarse a ser **Creativo e Innovador**: debe desarrollar la capacidad de ir más allá, innovar y romper los esquemas tradicionales, atreverse a romper paradigmas que limiten el desenvolvimiento de su empresa.
- \* Debe Sentir **Pasión**: debe expresar pasión, amor y delirio por lo que hace, sin pasión un emprendedor se muere.
- \* **Autoconfianza**: debe de tener confianza en sí mismo, en sus ideas y en sus proyectos.
- \* **Orientación al logro**: debe saber desde el principio, a dónde quiere llegar y en cuánto tiempo. Definiendo sus objetivos en el tiempo y en el espacio.
- \* **Asumir riesgos**: debe de tener la capacidad de asumir riesgos calculados. Si no se toman riesgos quedará truncado el esfuerzo del emprendimiento.
- \* **Responsabilidad**: debe de asumir la responsabilidad de lo que está generando y no buscar a un culpable si algo salió mal en el negocio. Por lo general en el proceso suelen cometerse errores, poniéndose así al descubierto nuevas áreas de oportunidades.
- \* **Tolerancia a la frustración**: por lo general un emprendedor exitoso es aquel que proviene de fracasos anteriores o de experiencias de aprendizaje donde la idea general fue evolucionando.
- \* **Comunicación**: debe aprender a expresar y a comunicar sus ideas y sus metas claramente. El hecho de lograr transmitir sus ideas de una forma precisa y concisa permitirá acceder a una toma de decisión adecuadas.
- \* **Trabajo en equipo**: un emprendedor debe tener siempre presente que mientras el dueño, los socios y los empleados estén integrados y mantengan un espíritu de equipo, será mucho más fácil alcanzar los objetivos y las metas trazadas. (cita #23)

Escobar, S. (2015), en un artículo de Entrepreneur comentó que emprender no es tarea fácil, de hecho, se estima que sólo 3 de cada 10 emprendimientos en América Latina superan la barrera de los cinco años. Por eso, se requiere de una pasión y una paciencia infinita para sacar adelante un proyecto.

Pero, más allá de la pasión, es preciso entender el mercado, anticipar las tendencias y desarrollar la capacidad de identificar oportunidades. En este sentido, existen cuatro factores clave que un empresario no debe descuidar: el emocional, desde el enfoque personal y el organizacional, el referente a las operaciones, al equipo humano y por supuesto, a las ventas.

### **1. El factor emocional**

El fracaso no es el fin del mundo, bien lo decía Sir Winston Churchill: “la vida consiste en ir de fracaso en fracaso sin perder el entusiasmo”. Superada la aversión a los tropiezos, yo añadiría que todo empresario debe dejar atrás la pena. ¿Cuántas veces no hemos visto personas con ideas visionarias que se quedan en el plano de la intención?

La primera barrera para emprender es psicológica, y se llama “pena”. La pena elimina toda posibilidad de superación. Crecimos escuchando frases como “qué pena que me rechacen”, “qué pensará esta persona si le pido algo”, “no es bueno hablar con extraños”, y nos acostumbramos a ellas. Si rompemos el gran paradigma de la pena lograremos simplificar los procesos.

### **2. El factor operativo**

Un análisis de la capacidad operativa y un entendimiento preciso de los procesos es vital para tener una ventaja no sólo competitiva, sino también comparativa. Casella Wines, una empresa vinícola australiana, entendió la complejidad del mercado del vino en cuanto a su producción y a las exigencias de los clientes. Para superar este reto, estudió minuciosamente el mercado y decidió enfocar sus esfuerzos en los clientes que no son expertos en vinos, pero buscan un producto que les brinde satisfacción.

Además, se centró en mejorar su proceso de producción, disminuyó costos al eliminar algunos empaques innecesarios, y se enfocó en producir tres variedades

de vino, eliminando las demás cepas. Finalmente, para lograr que el vino fuera atractivo para todos los consumidores, estandarizó sus empaques y cambió las etiquetas.

Para 2003, la compañía ya ocupaba el primer lugar en ventas de vino tinto en Estados Unidos.

### **3. El factor humano**

Nada levantará más a una empresa que un equipo de trabajo calificado y empoderado que lleve a cabo la tarea de optimizar los procesos. Enfócate en conformar un equipo sólido, que permanezca contigo a lo largo de los años, pero se mantenga dispuesto a aprender. La estabilidad interna de una compañía transmitirá un mensaje de tranquilidad a los clientes.

Whole Foods, una cadena norteamericana de supermercados ha creado una filosofía de trabajo enfocada en los empleados y el trabajo en equipo. Como en muchas otras empresas, los trabajadores están divididos por equipos. Cuando se incorpora un miembro, se le da un periodo de 15 días de prueba; al término de éste, sus mismos compañeros deciden si se queda o se va. ¿La razón? Las comisiones están asociadas a los objetivos del equipo.

Por otro lado, existe una transparencia salarial que se encuentra en pocas empresas del mundo. En Whole Foods cualquier empleado puede saber cuánto ganan sus compañeros e incluso los directivos –y, como ley, el salario del CEO no puede superar 18 veces el salario mínimo–. Esta cultura organizacional ha promovido la motivación laboral, la productividad y, por ende, los ingresos de la cadena. Por el lado de los clientes, la experiencia de compra es más que satisfactoria.

### **4. El factor “ventas”**

El tema ineludible cuando se rompen paradigmas, se estructuran los procesos y se cuidan al máximo los recursos humanos.

Escobar recalcó que: en ese sentido, en ocasiones, vender más de lo que se produce puede ser más grave que vender poco. En Seb & Partners han hablado mucho de las ventas y de su importancia, pero también es relevante hablar de los

límites, aquellos que deben ser vistos como oportunidad para todo empresario que quiera tener una empresa que perdure.

#### 1.5. ESTUDIOS SOBRE EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

Pernas (2005) citado por Batista y Bermúdez (2009), afirma que por mucho tiempo el liderazgo de la mujer se ha caracterizado por preservar la asociación con estereotipos de lo que es ser mujer, en donde no se plantea el acceder a cargos de dirección (teniendo la formación profesional necesaria) porque inconscientemente se han impuesto un autotecho por considerar que es un ámbito restringido al sexo masculino. Cuando ejercen cargos directivos, las mujeres controlan la intuición, la capacidad de diálogo, la facilidad para trabajar en equipo y la empatía. De esta forma ejercen el liderazgo trabajando con cooperación, colocándose en el lugar de otros, y controlando las emociones propias y las ajenas.

Revela un informe del GEM (2011), según sus cifras, que en el 2010, 163 millones de mujeres en 74 economías iniciaron sus emprendimientos de negocio, en tanto que 111 millones de mujeres en el mundo ya tienen negocios establecidos.

El espíritu emprendedor de las mujeres va en aumento. Durante el año pasado, 163 millones de mujeres en 74 economías han iniciado negocios en todo el mundo. Esa es una de varias conclusiones del informe sobre la mujer del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2016/17 publicado en el 2018 con el patrocinio de Babson College, Smith Collage, Korea Entrepreneurship Foundation, Tecnológico de Monterrey, Universidad Del Desarrollo, y Universiti Tun Abdul Razak.

Entre las 63 economías encuestadas, GEM encontró que la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales entre las mujeres aumentó en 10%, y la brecha de género (proporción de mujeres a hombres que participan en el emprendimiento) se redujo en 5%.

Estas mismas economías muestran un aumento de 8% en el número de mujeres que son dueñas de negocios propios establecidos, y por Europa, América del

Norte y Asia, cerca de 10% de aumento en las percepciones positivas de que las mujeres tienen buenas oportunidades para iniciar un negocio.

El informe de las mujeres de GEM 2016/17 también añade una nueva consideración: las mujeres como inversionistas empresariales. Mientras las tasas de participación varían, la participación de las mujeres como inversionistas sugiere una sólida base de recursos a partir de la cual las propietarias de negocios pueden crecer.

De las 74 economías examinadas, México fue una de las cuatro – y la única en América Latina – en la que la participación de las mujeres es más alta que la de los hombres. La relación mujer-hombre de los emprendedores en México es de 1.1 a 1, sustancialmente mejor que Chile (0.7) y Uruguay (0.5). En Brasil, por su parte, la relación es 1:1, es decir los hombres y mujeres participan en la misma medida.

Del mismo modo, la mayoría de las emprendedoras mexicanas manifestaron que iniciaron sus actividades emprendedoras por oportunidad. Sólo 19,1% de las emprendedoras mexicanas empezaron presionadas por necesidad o circunstancias adversas al no encontrar otras fuentes de ingresos. Esta cifra es inferior a la de la mayoría de los países de América Latina y el Caribe, con excepción de Belice (8,6%), Perú (13,2) y Colombia (17,1).

#### 1.6. DATOS SOBRE EL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO

Limonés, M. (2018) dio a conocer estos datos sobre el emprendimiento en México:

- \* 45% de la población mexicana adulta percibe que hay buenas oportunidades para iniciar un negocio.
- \* 70% inicia su empresa con ahorros personales; 61% de las mujeres empresarias fundó su propio negocio, 18% heredaron su empresa, 13% las compraron y 8% la obtuvo sin inversión propia.
- \* Por cada 10 hombres que inician un negocio, 8.3 mujeres también lo hacen.
- \* De cada 100 mujeres que solicitan un préstamo para invertir en su empresa, 99% salda sus deudas de manera íntegra.

- \* Las mujeres cuentan con planes de negocio más sólidos y buscan más canales de financiación cuando los necesitan.
- \* 89% de las mujeres emprendedoras inician sus proyectos sin acudir a financiamientos públicos, 5% ha autofinanciado su proyecto, el 23% ha solicitado préstamos a sus conocidos y sólo 7% ha acudido a inversionistas privados; 58% de ellas son propietarias únicas, mientras que 42% está en sociedad, donde la gran mayoría son familiares.
- \* De cada cinco pequeñas y medianas empresas que se abren, tres están lideradas por mujeres. El porcentaje de empresas fallidas es 14% más bajo en las compañías que cuentan con liderazgo femenino.



## CAPÍTULO II. INTELIGENCIA EMOCIONAL

### 2.1. INTRODUCCIÓN

“El mundo empresarial ha encontrado en la inteligencia emocional una herramienta inestimable para comprender la productividad laboral de las personas, el éxito de las empresas, los requerimientos del liderazgo y hasta la prevención de los desastres corporativos. No en vano, la Harvard Business Review ha llegado a calificar a la inteligencia emocional como un concepto revolucionario, una noción arrolladora, una de las ideas más influyentes de la década en el mundo empresarial. Revelando de forma esclarecedora el valor subestimado de la misma, la directora de investigación de un head hunter ha puesto de relieve que los CEO son contratados por su capacidad intelectual y su experiencia comercial y despedidos por su falta de inteligencia emocional.”

– Daniel Goleman, Libro inteligencia emocional.

Goleman (1996), señala también que en las empresas de hoy en día es necesario evaluar la inteligencia emocional, ya que a través de ésta se pueden desarrollar habilidades como la autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales lo cual es fundamental para el desarrollo personal y profesional.

### 2.2. CONCEPTO DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

González (1999), define la inteligencia emocional como el subconjunto de la inteligencia social que comprende: La capacidad de controlar los sentimientos en relación a las emociones propias y la de los demás: de discriminar entre ellos y utilizar esta información para guiar nuestro pensamiento y nuestras acciones.

La inteligencia emocional se refiere a:

1. La capacidad de identificar y reconocer las propias emociones.
2. La capacidad de controlar las propias emociones
3. La capacidad de reconocer e identificar las emociones de los demás.

4. La capacidad de responder apropiadamente a las señales emocionales de los demás.

Estas capacidades no son innatas, sino que pueden desarrollarse y mejorarse. A diferencia del CI, por ejemplo, que permanece relativamente estable durante la vida, la inteligencia emocional puede mejorar con la práctica. Con un esfuerzo concertado, los individuos pueden modificar el nivel de su inteligencia emocional.

Las personas emocionalmente inteligentes son capaces de ponerse en contacto con sus sentimientos internos y diagnosticarlos con exactitud. Estas personas también son capaces de regular y controlar sus emociones; son menos proclives a explotar y perder el control, a experimentar depresión y ansiedad debilitantes, y son más propensas a manejar sus propios estados emocionales que los individuos con menor inteligencia de este tipo.

Esto es lo que llaman control de la inteligencia emocional, el control de sus emociones y no la explosión constante de las mismas. Madrigal, B. (2009).

La inteligencia emocional es la capacidad de las personas de poder comprender las emociones propias y ajenas. Es un término que se empezó a utilizar hace algunas décadas atrás, que implica la idea de que los seres humanos necesitamos otro tipo de inteligencia para poder relacionarnos de manera efectiva con otros, diferente de la inteligencia o capacidad intelectual.

La inteligencia emocional complementa a la inteligencia tradicional. Es decir, una persona puede no ser muy habilidosa desde el punto de vista intelectual o académico, pero si resulta ser una persona apreciada, querida y valorada por sus pares. Esto genera una postura de aprecio ante las personas, lo que lo llevará a ser reconocido por sus características emocionales.

Una persona con inteligencia emocional será una persona que reconoce y maneja sus propias emociones y las emociones de los demás. En otras palabras, una persona con inteligencia emocional tiene un autocontrol de sus emociones, produce motivación en sí misma y en su entorno, transmite tranquilidad a pesar de la adversidad, tolera la frustración y controla sus propios impulsos. Durán, E & Arias, D. (2016).

### 2.3. CARACTERÍSTICAS DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

Según Durán, E & Arias, D. (2016), estas son algunas características de la inteligencia emocional:

#### \* **Origen del término**

La inteligencia emocional surge como un concepto completamente novedoso acuñado del escritor, psicólogo y profesor de la Universidad de Harvard Daniel Goleman en el año 1995, quien escribió un libro titulado “La inteligencia emocional”.

En este libro, él explica cómo la inteligencia de una persona no sólo implica las habilidades o destrezas matemáticas o lingüísticas puesto que existe un gran abanico de inteligencias que deben ser tenidas en cuenta.

En su libro, Goleman utiliza términos como alfabetismo emocional, empatía, artes sociales entre otros.

#### \* **La inteligencia tradicional**

La inteligencia tradicional, aquella que se mide por variables duras donde la capacidad de la persona está determinada por un CI que indica cuán inteligente es (capacidades académicas), no se llegaba a explicar por qué en ciertos casos unas personas con un reducido CI llegaban a alcanzar resultados tan positivos a nivel social; alta estima, gran respeto, grandes logros a nivel personal, etc. es decir, llegaba a ser un líder nato.

Por lo tanto, fue a partir de la década del 90 que se empezó a considerar que la inteligencia tradicional no era suficiente para el logro de la felicidad y el éxito. Se podría decir que la inteligencia emocional complementa a la inteligencia tradicional para poder alcanzar el éxito personal o grupal.

#### \* **Las capacidades emocionales adquiridas**

La inteligencia emocional es un concepto que viene de la mano de una nueva concepción mediante la cual se tiene en cuenta que la inteligencia no es pura y exclusivamente una cuestión de capacidades innatas, sino que, por el contrario, el

cerebro aprende a lo largo de toda la vida de la persona y ésta será mediada en gran parte por la inteligencia emocional.

\* **Reconocimiento y dominio de emociones**

Una persona con este tipo de inteligencia es capaz de reconocer las propias emociones y dominarlas, así como también es capaz de reconocer las emociones ajenas y comprender más allá de lo que expresan las palabras.

\* **Flexibilidad y adaptabilidad**

Las personas con una gran capacidad de inteligencia emocional tienen el control de las emociones y, por ende, frente a los diferentes desafíos cotidianos, presentan una alta flexibilidad y adaptabilidad a los cambios imprevistos.

En otras palabras, se comprendió que no sólo bastaba con un alto CI, sino que, la persona era mucho más productiva si poseía un control de la inteligencia emocional, puesto que esto le generaba mucha más adaptabilidad y flexibilidad ante los cambios.

\* **Empatía**

Es la capacidad de ponerse en el lugar de la otra persona, vivenciar lo que la otra persona siente. En otras palabras, la empatía es comprender emocionalmente lo que le sucede a otra persona.

Sin embargo, una persona con inteligencia emocional tiene empatía, pero utiliza esta habilidad para poder resolver una situación determinada, es decir, no solo comprende las emociones propias y ajenas, sino que las transforma para el beneficio de ambas.

\* **Educación de las emociones**

Hace varias décadas atrás se creía que las emociones no eran posibles educarlas, ni siquiera se las tenía en consideración. Hoy en día es preciso y posible, según la inteligencia emocional, reeducar aquellas emociones dañinas (sentimientos de rencor, ira, odio, entre otros) y transformarlos en sentimientos positivos que ayuden a cada persona en su vida y en relación con otras personas.

\* **Solidaridad con otros**

Una persona con alta inteligencia emocional tendrá el sentimiento de solidarizarse en relación a otros. Este concepto no sólo incluye cuestiones económicas o

materiales, sino que, también implica la solidaridad desde lo emocional, la contención o la palabra que otra persona necesita.

\* **Asertividad**

Una persona con alta inteligencia emocional reconoce aquello que desea y sabe cómo lograrlo puesto que tienen un equilibrio entre sus emociones. Es decir, sus emociones no le dominan, sino que utiliza el reconocimiento de estas para su beneficio y el de los demás.

\* **Capacidades para liderar**

Una persona que tenga en consideración estas características podrá ser un líder para otros, puesto que, a pesar de las dificultades una persona con inteligencia emocional no se abruma por los desafíos que se le presenten.

Por el contrario, busca la solución, transmitiendo calma y serenidad al resto de las personas. Esto, lo ejecuta no solo desde la palabra sino también desde la percepción, comunicando de manera global y dirigiendo a un grupo ya sea de trabajo, de estudio, religioso, etc.

#### 2.4. IMPORTANCIA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

Muchos niños y adolescentes problemáticos en la escuela son calificados erróneamente como “tontos”, cuando en realidad su problema no es de corte cognitivo, sino emocional: tienen dificultades para manejar sus emociones e impulsos. Y es que todo nuestro pensamiento está orientado hacia mantenernos en un confort emocional. Si no nos sentimos bien, por muy racionales que puedan parecer las circunstancias para convencernos de lo contrario, no estaremos en condiciones de encontrar un equilibrio.

En una sociedad donde el raciocinio parece dominar cada vez más sobre las emociones, es básico tener en cuenta la importancia de la inteligencia emocional, que juega un papel primordial incluso que lo racional. Sin embargo, en los sistemas educativos rara vez se le da prioridad a la educación emocional. No estamos educados para observar lo que sentimos y, por lo tanto, no sabemos cómo actuar ante nuestros sentimientos de forma efectiva.

“Es muy importante entender que la Inteligencia Emocional no es lo opuesto a la inteligencia, no es el triunfo del corazón sobre la cabeza, es la intersección de ambas”.

-David Caruso

Con todo lo expuesto, hay que apreciar la inteligencia emocional. A través de ella logramos motivarnos, controlamos nuestros impulsos, regulamos los estados de ánimo y empatizamos con los demás. Nos permite no solo convivir con quienes nos rodean, sino sobrevivir. Es, en fin, la que controla gran parte de quiénes somos. (“Importancia de la Inteligencia Emocional”, 2018).

“La inteligencia emocional representa el 80 por ciento del éxito en la vida”. Así al menos lo considera Daniel Goleman.

## 2.5. ESTUDIOS SOBRE INTELIGENCIA EMOCIONAL Y EMPRENDIMIENTO

La llegada del concepto de IE al campo del management a principios del siglo XX (Zakarevičius y Župerka, 2010) ofrece una senda alternativa para explicar por qué algunos individuos emprenden; sin embargo, se ha prestado poca atención a esta línea de investigación (Ahmetoglu, Leutner, Chamorro-Premuzic, 2011; Neghabi, Yousefi y Rezvani, 2011). Ante la evidencia que sugiere que la IE podría predecir los resultados en el trabajo, es razonable esperar que este constructo también prediga otras formas de éxito en la carrera profesional de un individuo (Ahmetoglu et al., 2011). Varios autores han argumentado que la IE puede constituir un predictor de los resultados del emprendimiento (Zampetakis, Beldekos y Moustakis, 2009a; Neghabi et al., 2011), por lo que puede tratarse del factor olvidado en las investigaciones sobre emprendimiento (Cross y Travaglione, 2003). Dado que la IE puede estar correlacionada con el éxito de los emprendedores, es relevante analizar esta relación.

Los emprendedores tienen que evolucionar junto con su entorno empresarial para lograr el éxito deseado, debido a que crear y mantener una empresa dependerá tanto del coeficiente intelectual y los conocimientos profesionales, como también de la inteligencia emocional.

Este último concepto es relativamente nuevo. Fue acuñado hace poco más de 10 años por el psicólogo norteamericano Daniel Goleman, y consiste en darle importancia a reconocer los propios sentimientos y los de los demás. Esta habilidad sirve para tener un mejor manejo de las emociones y relaciones, lo que permite mayor productividad. (“Entrepreneur”.2012)

### CAPÍTULO III. ESTUDIO EMPÍRICO

#### HIPÓTESIS

- a. La Inteligencia Emocional de las mujeres Chetumaleñas tiene una relación positiva con el Emprendimiento femenino.
- b. Existe relación positiva entre el nivel de estudios con el emprendimiento de la mujer.



## 1.1. METODOLOGÍA

El tipo de investigación es explicativa de acuerdo con Bravo, S. (1981): La investigación explicativa se ocupa de la generación de teorías. Explicarse se ha entendido convencionalmente cómo determinar la causa o el porqué de algo.

Según Ander Egg (1987), en el nivel explicativo de la investigación se intenta comprender la realidad a través de leyes científicas o a través de teorías. Las leyes señalan relaciones aparentemente invariables entre eventos, que se dan en determinadas condiciones. Las teorías, en la cual se incluyen las leyes, constituye un sistema explicativo global que apunta hacia la comprensión de la realidad. (p.281).

En cuanto a la Metodología a utilizar se realizará un enfoque cuantitativo, porque de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010), el enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no se puede “brincar o eludir” pasos, el orden es riguroso, aunque, se puede redefinir alguna fase. Parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de la(s) hipótesis.

El enfoque cuantitativo tiene las siguientes características (Hernández et al.,2010):

1. El investigador o investigadora plantea un problema de estudio delimitado y concreto. Sus preguntas de investigación versan sobre cuestiones específicas.
2. Una vez planteado el problema de estudio, el investigador o investigadora considera lo que se ha investigado anteriormente (la revisión de la literatura) y construye un marco teórico (la teoría que habrá de guiar su estudio), del cual deriva una o varias hipótesis (cuestiones que va a examinar si son ciertas o no) y las somete a prueba mediante el empleo de los diseños de investigación apropiados. Si los resultados corroboran las hipótesis o son congruentes con éstas, se aporta evidencia en su favor. Si se refutan, se descartan en busca de

mejores explicaciones y nuevas hipótesis. Al apoyar las hipótesis se genera confianza en la teoría que las sustenta. Si no es así, se descartan las hipótesis y, eventualmente, la teoría.

3. Así, las hipótesis (por ahora denominémoslas creencias) se generan antes de recolectar y analizar los datos.

4. La recolección de los datos se fundamenta en la medición (se miden las variables o conceptos contenidos en las hipótesis). Esta recolección se lleva a cabo al utilizar procedimientos estandarizados y aceptados por una comunidad científica. Para que una investigación sea creíble y aceptada por otros investigadores, debe demostrarse que se siguieron tales procedimientos. Como en este enfoque se pretende medir, los fenómenos estudiados deben poder observarse o referirse en el “mundo real”.

5. Debido a que los datos son producto de mediciones se representan mediante números (cantidades) y se deben analizar a través de métodos estadísticos.

6. En el proceso se busca el máximo control para lograr que otras explicaciones posibles distintas o “rivales” a la propuesta del estudio (hipótesis), sean desechadas y se excluya la incertidumbre y minimice el error. Es por esto por lo que se confía en la experimentación y/o las pruebas de causa-efecto.

7. Los análisis cuantitativos se interpretan a la luz de las predicciones iniciales (hipótesis) y de estudios previos (teoría). La interpretación constituye una explicación de cómo los resultados encajan en el conocimiento existente (Creswell, 2005).

8. La investigación cuantitativa debe ser lo más “objetiva” posible. Los fenómenos que se observan y/o miden no deben ser afectados por el investigador. Éste debe evitar en lo posible que sus temores, creencias, deseos y tendencias influyan en los resultados del estudio o interfieran en los procesos y que tampoco sean alterados por las tendencias de otros (Unrau, Grinnell y Williams, 2005).

9. Los estudios cuantitativos siguen un patrón predecible y estructurado (el proceso) y se debe tener presente que las decisiones críticas se efectúan antes de recolectar los datos.

10. En una investigación cuantitativa se pretende generalizar los resultados encontrados en un grupo o segmento (muestra) a una colectividad mayor (universo o población). También se busca que los estudios efectuados puedan replicarse.

11. Al final, con los estudios cuantitativos se intenta explicar y predecir los fenómenos investigados, buscando regularidades y relaciones causales entre elementos. Esto significa que la meta principal es la construcción y demostración de teorías (que explican y predicen).

12. Para este enfoque, si se sigue rigurosamente el proceso y, de acuerdo con ciertas reglas lógicas, los datos generados poseen los estándares de validez y confiabilidad, y las conclusiones derivadas contribuirán a la generación de conocimiento.

13. Esta aproximación utiliza la lógica o razonamiento deductivo, que comienza con la teoría y de ésta se derivan expresiones lógicas denominadas hipótesis que el investigador busca someter a prueba.

14. La investigación cuantitativa pretende identificar leyes universales y causales (Bergman, 2008).

15. La búsqueda cuantitativa ocurre en la realidad externa al individuo. Esto nos conduce a una explicación sobre cómo se concibe la realidad con esta aproximación a la investigación.

Para este último fin utilizaremos la explicación de Grinnell (1997) y Creswell (1997) que consta de cuatro párrafos:

1. Hay dos realidades: la primera es interna y consiste en las creencias, presuposiciones y experiencias subjetivas de las personas. Éstas llegan a variar: desde ser muy vagas o generales (intuiciones) hasta ser creencias bien organizadas y desarrolladas lógicamente a través de teorías formales. La segunda realidad es objetiva, externa e independiente de las creencias que tengamos sobre ella (la autoestima, una ley, los mensajes televisivos, una edificación, el sida, etc., ocurren, es decir, cada una constituye una realidad a pesar de lo que pensemos de ella).

2. Esta realidad objetiva es susceptible de conocerse. Bajo esta premisa, resulta posible investigar una realidad externa y autónoma del investigador.

3. Se necesita comprender o tener la mayor cantidad de información sobre la realidad objetiva. Conocemos la realidad del fenómeno y los eventos que la rodean a través de sus manifestaciones, y para entender cada realidad (el porqué de las cosas) es necesario registrar y analizar dichos eventos. Desde luego, en el enfoque cuantitativo lo subjetivo existe y posee un valor para los investigadores; pero de alguna manera este enfoque se aboca a demostrar qué tan bien se adecua el conocimiento a la realidad objetiva. Documentar esta coincidencia constituye un propósito central de muchos estudios cuantitativos (que los efectos que consideramos que provoca una enfermedad sean verdaderos, que capturemos la relación “real” entre las motivaciones de un sujeto y su conducta, que un material que se supone posea una determinada resistencia auténticamente la tenga, entre otros).

4. Cuando las investigaciones creíbles establezcan que la realidad objetiva es diferente de nuestras creencias, éstas deben modificarse o adaptarse a tal realidad.

El alcance final de los estudios cualitativos muchas veces consiste en comprender un fenómeno social complejo. El acento no está en medir las variables involucradas en dicho fenómeno, sino en entenderlo.

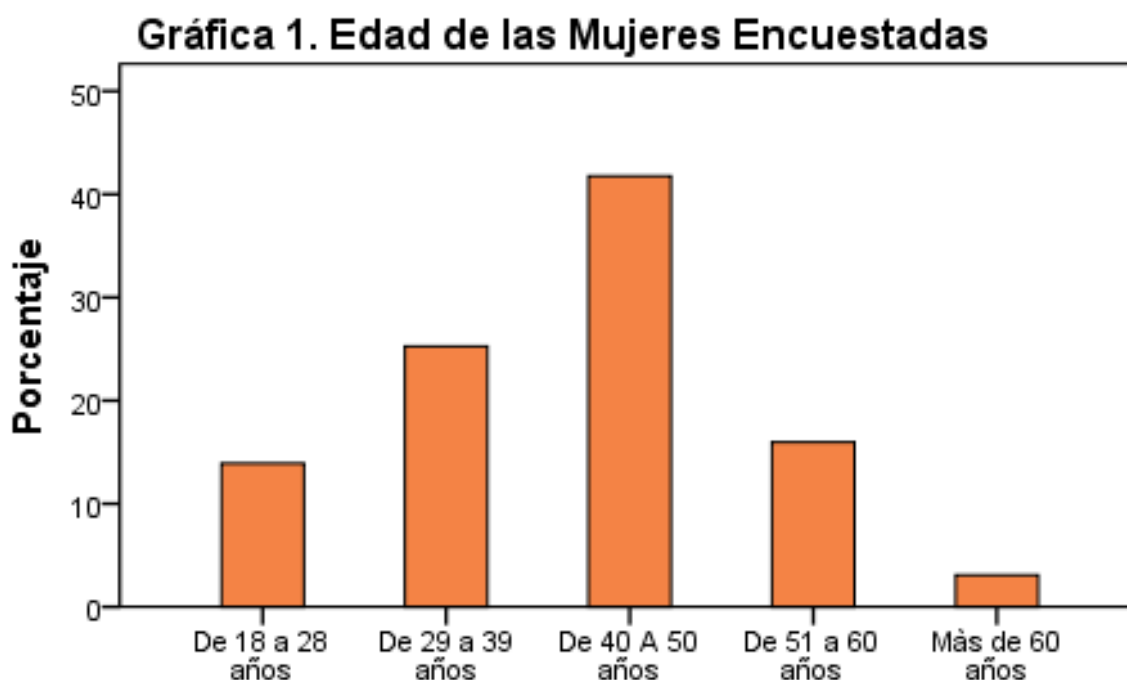
EL instrumento por utilizar es la encuesta aplicada a mujeres empresarias o gerentes de empresas ubicadas en la Ciudad de Chetumal a través de un muestreo estadístico por conveniencia, se medirán 8 variables.

1. Frecuentemente puedo definir mis sentimientos
2. Casi siempre se cómo me siento
3. Dejo que mis sentimientos afecten a mis pensamientos
4. Tengo claro mis sentimientos
5. Si doy demasiadas vueltas a las cosas, complicándolas trato de calmarme
6. Me preocupo por tener un buen estado de animo
7. Aunque a veces me siento triste, suelo tener una visión optimista
8. Cuando estoy enfadada intento cambiar mi estado de animo

## CAPITULO IV. RESULTADOS GENERALES

### EVIDENCIA EMPÍRICA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL DE LA MUJER EMPRENDEDORA

A continuación, se presenta la información relativa a las características de las mujeres emprendedoras. Las encuestas fueron realizadas por mujeres emprendedoras que han creado un negocio, en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

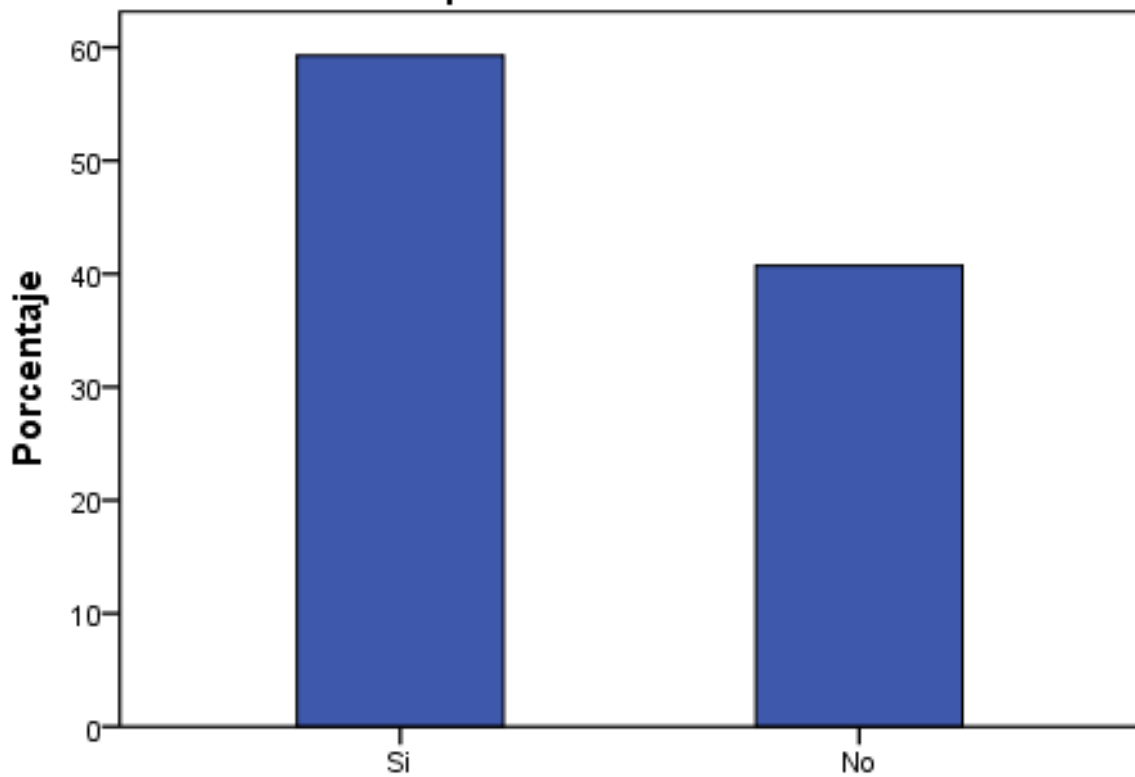


Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

**Edad.** En esta gráfica se puede observar que el 40% de las mujeres chetumaleñas encuestadas tienen entre 40 y 50 años. Mientras que el 3% de las mujeres encuestadas se encuentran en el rango de más de 60 años.

Si sumamos los porcentajes de las edades de 29 años a 50 años, nos da un total de 67%, dando a entender que la población entre 29 a 50 años es la más proclive a participar en actividades emprendedoras.

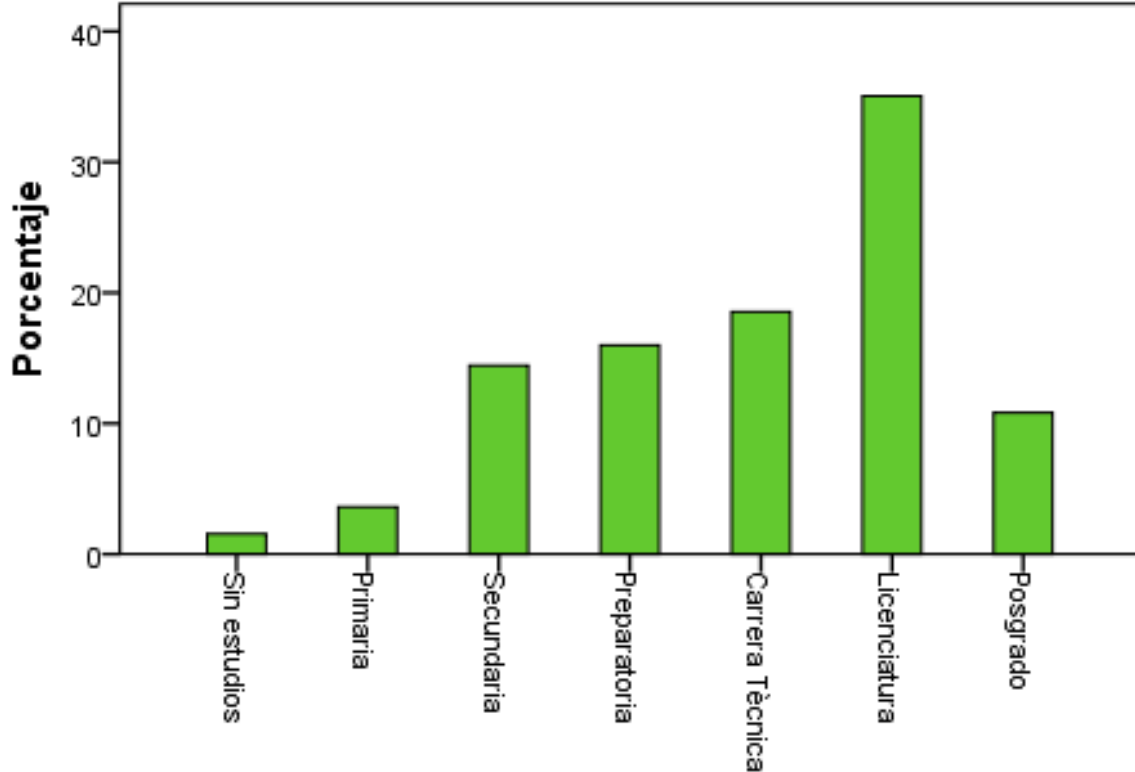
**Gráfica 2. Emprendedores en su familia**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

En esta gráfica se puede observar que el 60% de las mujeres emprendedoras tiene familiares emprendedores, por otra parte, el 40% de las mujeres emprendedoras de Chetumal, Quintana Roo son las primeras de sus familias en emprender algún negocio.

**Gráfica 3. Último grado de escolaridad**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

**Escolaridad.** El 48% de las mujeres chetumaleñas encuestada ha terminado su licenciatura o posgrado, y el 34% terminaron una carrera técnica o preparatoria, mientras que el 18% restante no llegó a la preparatoria.

En esta gráfica podemos apreciar que las personas que estudiaron a partir de la educación media tienen más posibilidades de emprender un negocio.

Gráfica 4. ¿Qué motivó a abrir su empresa?



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

Entre las motivaciones más recurrentes que tienen las mujeres chetumaleñas para incursionar en la vida empresarial, se puede mencionar que:

27% lo hizo por el deseo de superación personal

26% lo hizo por el deseo de ser independiente

21% lo hizo porque identificó una oportunidad de negocio.

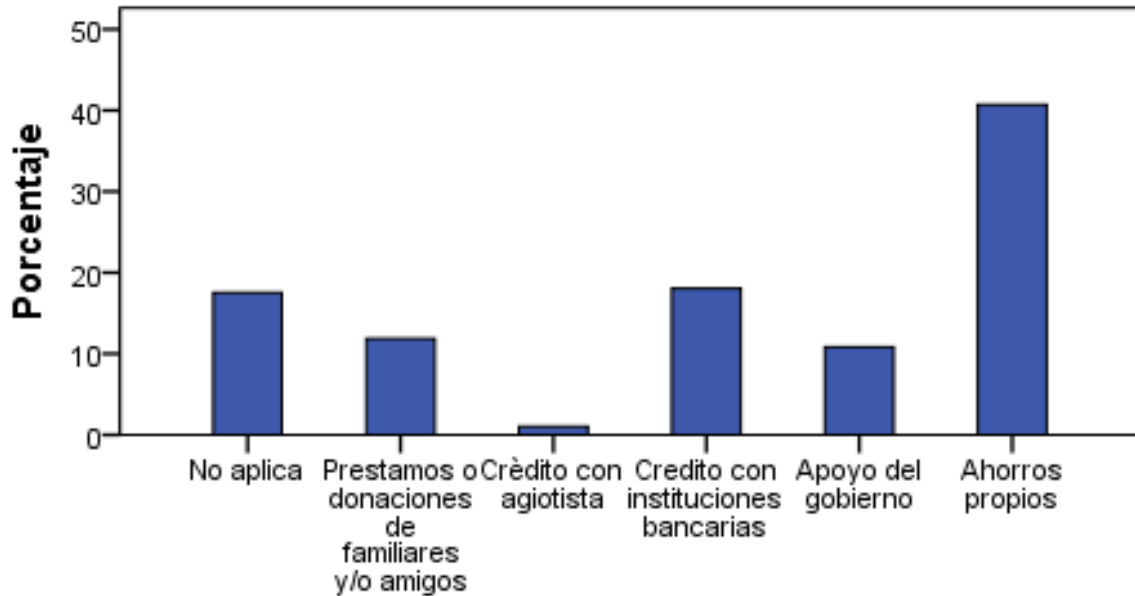
6% lo hizo porque perdió su empleo.

4% restante, porque no tuvo otra alternativa.

Es decir, que el 74% de las chetumaleñas encuestas tuvo un motivo personal ya sea por el deseo de ser independiente, superación personal o identificó una oportunidad de negocio, mientras que el 24% restante fue porque no tuvo otra alternativa o perdió su empleo.



**Gráfica 5. ¿Cómo financió la apertura de la empresa?**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

Financiamiento de su empresa.

42% lo hizo con ahorros propios

11% lo hizo con el apoyo del gobierno

17% lo hizo con créditos de instituciones bancarias.

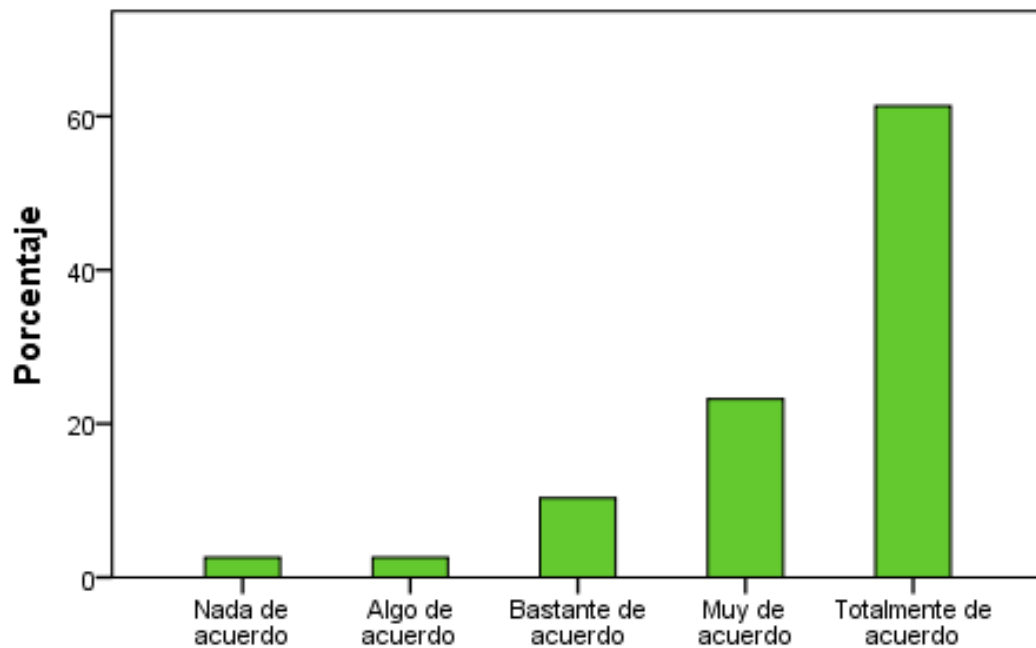
12% lo hizo mediante prestaciones o donaciones entre amigos y familiares

2% restante, mediante créditos de un agiotista.

En esta gráfica se puede observar que el 40% de las mujeres chetumaleñas que han sido encuestadas emprendió mediante ahorros propios y el 17% mediante instituciones bancarias

#### 4.1. RESULTADOS ESPECÍFICOS GENERALES

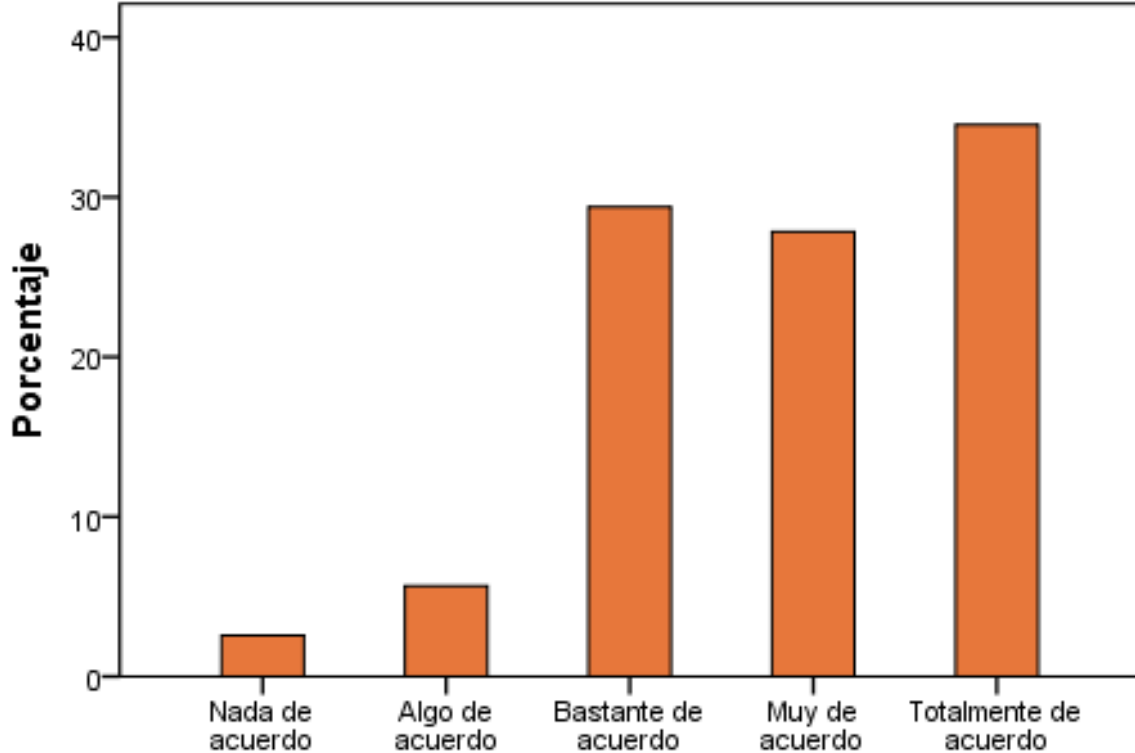
**Gráfica 6. Cuando estoy enfadada, intento cambiar mi estado de ánimo**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

El 95% de las mujeres encuestas chetumaleñas concuerdan que cuando están enfadadas intentan cambiar su estado de ánimo, mientras que el 5% restante no.

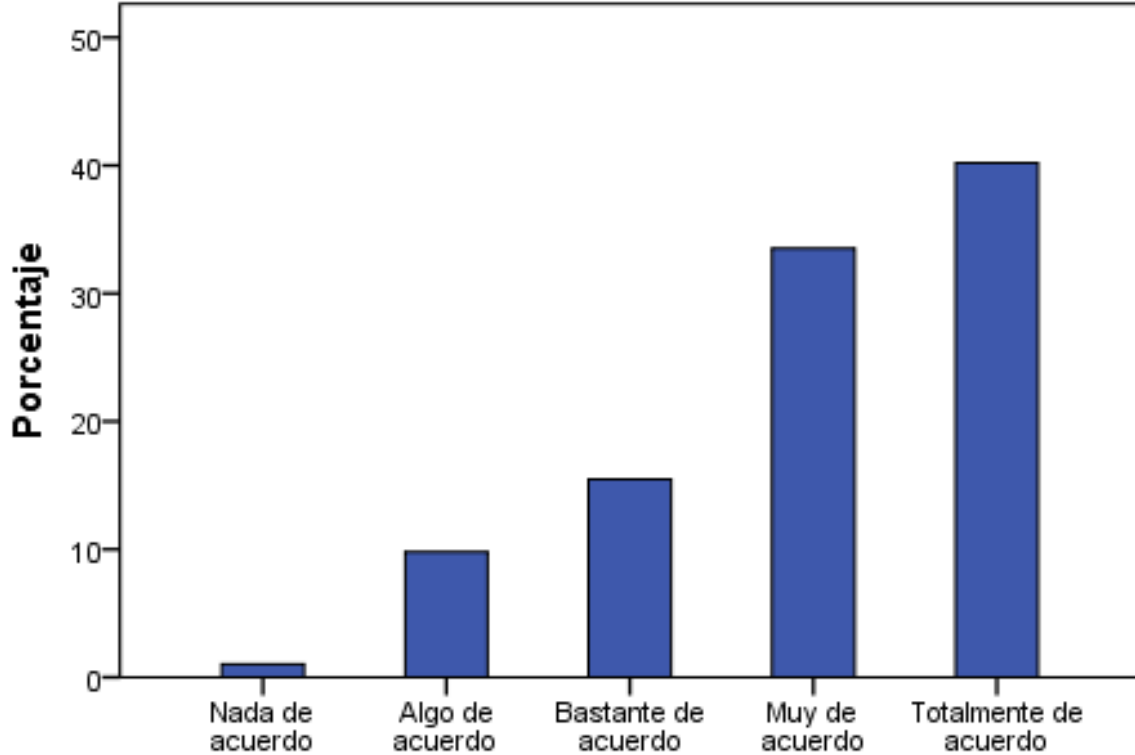
**Gráfica 7. Frecuentemente puedo definir mis sentimientos**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

Frecuentemente pueden definir sus sentimientos las mujeres chetumaleñas empresarias. El 91% de las mujeres chetumaleñas están de acuerdo con que pueden definir sus sentimientos.

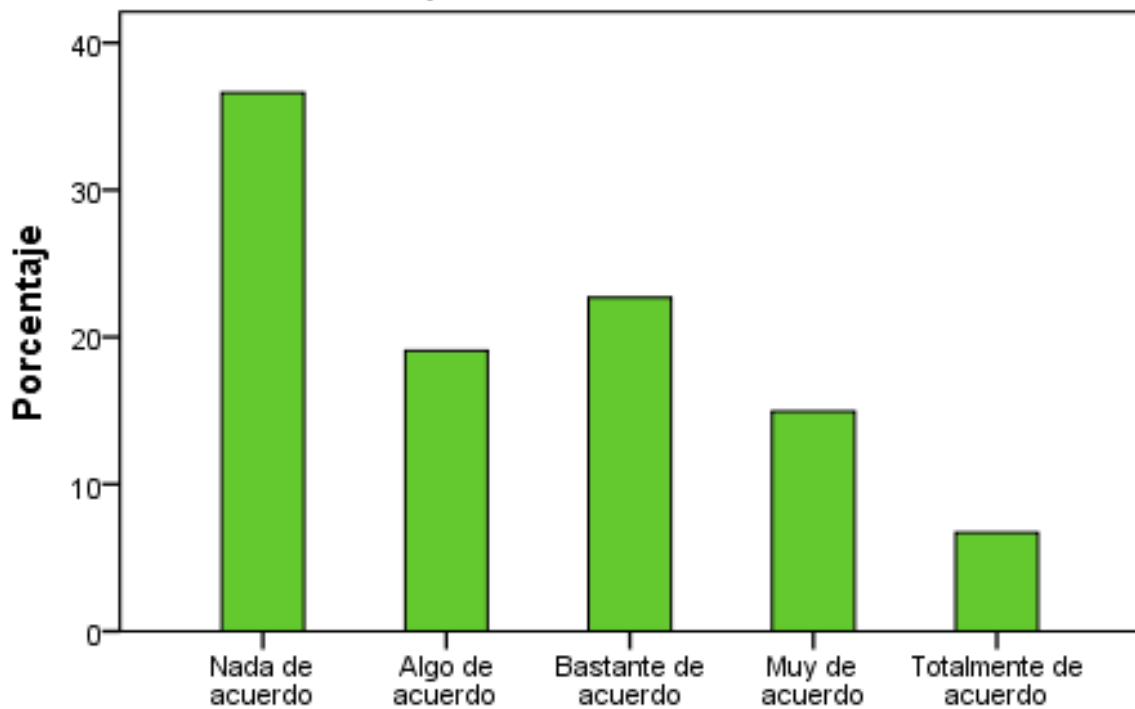
**Gráfica 8. Casi siempre se como me siento**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

En esta gráfica se puede observar que el 89% de las mujeres chetumaleñas casi siempre saben cómo se sienten, mientras que el 11% (19 personas) están algo de acuerdo y solamente 3 personas nada de acuerdo.

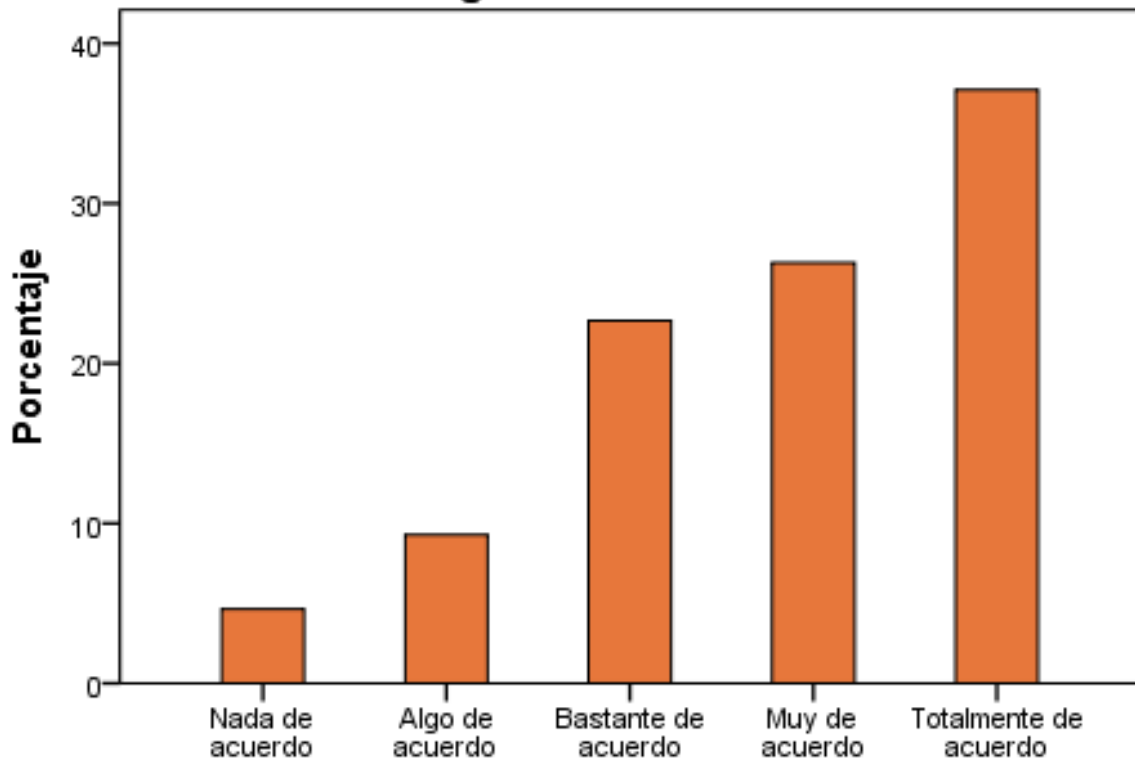
**Gráfica 9. Dejo que mis sentimientos afecten a mis pensamientos**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

El 37% de las mujeres chetumaleñas encuestadas concuerdan con que sus sentimientos no afectan a sus pensamientos, el 19% está algo de acuerdo y el resto están de acuerdo.

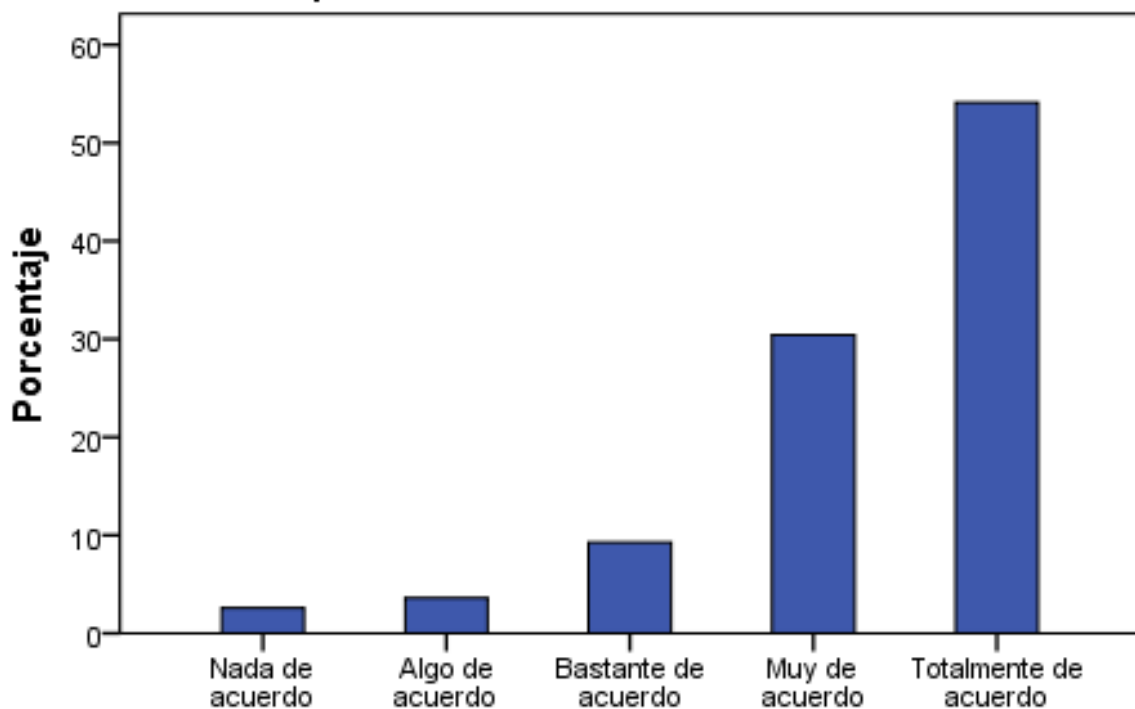
**Gráfica 10. Tengo claro mis sentimientos**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

El 86% de las mujeres chetumaleñas encuestadas están de acuerdo con que tienen claro sus sentimientos, mientras que el 14% restante está entre algo de acuerdo y nada de acuerdo.

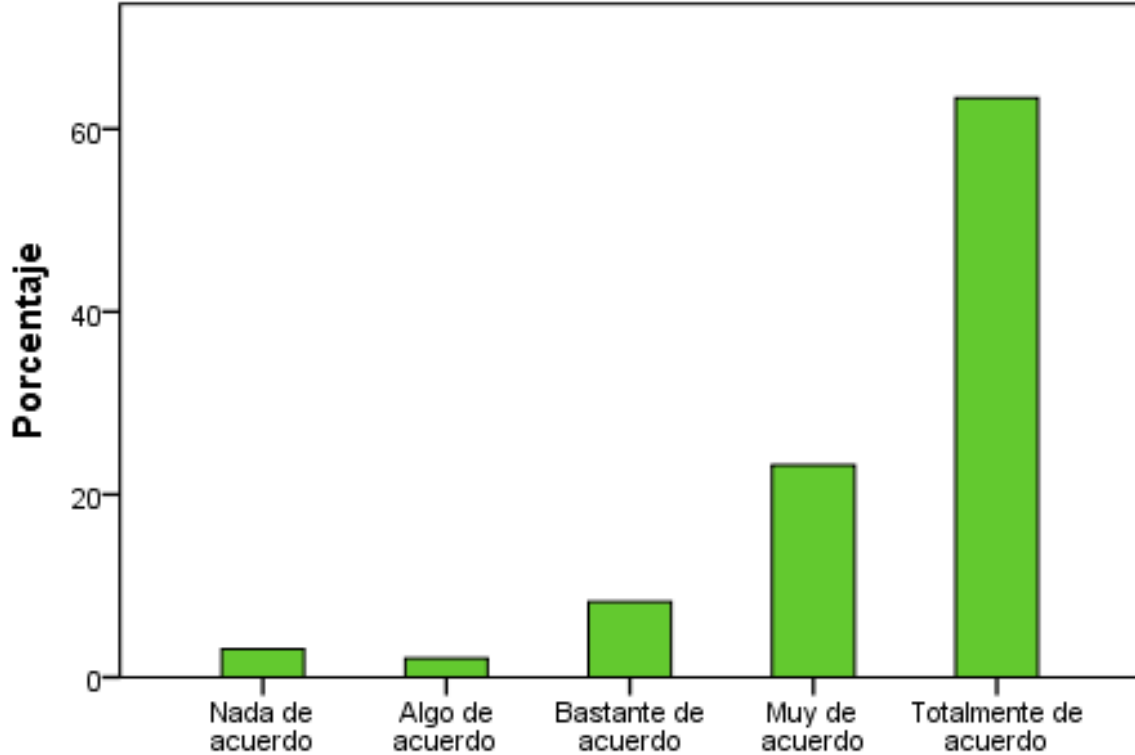
**Gráfica 11. Si doy demasiadas vueltas a las cosas, complicandolas trato de calmarme**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

El 93% de las mujeres chetumaleñas encuestadas confirma que, si le da demasiadas vueltas a las cosas, trata de calmarse para llegar a una mejor conclusión. Mientras que el 7 restante está entre algo de acuerdo y nada de acuerdo. Siendo solo 8 personas de 213, que opina que no está de acuerdo. (4 de cada 100 personas opina que está nada de acuerdo.)

**Gráfica 12. Me preocupo por tener un buen estado de animo**

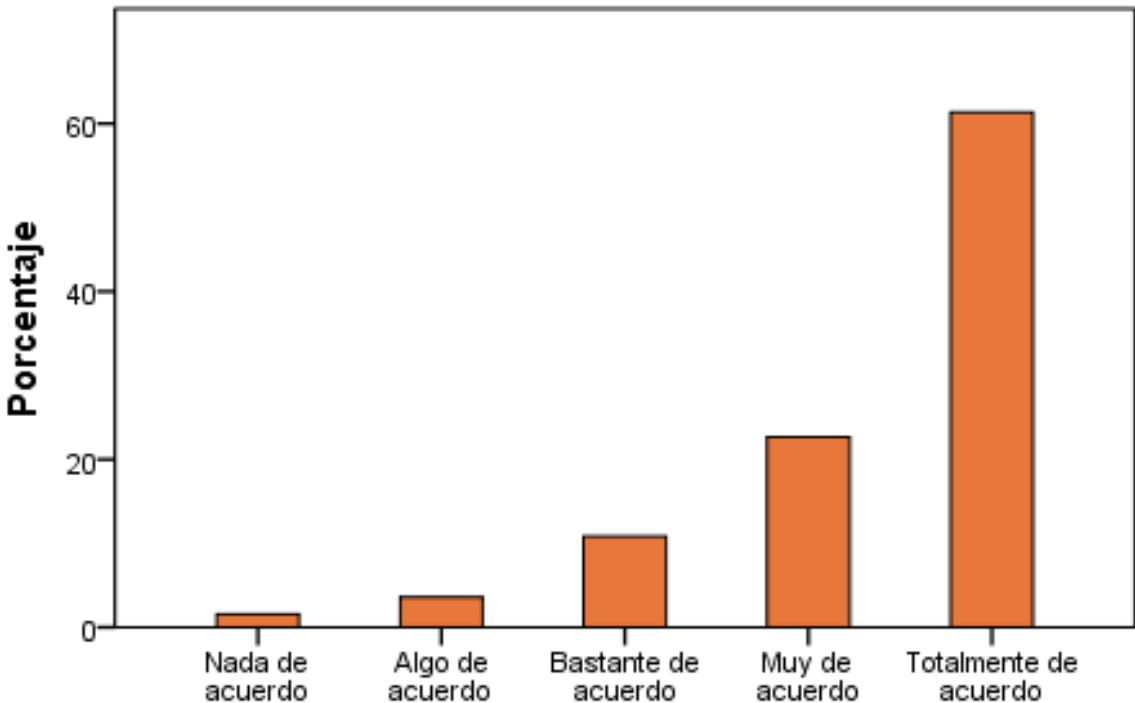


Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

El 95% de las mujeres encuestadas está de acuerdo en que está bien preocuparse por tener un buen estado de ánimo. Mientras que el 5% no está de acuerdo.



**Gráfica 13. Aunque a veces me siento triste, suelo tener una visión optimista**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

El 94% de las mujeres chetumaleñas encuestadas, están de acuerdo que cuando se sienten tristes, suelen tener una visión optimista, mientras que el 6% restante no suelen estar de acuerdo con tener esa visión optimista.

## 4.2. RESULTADOS POR ÚLTIMO GRADO DE ESCOLARIDAD

**Tabla 1. Edad de la Directora/Gerente/Propietaria**

12. Último grado de escolaridad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin estudios	Válido	De 40 A 50 años	1	33.3	33.3	33.3
		Más de 60 años	2	66.7	66.7	100.0
		Total	3	100.0	100.0	
Primaria	Válido	De 40 A 50 años	6	75.0	75.0	75.0
		De 51 a 60 años	1	12.5	12.5	87.5
		Más de 60 años	1	12.5	12.5	100.0
		Total	8	100.0	100.0	
Secundaria	Válido	De 18 a 28 años	3	10.7	10.7	10.7
		De 29 a 39 años	7	25.0	25.0	35.7
		De 40 A 50 años	12	42.9	42.9	78.6
		De 51 a 60 años	5	17.9	17.9	96.4
		Más de 60 años	1	3.6	3.6	100.0
		Total	28	100.0	100.0	
Preparatoria	Válido	De 18 a 28 años	8	23.5	23.5	23.5
		De 29 a 39 años	12	35.3	35.3	58.8
		De 40 A 50 años	11	32.4	32.4	91.2
		De 51 a 60 años	3	8.8	8.8	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Carrera Técnica	Válido	De 18 a 28 años	4	10.3	10.3	10.3
		De 29 a 39 años	9	23.1	23.1	33.3
		De 40 A 50 años	22	56.4	56.4	89.7
		De 51 a 60 años	3	7.7	7.7	97.4
		Más de 60 años	1	2.6	2.6	100.0
		Total	39	100.0	100.0	
Licenciatura	Válido	De 18 a 28 años	14	17.9	17.9	17.9
		De 29 a 39 años	21	26.9	26.9	44.9
		De 40 A 50 años	29	37.2	37.2	82.1
		De 51 a 60 años	13	16.7	16.7	98.7
		Más de 60 años	1	1.3	1.3	100.0
		Total	78	100.0	100.0	
Posgrado	Válido	De 29 a 39 años	5	21.7	21.7	21.7
		De 40 A 50 años	7	30.4	30.4	52.2
		De 51 a 60 años	10	43.5	43.5	95.7
		Más de 60 años	1	4.3	4.3	100.0
		Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

## Edad por Escolaridad.

El 75% de las mujeres chetumaleñas que su último grado de escolaridad fue la primaria, tienen 40 a 50 años.

El 43% de las mujeres chetumaleñas que su último grado de escolaridad fue en la secundaria, tienen de 40 a 50 años.

El 35% de las mujeres chetumaleñas que su último grado de escolaridad fue en la preparatoria, tienen de 29 a 39 años, mientras que el 32% tiene entre 40 a 50 años.

El 56% de las mujeres chetumaleñas encuestadas que su último grado de escolaridad fue en la carrera técnica, tienen entre 40 y 50 años.

El 37% de las mujeres chetumaleñas encuestadas que su último grado de escolaridad fue la licenciatura, tienen de 40 a 50 años.

El 43% de las chetumaleñas encuestadas que su último grado fue algún posgrado, se encuentran en el rango de 51 a más años.

**Tabla 2. Último grado de escolaridad**

1. Edad de la Directora/Gerente/Propietaria			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 18 a 28 años	Válido	Secundaria	3	10.3	10.3	10.3
		Preparatoria	8	27.6	27.6	37.9
		Carrera Técnica	4	13.8	13.8	51.7
		Licenciatura	14	48.3	48.3	100.0
		Total	29	100.0	100.0	
De 29 a 39 años	Válido	Secundaria	7	13.0	13.0	13.0
		Preparatoria	12	22.2	22.2	35.2
		Carrera Técnica	9	16.7	16.7	51.9
		Licenciatura	21	38.9	38.9	90.7
		Posgrado	5	9.3	9.3	100.0
Total	54	100.0	100.0			
De 40 A 50 años	Válido	Sin estudios	1	1.1	1.1	1.1
		Primaria	6	6.8	6.8	8.0
		Secundaria	12	13.6	13.6	21.6
		Preparatoria	11	12.5	12.5	34.1
		Carrera Técnica	22	25.0	25.0	59.1
		Licenciatura	29	33.0	33.0	92.0
		Posgrado	7	8.0	8.0	100.0
Total	88	100.0	100.0			
De 51 a 60 años	Válido	Primaria	1	2.9	2.9	2.9
		Secundaria	5	14.3	14.3	17.1
		Preparatoria	3	8.6	8.6	25.7
		Carrera Técnica	3	8.6	8.6	34.3
		Licenciatura	13	37.1	37.1	71.4
		Posgrado	10	28.6	28.6	100.0
Total	35	100.0	100.0			
Más de 60 años	Válido	Sin estudios	2	28.6	28.6	28.6
		Primaria	1	14.3	14.3	42.9
		Secundaria	1	14.3	14.3	57.1
		Carrera Técnica	1	14.3	14.3	71.4
		Licenciatura	1	14.3	14.3	85.7
		Posgrado	1	14.3	14.3	100.0
		Total	7	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

De 18 a 39 años de edad de las chetumaleñas encuestadas (83 chetumaleñas), sus estudios mínimos son hasta la secundaria, mientras que las mayores de 60 años cada 4 de 7, su estudio máximo es hasta la secundaria. Esto demuestra que se han abierto más oportunidades de estudio y por ende mayor cantidad de mujeres capacitadas.

El 61% de las chetumaleñas encuestadas tienen más de 40 años; el 67% tiene estudios de Carrera técnica, licenciatura y posgrado, mientras que el 33% restante, su nivel máximo de estudios es hasta la Preparatoria.

El 39% restante, de las mujeres encuestadas tienen menos de 40 años; de ese 39%, 30 personas llegaron a estudiar la secundaria o preparatoria, mientras que las 53 chetumaleñas restantes, su nivel mínimo de estudios es la carrera técnica, mayormente (35 personas) hasta la licenciatura.

**Tabla 3. Emprendedores en su familia**

12. Último grado de escolaridad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin estudios	Válido	Si	1	33.3	33.3	33.3
		No	2	66.7	66.7	100.0
		Total	3	100.0	100.0	
Primaria	Válido	Si	5	62.5	62.5	62.5
		No	3	37.5	37.5	100.0
		Total	8	100.0	100.0	
Secundaria	Válido	Si	15	53.6	53.6	53.6
		No	13	46.4	46.4	100.0
		Total	28	100.0	100.0	
Preparatoria	Válido	Si	22	64.7	64.7	64.7
		No	12	35.3	35.3	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Carrera Técnica	Válido	Si	15	38.5	38.5	38.5
		No	24	61.5	61.5	100.0
		Total	39	100.0	100.0	
Licenciatura	Válido	Si	50	64.1	64.1	64.1
		No	28	35.9	35.9	100.0
		Total	78	100.0	100.0	
Posgrado	Válido	Si	17	73.9	73.9	73.9
		No	6	26.1	26.1	100.0
		Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

Emprendedores en su familia por grados escolares.

El 59% de las mujeres chetumaleñas encuestadas si tienen familiares emprendedores, mientras que el 41% no, eso quiere decir, que:

El 67% de las mujeres encuestadas sin estudios, no hay emprendedores en su familia.

El 62% de las mujeres encuestadas con primaria, tienen familiares emprendedores.

El 54% de las mujeres encuestadas con secundaria, tienen familiares emprendedores.

El 65% de las mujeres encuestadas con preparatoria, tienen familiares emprendedores.

El 62% de las mujeres encuestadas con carrera técnica, no tienen familiares emprendedores.

El 64% de las chetumaleñas encuestadas con licenciatura, tienen familiares emprendedores.

El 74% de las personas con posgrado, tienen familiares emprendedores.

**Tabla 4. ¿Qué motivó a abrir su empresa?**

12. Último grado de escolaridad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin estudios	Válido	Perdí mi empleo	1	33.3	33.3	33.3
		Deseo de ser independiente	1	33.3	33.3	66.7
		Identifique una oportunidad de negocio	1	33.3	33.3	100.0
		Total	3	100.0	100.0	
Primaria	Válido	No aplica	2	25.0	25.0	25.0
		No tuve otra alternativa	2	25.0	25.0	50.0
		Deseo de ser independiente	2	25.0	25.0	75.0
		Deseo de superación personal	2	25.0	25.0	100.0
		Total	8	100.0	100.0	
Secundaria	Válido	No aplica	3	10.7	10.7	10.7
		No tuve otra alternativa	3	10.7	10.7	21.4
		Perdí mi empleo	2	7.1	7.1	28.6
		Deseo de ser independiente	13	46.4	46.4	75.0
		Deseo de superación personal	3	10.7	10.7	85.7
		Identifique una oportunidad de negocio	4	14.3	14.3	100.0
		Total	28	100.0	100.0	
Preparatoria	Válido	No aplica	4	11.8	11.8	11.8
		No tuve otra alternativa	3	8.8	8.8	20.6
		Perdí mi empleo	3	8.8	8.8	29.4
		Deseo de ser independiente	10	29.4	29.4	58.8
		Deseo de superación personal	7	20.6	20.6	79.4
		Identifique una oportunidad de negocio	7	20.6	20.6	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Carrera Técnica	Válido	No aplica	10	25.6	25.6	25.6
		Perdí mi empleo	1	2.6	2.6	28.2
		Deseo de ser independiente	9	23.1	23.1	51.3
		Deseo de superación personal	12	30.8	30.8	82.1
		Identifique una oportunidad de negocio	7	17.9	17.9	100.0
Total	39	100.0	100.0			
Licenciatura	Válido	No aplica	15	19.2	19.2	19.2
		No tuve otra alternativa	1	1.3	1.3	20.5
		Perdí mi empleo	4	5.1	5.1	25.6
		Deseo de ser independiente	17	21.8	21.8	47.4
		Deseo de superación personal	27	34.6	34.6	82.1
		Identifique una oportunidad de negocio	14	17.9	17.9	100.0
		Total	78	100.0	100.0	
Posgrado	Válido	Perdí mi empleo	1	4.3	4.3	4.3
		Deseo de ser independiente	4	17.4	17.4	21.7
		Deseo de superación personal	7	30.4	30.4	52.2
		Identifique una oportunidad de negocio	11	47.8	47.8	100.0
		Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

Motivos por grados escolares.

El 46% de las chetumaleñas encuestadas con secundaria, la motivación para abrir su empresa fue el deseo de ser independientes.

El 29% de las mujeres chetumaleñas encuestadas con preparatoria, la motivación para abrir su negocio fue el deseo de ser independiente.

De 39 personas que estudiaron Carrera técnica, 12 personas (31% de las chetumaleñas con carrera técnica)

De 78 personas que estudiaron la Licenciatura, el 35% de las chetumaleñas encuestadas la motivación para abrir su negocio fue el deseo de superación personal.

Mientras que 23 personas que estudiaron un posgrado, el 48% fue porque identificó una oportunidad de negocio.

#### 4.2.1. RESULTADOS DE CONOCIMIENTOS

Al observar la tabla nos damos cuenta que los estudios a nivel secundaria y preparatoria de las personas el mayor motivo de ser emprendedor es el deseo de ser independiente, a nivel carrera y licenciatura es el deseo de superación personal, ser independientes e identificar una oportunidad de negocio mientras que las mujeres encuestadas que llegaron al posgrado su motivación es porque vieron una oportunidad de negocio.

En las siguientes tablas señalaremos las áreas en las que tienen más experiencia las chetumaleñas encuestadas.



**Tabla 5. Ventas**

12. Último grado de escolaridad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin estudios	Válido	Si	2	66.7	66.7	66.7
		No	1	33.3	33.3	100.0
		Total	3	100.0	100.0	
Primaria	Válido	Si	7	87.5	87.5	87.5
		No	1	12.5	12.5	100.0
		Total	8	100.0	100.0	
Secundaria	Válido	Si	25	89.3	89.3	89.3
		No	3	10.7	10.7	100.0
		Total	28	100.0	100.0	
Preparatoria	Válido	Si	21	61.8	61.8	61.8
		No	13	38.2	38.2	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Carrera Técnica	Válido	Si	34	87.2	87.2	87.2
		No	5	12.8	12.8	100.0
		Total	39	100.0	100.0	
Licenciatura	Válido	Si	46	59.0	59.0	59.0
		No	32	41.0	41.0	100.0
		Total	78	100.0	100.0	
Posgrado	Válido	Si	12	52.2	52.2	52.2
		No	11	47.8	47.8	100.0
		Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

## VENTAS.

Como se puede observar en la tabla el total de personas encuestadas que son 213 el área donde tienen más experiencia es en las ventas, por lo que podemos identificar a nivel general 147 mujeres señalan que tienen conocimiento sobre ventas lo cual viene siendo un 69% y el 31% restante que son 66 mujeres no tienen conocimiento alguno; Aplicándolo a los niveles de preparación académica las mujeres de nivel sin estudios a prepa que son 73 en total 55 mujeres tienen experiencia en ventas que son un 75% y 18 no tienen conocimiento un 25%; a nivel carrera técnica hasta posgrado que son un total de 140 de mujeres con preparación académica, 92 personas que viene siendo el 66% de mujeres

cuentan con conocimiento sobre ventas y el %34 restante dijeron no tener experiencia.

**Tabla 6. Mercadotecnia**

12. Ultimo grado de escolaridad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin estudios	Válido	No	3	100.0	100.0	100.0
Primaria	Válido	No	8	100.0	100.0	100.0
Secundaria	Válido	Si	3	10.7	10.7	10.7
		No	25	89.3	89.3	100.0
		Total	28	100.0	100.0	
Preparatoria	Válido	Si	2	5.9	5.9	5.9
		No	32	94.1	94.1	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Carrera Técnica	Válido	Si	4	10.3	10.3	10.3
		No	35	89.7	89.7	100.0
		Total	39	100.0	100.0	
Licenciatura	Válido	Si	9	11.5	11.5	11.5
		No	69	88.5	88.5	100.0
		Total	78	100.0	100.0	
Posgrado	Válido	Si	6	26.1	26.1	26.1
		No	17	73.9	73.9	100.0
		Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

En lo referente a la mercadotecnia de 213 mujeres encuestadas solo 24 saben acerca de mercadotecnia (11%) mientras el 189 mujeres no (89%); Aplicándolo a los niveles de preparación académica las mujeres de nivel sin estudios a prepa solo 5 mujeres de 73 saben de mercadotecnia a comparación de las mujeres de nivel de carrera técnica a posgrado 19 personas de 140 tienen conocimiento en esa área, por lo que nos podemos dar cuenta que aquí el nivel de conocimiento o preparación académica es un punto importante en la manera de llevar a cabo técnicas aprendidas en la comercialización de los productos.

**Tabla 7. Producción**

12. Último grado de escolaridad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin estudios	Válido	Si	1	33.3	33.3	33.3
		No	2	66.7	66.7	100.0
		Total	3	100.0	100.0	
Primaria	Válido	Si	5	62.5	62.5	62.5
		No	3	37.5	37.5	100.0
		Total	8	100.0	100.0	
Secundaria	Válido	Si	10	35.7	35.7	35.7
		No	18	64.3	64.3	100.0
		Total	28	100.0	100.0	
Preparatoria	Válido	0	1	2.9	2.9	2.9
		Si	12	35.3	35.3	38.2
		No	21	61.8	61.8	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Carrera Técnica	Válido	Si	9	23.1	23.1	23.1
		No	30	76.9	76.9	100.0
		Total	39	100.0	100.0	
Licenciatura	Válido	Si	15	19.2	19.2	19.2
		No	63	80.8	80.8	100.0
		Total	78	100.0	100.0	
Posgrado	Válido	Si	5	21.7	21.7	21.7
		No	18	78.3	78.3	100.0
		Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

En lo referente a la producción de 213 mujeres encuestadas 58 personas saben acerca de la producción (27%) y 155 mujeres no tienen conocimiento (73%); por lo que en el área de producción de nivel sin estudios a preparatoria 29 personas de 73 dijeron tener conocimiento (39%) y a nivel carrera técnica a posgrado 29 de 140 dijeron si tener conocimiento (21%) y el 79% no. Por lo que podemos resumir que las personas con estudio de preparatoria se ocupan más en la elaboración de productos.

**Tabla 9. Administración general**

12. Último grado de escolaridad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin estudios	Válido	No	3	100.0	100.0	100.0
Primaria	Válido	Si	2	25.0	25.0	25.0
		No	6	75.0	75.0	100.0
		Total	8	100.0	100.0	
Secundaria	Válido	Si	7	25.0	25.0	25.0
		No	21	75.0	75.0	100.0
		Total	28	100.0	100.0	
Preparatoria	Válido	Si	10	29.4	29.4	29.4
		No	24	70.6	70.6	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Carrera Técnica	Válido	Si	18	46.2	46.2	46.2
		No	21	53.8	53.8	100.0
		Total	39	100.0	100.0	
Licenciatura	Válido	Si	42	53.8	53.8	53.8
		No	35	44.9	44.9	98.7
		4	1	1.3	1.3	100.0
		Total	78	100.0	100.0	
Posgrado	Válido	Si	14	60.9	60.9	60.9
		No	9	39.1	39.1	100.0
		Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

Relacionado a la Administración general de 213 mujeres encuestadas; 93 mujeres afirman tener conocimiento (44%) y 119 mujeres (56%) dicen no saber, sin estudios a preparatoria solo 19 personas de 73 saben acerca de la administración, eso quiere decir que 2 de cada 10 personas saben acerca de administración general a comparación de las mujeres que llegaron a estudiar carrera técnica a posgrado 5 de cada 10 mujeres saben sobre administración general.

**Tabla 10. Contabilidad/ finanzas**

12. Ultimo grado de escolaridad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin estudios	Válido	No	3	100.0	100.0	100.0
Primaria	Válido	Si	1	12.5	12.5	12.5
		No	7	87.5	87.5	100.0
		Total	8	100.0	100.0	
Secundaria	Válido	Si	3	10.7	10.7	10.7
		No	25	89.3	89.3	100.0
		Total	28	100.0	100.0	
Preparatoria	Válido	Si	3	8.8	8.8	8.8
		No	31	91.2	91.2	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Carrera Técnica	Válido	Si	3	7.7	7.7	7.7
		No	36	92.3	92.3	100.0
		Total	39	100.0	100.0	
Licenciatura	Válido	Si	21	26.9	26.9	26.9
		No	57	73.1	73.1	100.0
		Total	78	100.0	100.0	
Posgrado	Válido	Si	13	56.5	56.5	56.5
		No	10	43.5	43.5	100.0
		Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

En lo referente a la contabilidad/finanzas de 213 mujeres encuestadas 44 personas saben acerca de esta área (21%) y 169 no; por lo que en el nivel sin estudios a preparatoria 1de cada 10 personas saben acerca de contabilidad/finanzas en comparación a las personas que estudiaron de carrera técnica a posgrado 3 de cada 10 tienen conocimiento.

**Tabla 11. Recursos Humanos**

12. Último grado de escolaridad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin estudios	Válido	No	3	100.0	100.0	100.0
Primaria	Válido	No	8	100.0	100.0	100.0
Secundaria	Válido	Si	1	3.6	3.6	3.6
		No	27	96.4	96.4	100.0
		Total	28	100.0	100.0	
Preparatoria	Válido	Si	2	5.9	5.9	5.9
		No	32	94.1	94.1	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Carrera Técnica	Válido	Si	5	12.8	12.8	12.8
		No	34	87.2	87.2	100.0
		Total	39	100.0	100.0	
Licenciatura	Válido	Si	17	21.8	21.8	21.8
		No	61	78.2	78.2	100.0
		Total	78	100.0	100.0	
Posgrado	Válido	Si	4	17.4	17.4	17.4
		No	19	82.6	82.6	100.0
		Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

Alusivo a los recursos humanos en lo referente al área de mayor experiencia 29 personas de 213, tienen la habilidad de realizar labores de selección, contratación y formación de las personas para laborar en una empresa dando un porcentaje total de 14% de mujeres encuestadas; y se puede decir que de carrera técnica a posgrado 2 de cada 10 personas tienen estudios sobre los recursos humanos mientras que 1 persona de cada 20 de nivel sin estudios a preparatoria tiene nociones acerca de ello.

#### 4.2.2. RESULTADOS SOBRE LA GESTIÓN EMPRESARIAL

**Tabla 12. ¿La empresa cuenta con un plan de negocios?**

12. Último grado de escolaridad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin estudios	Válido	No	3	100.0	100.0	100.0
Primaria	Válido	No	6	75.0	75.0	75.0
		Si	2	25.0	25.0	100.0
		Total	8	100.0	100.0	
Secundaria	Válido	No	15	53.6	53.6	53.6
		Si	13	46.4	46.4	100.0
		Total	28	100.0	100.0	
Preparatoria	Válido	No	17	50.0	50.0	50.0
		Si	17	50.0	50.0	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Carrera Técnica	Válido	No	22	56.4	56.4	56.4
		Si	17	43.6	43.6	100.0
		Total	39	100.0	100.0	
Licenciatura	Válido	No	27	34.6	34.6	34.6
		Si	51	65.4	65.4	100.0
		Total	78	100.0	100.0	
Posgrado	Válido	No	8	34.8	34.8	34.8
		Si	15	65.2	65.2	100.0
		Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

Relacionado a si la empresa cuenta con un plan de negocios de las 213 mujeres encuestadas 98 personas (46%) cuentan con un plan de empresa a seguir, aquí nos damos cuenta que de cada 10 mujeres empresarias con licenciatura y posgrado 7 cuentan con estrategias para alcanzar los objetivos de su empresa.

**Tabla 13. ¿Cuenta con organigrama?**

12. Último grado de escolaridad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin estudios	Válido	No	3	100.0	100.0	100.0
Primaria	Válido	No	5	62.5	62.5	62.5
		Si	3	37.5	37.5	100.0
		Total	8	100.0	100.0	
Secundaria	Válido	No	16	57.1	57.1	57.1
		Si	12	42.9	42.9	100.0
		Total	28	100.0	100.0	
Preparatoria	Válido	No	20	58.8	58.8	58.8
		Si	14	41.2	41.2	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Carrera Técnica	Válido	No	22	56.4	56.4	56.4
		Si	17	43.6	43.6	100.0
		Total	39	100.0	100.0	
Licenciatura	Válido	No	35	44.9	44.9	44.9
		Si	43	55.1	55.1	100.0
		Total	78	100.0	100.0	
Posgrado	Válido	No	8	34.8	34.8	34.8
		Si	15	65.2	65.2	100.0
		Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

En lo referente a si cuentan con un organigrama 109 mujeres (51%) de 213 su empresa cuenta con una estructura gráfica, aquí podemos darnos cuenta que 6 de cada 10 mujeres empresarias que cuentan con licenciatura y posgrado su empresa cuenta con organigrama, mientras 6 de 10 mujeres sin estudios a nivel preparatoria no cuenta con una estructura de su empresa.



**Tabla 14. ¿Se cuenta con un manual de puestos y funciones?**

12. Último grado de escolaridad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin estudios	Válido	No	3	100.0	100.0	100.0
Primaria	Válido	No	5	62.5	62.5	62.5
		Si	3	37.5	37.5	100.0
		Total	8	100.0	100.0	
Secundaria	Válido	No	17	60.7	60.7	60.7
		Si	11	39.3	39.3	100.0
		Total	28	100.0	100.0	
Preparatoria	Válido	No	21	61.8	61.8	61.8
		Si	12	35.3	35.3	97.1
		24	1	2.9	2.9	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Carrera Técnica	Válido	No	22	56.4	56.4	56.4
		Si	17	43.6	43.6	100.0
		Total	39	100.0	100.0	
Licenciatura	Válido	No	31	39.7	39.7	39.7
		Si	47	60.3	60.3	100.0
		Total	78	100.0	100.0	
Posgrado	Válido	No	11	47.8	47.8	47.8
		Si	12	52.2	52.2	100.0
		Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

Acerca de si manejan en la empresa manuales de puestos y funciones de las 213 mujeres empresarias encuestadas 110 comentan que no cuentan (52%) si agrupamos personas sin estudios hasta preparatoria el 63% no cuenta con un manual de puestos y funciones, mientras que, si agrupamos Carrera técnica a posgrado, nos podemos dar cuenta que el 54% si cuenta con un manual de puestos y funciones.

**Tabla 15. ¿Se cuenta con un manual de procedimientos?**

12. Último grado de escolaridad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin estudios	Válido	No	3	100.0	100.0	100.0
Primaria	Válido	No	3	37.5	37.5	37.5
		Si	5	62.5	62.5	100.0
		Total	8	100.0	100.0	
Secundaria	Válido	No	17	60.7	60.7	60.7
		Si	11	39.3	39.3	100.0
		Total	28	100.0	100.0	
Preparatoria	Válido	No	20	58.8	58.8	58.8
		Si	13	38.2	38.2	97.1
		4	1	2.9	2.9	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Carrera Técnica	Válido	No	21	53.8	53.8	53.8
		Si	18	46.2	46.2	100.0
		Total	39	100.0	100.0	
Licenciatura	Válido	No	25	32.1	32.1	32.1
		Si	53	67.9	67.9	100.0
		Total	78	100.0	100.0	
Posgrado	Válido	No	9	39.1	39.1	39.1
		Si	14	60.9	60.9	100.0
		Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

En lo referente a los manuales de procedimiento al encuestar a las 213 mujeres empresarias, del nivel sin estudios a preparatoria el 59% no cuenta, contrario al grupo de nivel licenciatura a posgrado el 61% tienen su manual de procedimientos.

4.2.3. RESULTADO DE LAS TABLAS SOBRE LA FRECUENCIA DE USO DE LAS SIGUIENTES HERRAMIENTAS, PRÁCTICAS CONTABLES Y FINANCIERAS POR ÚLTIMO GRADO DE ESCOLARIDAD

**Tabla 16. Estados financieros**

12. Último grado de escolaridad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin estudios	Válido	Nunca	2	66.7	66.7	66.7
		Casi nunca	1	33.3	33.3	100.0
		Total	3	100.0	100.0	
Primaria	Válido	Nunca	3	37.5	37.5	37.5
		Casi nunca	1	12.5	12.5	50.0
		Seguido	2	25.0	25.0	75.0
		Siempre	2	25.0	25.0	100.0
		Total	8	100.0	100.0	
Secundaria	Válido	Nunca	9	32.1	32.1	32.1
		Casi nunca	4	14.3	14.3	46.4
		Seguido	8	28.6	28.6	75.0
		Me ha servido mucho	3	10.7	10.7	85.7
		Siempre	4	14.3	14.3	100.0
		Total	28	100.0	100.0	
Preparatoria	Válido	Nunca	13	38.2	38.2	38.2
		Casi nunca	3	8.8	8.8	47.1
		Seguido	4	11.8	11.8	58.8
		Me ha servido mucho	9	26.5	26.5	85.3
		Siempre	5	14.7	14.7	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Carrera Técnica	Válido	Nunca	6	15.4	15.4	15.4
		Casi nunca	2	5.1	5.1	20.5
		Seguido	7	17.9	17.9	38.5
		Me ha servido mucho	11	28.2	28.2	66.7
		Siempre	13	33.3	33.3	100.0
		Total	39	100.0	100.0	
Licenciatura	Válido	Nunca	6	7.7	7.7	7.7
		Casi nunca	4	5.1	5.1	12.8
		Seguido	11	14.1	14.1	26.9
		Me ha servido mucho	21	26.9	26.9	53.8
		Siempre	36	46.2	46.2	100.0
		Total	78	100.0	100.0	
Posgrado	Válido	Nunca	1	4.3	4.3	4.3
		Seguido	2	8.7	8.7	13.0
		Me ha servido mucho	4	17.4	17.4	30.4
		Siempre	16	69.6	69.6	100.0
		Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

Relacionado a las prácticas contables y financieras la frecuencia en su uso en las empresas de las 213 mujeres empresarias encuestadas nos podemos dar cuenta, que 76 mujeres hacen uso de los estados financieros y 40 no lo utilizan; 5 de cada 10 mujeres sin estudio a preparatoria nunca o casi nunca utilizan los estados financieros; mientras que 9 de cada 10 personas con carrera técnica a posgrado utilizan seguido los estados financieros para tener conocimiento sobre la situación económica o financiera de su empresa.

**Tabla 17. Sistemas de control de costos de producción**

12. Último grado de escolaridad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin estudios	Válido	Nunca	2	66.7	66.7	66.7
		Casi nunca	1	33.3	33.3	100.0
		Total	3	100.0	100.0	
Primaria	Válido	Nunca	3	37.5	37.5	37.5
		Casi nunca	1	12.5	12.5	50.0
		Seguido	2	25.0	25.0	75.0
		Me ha servido mucho	1	12.5	12.5	87.5
		Siempre	1	12.5	12.5	100.0
		Total	8	100.0	100.0	
Secundaria	Válido	Nunca	7	25.0	25.0	25.0
		Casi nunca	2	7.1	7.1	32.1
		Seguido	10	35.7	35.7	67.9
		Me ha servido mucho	4	14.3	14.3	82.1
		Siempre	5	17.9	17.9	100.0
		Total	28	100.0	100.0	
Preparatoria	Válido	Nunca	8	23.5	23.5	23.5
		Casi nunca	4	11.8	11.8	35.3
		Seguido	5	14.7	14.7	50.0
		Me ha servido mucho	7	20.6	20.6	70.6
		Siempre	10	29.4	29.4	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Carrera Técnica	Válido	Nunca	7	17.9	17.9	17.9
		Casi nunca	7	17.9	17.9	35.9
		Seguido	4	10.3	10.3	46.2
		Me ha servido mucho	11	28.2	28.2	74.4
		Siempre	10	25.6	25.6	100.0
		Total	39	100.0	100.0	
Licenciatura	Válido	Nunca	7	9.0	9.0	9.0
		Casi nunca	6	7.7	7.7	16.7
		Seguido	9	11.5	11.5	28.2
		Me ha servido mucho	23	29.5	29.5	57.7
		Siempre	33	42.3	42.3	100.0
		Total	78	100.0	100.0	
Posgrado	Válido	Nunca	2	8.7	8.7	8.7
		Seguido	1	4.3	4.3	13.0
		Me ha servido mucho	4	17.4	17.4	30.4
		Siempre	16	69.6	69.6	100.0
		Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

Referente a los sistemas de control de costos de producción el 27% casi nunca o nunca llevan un registro de dichos costos, del nivel sin estudios a preparatoria 6 de cada 10 personas utilizan seguido el control, mientras que 8 de cada 10

mujeres que tienen estudios de carrera técnica a posgrado utilizan siempre la contabilidad de los costos de producción.

**Tabla 18. Sistemas de control de inventarios**

12. Último grado de escolaridad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sin estudios	Válido	Nunca	1	33.3	33.3	33.3
		Casi nunca	1	33.3	33.3	66.7
		Siempre	1	33.3	33.3	100.0
		Total	3	100.0	100.0	
Primaria	Válido	Nunca	3	37.5	37.5	37.5
		Seguido	3	37.5	37.5	75.0
		Siempre	2	25.0	25.0	100.0
		Total	8	100.0	100.0	
Secundaria	Válido	Nunca	7	25.0	25.0	25.0
		Casi nunca	4	14.3	14.3	39.3
		Seguido	8	28.6	28.6	67.9
		Me ha servido mucho	5	17.9	17.9	85.7
		Siempre	4	14.3	14.3	100.0
		Total	28	100.0	100.0	
Preparatoria	Válido	Nunca	8	23.5	23.5	23.5
		Casi nunca	4	11.8	11.8	35.3
		Seguido	5	14.7	14.7	50.0
		Me ha servido mucho	7	20.6	20.6	70.6
		Siempre	10	29.4	29.4	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Carrera Técnica	Válido	Nunca	4	10.3	10.3	10.3
		Casi nunca	3	7.7	7.7	17.9
		Seguido	6	15.4	15.4	33.3
		Me ha servido mucho	15	38.5	38.5	71.8
		Siempre	11	28.2	28.2	100.0
		Total	39	100.0	100.0	
Licenciatura	Válido	Nunca	6	7.7	7.7	7.7
		Casi nunca	2	2.6	2.6	10.3
		Seguido	5	6.4	6.4	16.7
		Me ha servido mucho	23	29.5	29.5	46.2
		Siempre	42	53.8	53.8	100.0
		Total	78	100.0	100.0	
Posgrado	Válido	Nunca	1	4.3	4.3	4.3
		Seguido	2	8.7	8.7	13.0
		Me ha servido mucho	3	13.0	13.0	26.1
		Siempre	17	73.9	73.9	100.0
		Total	23	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Chetumal.

En lo relativo al sistema de control de inventarios el 20% de las mujeres encuestadas casi nunca llevan un control detallado de la existencia de los bienes a

diferencia de un 80% que si lleva una relación de bienes. 6 de cada 10 personas sin estudio a preparatoria llevan un control de inventarios mientras que de carrera técnica a posgrado 9 de cada 10 personas lo llevan a la práctica. Por lo que aquí podemos observar que a mayor conocimiento mayor control de los bienes de la empresa.

## CAPITULO V. CONCLUSIONES GENERALES

De acuerdo a lo antes visto se puede observar que la mayoría de las mujeres chetumaleñas encuestadas su principal motivación fue el deseo de ser independiente, la superación personal y motivación de crecer económicamente puntos que se encuentran en la Inteligencia Emocional que menciona Goleman, ya que siempre saben cómo se sienten y frecuentemente pueden definir sus sentimientos en relación a la posición de su empresa y no dejan que sus sentimientos afecten a sus pensamientos, siempre se preocupan de que todo funcione correctamente aun aunque hay días que las ventas o producción en la empresa no son lo ideal pero intentan que eso no afecte a los demás y tratan de ver siempre el lado positivo.

Y cuando se sienten enojadas intentan mejorar su estado de ánimo, eso habla muy bien de las mujeres emprendedoras de Chetumal, ya que han sabido emprender un negocio y saberlo liderar para obtener ganancias.

La mayoría son empresas jóvenes, el 31% tiene menos de 5 años.

El 82% tiene un establecimiento mercantil fijo.

Se puede observar que las mujeres emprendedoras chetumaleñas tienen la actitud para poder implementar un negocio y tener éxito, pero no siempre con la inteligencia emocional se puede lograr, sino que necesitan de ciertos tipos de herramientas y habilidades para poder incrementar sus ventas y así seguir funcionando como empresa.

Pero el 80% no tiene conocimientos sobre mercadotecnia, contabilidad o finanzas y derecho. Solo el 69% sabe sobre ventas y el 43% administración general (datos recabados de la encuesta aplicada) y más de la mitad son personas que cuentan con estudios de licenciatura a posgrado.

En realidad, es importante crear un programa de innovación empresarial para las mujeres chetumaleñas que quieran mejorar sus habilidades para comercializar y producir sus productos, o más que nada, dar a conocer algunos programas para que estén a su alcance y puedan aprender o mejorar sobre cómo administrarse



adecuadamente y saber más acerca de la contabilidad, finanzas, mercadotecnia, etc. Hay algunas asociaciones que se encargan de ayudar a la mujer, pero no hay mucha información al alcance sobre eso.

Hay que resaltar que con los recursos y habilidades que ellas tienen y su inteligencia emocional han podido llegar hasta donde están, pero pienso que aún no han podido sacarle provecho y mejorar, como lo mencionan los autores de esta investigación que he citado, hace falta que el gobierno le de créditos a la mujer, vean que pueden hacer más. Si capacitamos a mujeres emprendedoras con cursos, pueden llegar a ser muy exitosas con su empresa y ampliar sus horizontes respectivos a las ventas.

A lo mejor Chetumal es una ciudad pequeña y no necesita de tanta publicidad su negocio para poder subsistir, pero si aplican una buena mercadotecnia, su negocio crecería, y hasta se incrementarían las exportaciones o tendríamos más ventas locales que las empresas extranjeras.

El 46% de las mujeres chetumaleñas encuestadas su empresa no cuenta con un plan de negocio.

El 50% no cuenta con un organigrama.

El 50% no cuenta con un manual de puestos y funciones

El 46% no cuenta con un manual de procedimientos.

Estos datos son para tomar en consideración, ya que en la carrera de Sistemas Comerciales aprendimos que una empresa exitosa debe tener siempre su plan de negocio y ciertos tipos de manuales para que pueda funcionar de manera correcta y organizadamente.

Se puede observar que la inteligencia emocional se encuentra en la mayoría de las mujeres empresarias, por lo cual, se aceptan las hipótesis planteadas que mencionamos anteriormente ya que en las personas que no tienen el nivel de estudio está la motivación de superarse y ser independientes. Las personas con mayor estudio lo tienen de acuerdo con los conocimientos que adquieren y el

carácter que han fomentado en su día a día, mientras que las que no tienen mucho conocimiento académico, pero con su actitud, logran salir siempre adelante y mediante la experiencia aprenden qué decisiones son las más aptas para su negocio. En pocas palabras, la Inteligencia Emocional de las mujeres Chetumaleñas tiene una relación positiva con el Emprendimiento femenino y existe relación positiva entre el nivel de estudios con el emprendimiento de la mujer.

## Referencias bibliográficas

1. Anónimo. (octubre 3, 2017). *Aumenta el emprendimiento femenino en México*. julio 15, 2018, de Líderes Mexicanos Sitio web: <https://lideresmexicanos.com/noticias/aumenta-el-emprendimiento-femenino-en-mexico/>
2. Anónimo. (2018). Importancia de la Inteligencia Emocional. marzo 14, 2019, de Te comprendemos IEA Sitio web: <http://tecomprendemosiea.blogspot.com/2018/01/importancia-de-la-inteligencia-emocional.html>
3. Anonimo. (2012). Inteligencia emocional para emprendedores. marzo 14, 2019, de Entrepreneur Sitio web: <https://www.entrepreneur.com/article/265349>
4. Acebedo Afanador, M. J., & Velasco Abril, M. EMPRENDIMIENTO SOCIAL FEMENINO: PROLEGÓMENOS CONCEPTUALES Y ESTUDIO DE CASOS.
5. Aguilar, A. (2013). La importancia de la inteligencia emocional. mayo 08, 2018, de La mente es maravillosa Sitio web: <https://lamenteesmaravillosa.com/la-importancia-de-la-inteligencia-emocional/>
6. Alcaráz, R. (2011). *El Emprendedor de éxito*. México: McGraw-Hill. (P.6-7)
7. Castelazo, A. (2014). Los obstáculos de las mujeres emprendedoras en México. noviembre 11, 2017, de Códigospagueti.com Sitio web: <https://codigospagueti.com/innovacion/estos-son-los-obstaculos-de-las-mujeres-emprendedoras-en-mexico/>
8. Castillo, I. E., & Ávila, R. M. L. (2016). Descripción de las características psicosociales de los líderes en empresas jóvenes de la región de Cd. Cuauhtémoc, Chih., Méx. *CULCyT*, (59).
9. Celis, F. (2015). Es necesario el empoderamiento de la mujer: Angélica Fuentes. Enero 23, 2018, de El financiero Sitio web: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/es-necesario-el-empoderamiento-de-la-mujer-angelica-fuentes.html>

10. Durán, E., & Arias, D. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. Diciembre 22, 2017, de Portal de Revistas Académicas Sitio web: <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/gestedu/article/view/25490/27788>
11. Durán-Aponte, E., & Arias-Gómez, D. Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Gestión de la educación*, 6(2), 83-102.
12. Enciclopedia de Características (2017). "Inteligencia Emocional". Recuperado de: <https://www.caracteristicas.co/inteligencia-emocional/>
13. Escobar, S. (2015). 4 enfoques clave para emprender. Agosto 28, 2016, de Entrepreneur Sitio web: <https://www.entrepreneur.com/article/268867> (9)
14. Esparza, R. M. M., & Rojas, L. R. ROL DE LA MUJER EN LA EMPRESA FAMILIAR MEXICANA.
15. Fernández, F. R., & Gil, M. I. S. (2007). Condicionantes sociales a la iniciativa emprendedora femenina: El caso de la pesca en la Albufera de Valencia. In // *Congreso de Economía Feminista: Hacia una economía de vida* (pp. 1-24).
16. Goleman, D. (2012). *Inteligencia emocional*. Editorial Kairós.
17. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill Educación.
18. Hernández Pulgar, B. E., Romero Villasmil, F. J., & Márquez Macea, J. C. (2014, January). LIDERAZGO FEMENINO ¿INICIO O FIN DEL CONFLICTO PARA LA GERENCIA? PERSPECTIVA POSMODERNA//DID YOU START OR FEMALE LEADERSHIP END OF CONFLICT MANAGEMENT FOR? POSMODERN PERSPECTIVE. In *Forum Humanes* (Vol. 3, No. 1, pp. 32-44).
19. Hurtado, J.. (2000). Metodología de la Investigación Holística. Caracas: Fundación Sypal.
20. Jerez, M. L. Las claves del liderazgo emocional.
21. Jordan Aguirre, J. F. (2016). Capacidad emprendedora desde la perspectiva de género.

22. Limones, M. (marzo 8, 2018). *Mujeres emprendedoras mexicanas que cambian el mundo*. marzo 15, 2019, de Universidad Intercontinental Sitio web: <https://www.uic.mx/mujeres-emprendedoras-mexicanas-cambian-mundo/>
23. López Tocón, S. (2014). Un líder resonante.
24. Madrigal, B. (2009). *Habilidades directivas*. México, D. F.: McGRAW-HILL. pp.36-37
25. Moreno, H. & Espíritu, R. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. *Portes*, 4, 24.
26. Pacheco, C. (s/f). Enfoque Emprendedor. diciembre 22, 2017, de Corp. Emprender Sitio web: <http://blog.eduglobalintegral.com/2013/08/enfoque-emprendedor.html>
27. Pérez-Cerezo, J., & Chinchilla, N. (2007). LAS MUJERES EMPRESARIAS EN LA CHINA DEL SIGLO XXI ¿UN ESTILO DIFERENTE DE LIDERAZGO O SIMPLEMENTE MUJERES?
28. Rebollo Catalán, M. Á., Rodríguez Díaz, R., & Jiménez Cortés, R. (2016). Gestión y liderazgo empresarial con perspectiva de género: voces y experiencias. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, 11, 329-350.
29. Romero, E. (2016). Emprendedores: datos, características, enfoques. diciembre 24, 2017, de Esteban Romero Sitio web: <http://estebanromero.com/2016/09/emprendedores-datos-caracteristicas-enfoques/>
30. s/a. (s/f). ¿Qué es Emprendedurismo? febrero 24, 2018, de Todo Marketing Sitio web: <http://www.todomktblog.com/2014/01/emprendedurismo.html> [16]
31. s/a. (s/f). Emprendedurismo. diciembre 23, 2017, de Ser Emprendedor Sitio web: <https://seremprendedor.es.tl/Conceptos-de-emprendedurismo.htm>[18]

32. Torres Achury, W. G. (2018). Desarrollo de Prototipo Web de Sistema de Información para la Industria de Network Marketing como Estrategia en Reducir la Deserción y Ampliar la Línea de Asociados.
33. Velasco y Ramírez, J. M. F. (2013). Representaciones conceptuales de los atributos del liderazgo y de inteligencia emocional en la significación de un líder ideal para el siglo XXI en un contexto organizacional.
34. Vidal, A., Karen, K., Rioja, M., & Elena, Y. (2016). *Perfil que define al prospecto ideal para el negocio multinivel: caso Oriflame*.
35. Whetten, D., & Cameron, K. (2005). *DESARROLLO DE HABILIDADES DIRECTIVAS*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
36. Whetten, D. & Cameron, K. (2011). *Desarrollo de habilidades directivas*. México: Pearson Educación.

## ANEXO

### G20

El Grupo de los 20 (numerónimo: G-20) es un foro de 19 países, más la Unión Europea, donde se reúnen regularmente, desde 1999, jefes de Estado (o Gobierno), gobernadores de bancos centrales y ministros de finanzas. Está constituido por siete de los países más industrializados —Alemania, Canadá, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón y Reino Unido— (G-7), más Rusia (G-8) y Australia, más diez países recientemente industrializados de todas las regiones del mundo, y la Unión Europea como bloque económico. Además, cada año participan como invitados España, el país que ocupa la presidencia de la ASEAN, dos países africanos (el que preside la Unión Africana y un representante de la Nueva Alianza para el Desarrollo de África) y un país (a veces más de uno) invitado por la presidencia, por lo general de su propia región. Además, participan 12 organizaciones internacionales socias.1234

## Cuestionario Mujeres Emprendedoras y Empresarias

Número de cuestionario	
Clave del encuestador	
Fecha	

**Le agradecemos su participación al responder este cuestionario, que forma parte de la investigación llevada a cabo por Profesores de la Universidad de Quintana Roo (Cuerpo Académico de Estudios Administrativos y Organizacionales) v Profesores de la Universidad Autónoma de Yucatán (Facultad de Economía).**

### I. Información General

A continuación, conteste las siguientes preguntas:

1. Edad de la directora/gerente/propietaria.	1) ___ De 18 a 28 años (2) ___ De 29 a 39 años. (3) ___ De 40 a 50 años (4) ___ De 51 a 60 años. (5) ___ Más de 60 años
2. Estado Civil	(1) ___ Soltera (2) ___ Casada (3) ___ Unión libre.
3. Tiene hijos menores de 18 años.	(1) ___ Si (2) ___ No
4. En caso de no ser soltera, ¿Cuál es la ocupación de su pareja?	(1) ___ Empleado (2) ___ Empresario (3) ___ Profesional independiente (4) ___ Desempleado (5) ___ Se dedica al hogar.
5. ¿Cuál es su puesto en el negocio?	(1) ___ Propietaria (2) ___ Socia (3) ___ Gerente (4) ___ Directora.
6. Número de años que lleva como propietaria/gerente/directora en este tipo de negocios:	___ Años
7. ¿Tiene familiares (hijos, padres, suegros, entre otros) que dependan económicamente de Usted?	(1) ___ Si (2) ___ No
8. ¿En su familia ha habido emprendedores?	(1) ___ Si (2) ___ No
9. ¿Algunos familiares participan en las operaciones diarias del negocio?	(1) ___ No (2) ___ Si
10. Además de la gestión del negocio, ¿realiza algunas otras actividades? (Puede señalarse más de una opción)	(1) ___ No (2) ___ Estudio (3) ___ Cuidado de los hijos (4) ___ Cuidado de un familiar (5) ___ Tengo un empleo (6) ___ Otro (Especifique):
11. Señale en que área tiene más experiencia la directora/gerente/propietaria (Puede señalarse más de una opción, siendo el máximo 3):	(1) ___ Ventas (2) ___ Mercadotecnia. (3) ___ Producción (4) ___ Administración general. (5) ___ Ingeniería (6) ___ Contabilidad/finanzas. (7) ___ Derecho (8) ___ Recursos humanos. (9) ___ Educación (10) ___ Otra (especificar).
12. Señale el último grado de escolaridad del director/gerente/propietario.:	(1) ___ Sin estudios (2) ___ Primaria (3) ___ Secundaria. (4) ___ Preparatoria (5) ___ Carrera técnica (6) ___ Licenciatura. (7) ___ Posgrado

### II. Identificación de la Empresa

A continuación, marque con una x (equis), o conteste las preguntas, según corresponda:

13. ¿Cuántos años lleva funcionando la empresa?	_____ Años
14. Estructura jurídica de la empresa:	(1) ___ persona física (2) ___ persona moral (si es sociedad pase a pregunta 4) (3) ___ informal
15. Régimen fiscal:	(1) ___ Pequeños (2) ___ Intermedio (3) ___ General
16. ¿Cuenta con un establecimiento mercantil (¿un sitio físico o virtual para comercializar sus productos)?	(1) ___ No (2) ___ Si

17. Señale el número de empleados:	(1) ___ Fijos (2) ___ Eventuales (3) ___ Familiares
18. Tipo de ventas:	(1) ___ Al menudeo (2) ___ Al mayoreo (3) ___ Ambas
19. Monto aproximado anual de ventas:	(1) ___ hasta 4 millones (2) ___ 4.01 a 100 millones (3) ___ 100.01 a 250 millones
20. Describa cuál es la principal actividad del negocio:	(1) ___ Sector primario. (2) ___ Sector secundario. (3) ___ Sector terciario.
21. Realiza actividades de exportación de sus productos o adquiere productos del extranjero para su venta o transformación en México.	(1) ___ No (2) ___ Si

### III. Emprendedurismo (en caso de ser propietaria)

22. ¿Qué la motivó a abrir su empresa?

No tuve otra alternativa	Perdí mi empleo	Deseo de ser independiente	Deseo de superación personal	Identifiqué una oportunidad de negocio
--------------------------	-----------------	----------------------------	------------------------------	--

23. ¿Cómo financió la apertura de la empresa?

Préstamos o donaciones de familiares y/o amigos.	Crédito con un agiotista	Crédito con instituciones bancarias	Apoyo del gobierno	Ahorros propios
--	--------------------------	-------------------------------------	--------------------	-----------------

24. ¿Cuántas horas a la semana le dedica a la empresa?

Menos de 10 horas	De 10 a 20 horas	De 21 a 39 horas	De 40 a 56 horas	Más de 56 horas
-------------------	------------------	------------------	------------------	-----------------

25. ¿Qué tanto le ha servido su actividad de empresaria para?:	1 = No me ha servido 5 = Demasiado				
Mejorar su calidad de vida	1	2	3	4	5
Aumentar su dignidad como ser humano	1	2	3	4	5
Mejorar su relación con mis familiares	1	2	3	4	5
Mejorar su relación con mi pareja	1	2	3	4	5
Desarrollarse profesionalmente	1	2	3	4	5
Incrementar sus ingresos	1	2	3	4	5
Formar un patrimonio familiar	1	2	3	4	5
Aceptación social	1	2	3	4	5

26. ¿Qué obstáculos ha enfrentado o se ha sentido limitada?:	1 = Nunca 5 = Siempre				
Entorno cultural y familiar (machismo)	1	2	3	4	5
El miedo al fracaso	1	2	3	4	5
Encontrar el balance (empresa-familia-social)	1	2	3	4	5
La falta de programas de apoyo para mujeres emprendedoras	1	2	3	4	5
La falta de financiamiento	1	2	3	4	5
La excesiva regulación para las empresas	1	2	3	4	5
La falta de acceso en organismos empresariales	1	2	3	4	5
Crisis financiera	1	2	3	4	5

27. Considera que su actividad como directora/gerente/propietaria, le ha llevado a sacrificar:	1 = Nunca 5 = Siempre				
Tiempo con los seres queridos	1	2	3	4	5
Tiempo para la vida social	1	2	3	4	5



Dinero	1	2	3	4	5
Salud	1	2	3	4	5

#### IV. Gestión

28. A continuación, marque con una x (equis) lo que corresponde a su empresa:

¿La empresa cuenta con un plan de negocios?	(1) ___ No	(2) ___ Si
¿Cuenta con organigrama?	(1) ___ No	(2) ___ Si
¿Se cuenta con un manual de puestos y funciones?	(1) ___ No	(2) ___ Si
¿Se cuenta con un manual de procedimientos?	(1) ___ No	(2) ___ Si

29. Indique el nivel de frecuencia de uso de las siguientes herramientas y prácticas contables y financieras:	1 = Nunca					5 = Siempre				
Estados financieros (balance general y estado de resultados)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Sistemas de control de inventarios	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Sistema de control de costos de producción	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Análisis de estados financieros para la toma de decisiones	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Evaluación de inversiones mediante proyección de flujos de efectivo	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

30. Indique el grado de utilización de los siguientes productos financieros en la empresa:	1 = Nunca					5 = Siempre				
Tarjeta bancaria corporativa	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Cuenta de ahorros	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Chequera	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Tarjeta de crédito	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Terminal bancaria para pagos electrónicos	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Crédito refaccionario	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Crédito hipotecario	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Crédito para capital de trabajo	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

31. Señala con una x (equis) en qué medida la empresa utiliza los siguientes medios para su publicidad:	1 = Nunca					5 = Siempre				
Folletos, volantes, carteles, entre otros.	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Página Web	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Redes sociales	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Perifoneo	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Medios de comunicación masivos (radio, televisión, periódico)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Pantallas publicitarias y/o espectaculares	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

32. Indique el comportamiento en cuanto al crecimiento en los últimos dos años (2015- 2016) de cada uno de los aspectos que se enuncian a continuación:

Concepto	Negativo o cero	Del 1 al 20%	Del 21 al 40%	Más del 40%
Utilidades				
Ventas				
Número de empleados				
Número de competidores				
Número de clientes				
Inversión de maquinaria y equipo neto				
Participación en el mercado				

33. Con qué frecuencia realiza lo siguiente:	1 = Nunca					5 = Siempre				
Cuando tomo decisiones sobre la empresa, me sustento solo en mi experiencia.	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

Cuando decido, analizo todas las alternativas de solución posibles.	1	2	3	4	5
Pospongo la decisión, el mayor tiempo posible.	1	2	3	4	5
Utilizo la información generada por la empresa para decidir.	1	2	3	4	5

#### V.-Inteligencia Emocional

34. Lea atentamente cada frase e indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas. Señale con una "X" la respuesta que más se aproxime a sus preferencias. No hay respuestas correctas o incorrectas, ni buenas o malas. No emplee mucho tiempo en cada respuesta.	1 = Nada de acuerdo 2=Algo de acuerdo 3= Bastante de acuerdo 4= Muy de acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo.				
Presto mucha atención a los sentimientos	1	2	3	4	5
Normalmente me preocupo mucho por lo que siento.	1	2	3	4	5
Normalmente dedico tiempo a pensar en mis emociones.	1	2	3	4	5
Pienso que merece la pena prestar atención a mis emociones y estado de ánimo	1	2	3	4	5
Dejo que mis sentimientos afecten a mis pensamientos.	1	2	3	4	5
Pienso en mi estado de ánimo constantemente.	1	2	3	4	5
A menudo pienso en mis sentimientos.	1	2	3	4	5
Presto mucha atención a cómo me siento.	1	2	3	4	5
Tengo claros mis sentimientos.	1	2	3	4	5
Frecuentemente puedo definir mis sentimientos.	1	2	3	4	5
Casi siempre sé cómo me siento.	1	2	3	4	5
Normalmente conozco mis sentimientos sobre las personas.	1	2	3	4	5
A menudo me doy cuenta de mis sentimientos en diferentes situaciones.	1	2	3	4	5
Siempre puedo decir cómo me siento	1	2	3	4	5
A veces puedo decir cuáles son mis emociones.	1	2	3	4	5
Puedo llegar a comprender mis sentimientos.	1	2	3	4	5
Aunque a veces me siento triste, suelo tener una visión optimista.	1	2	3	4	5
Aunque me sienta mal, procuro pensar en cosas agradables.	1	2	3	4	5
Cuando estoy triste, pienso en todos los placeres de la vida.	1	2	3	4	5
Intento tener pensamientos positivos, aunque me sienta mal.	1	2	3	4	5
Si doy demasiadas vueltas a las cosas, complicándolas, trato de calmarme.	1	2	3	4	5
Me preocupo por tener un buen estado de ánimo.	1	2	3	4	5
Tengo mucha energía cuando me siento feliz.	1	2	3	4	5
Cuando estoy enfadada intento cambiar mi estado de ánimo.	1	2	3	4	5