

Impacto de la Inteligencia Emocional en la Competitividad de PYMES Restauranteras en Chihuahua

Impact of Emotional Intelligence on the Competitiveness of Restau- rant SMEs in Chihuahua

Fecha de recepción: mayo 2024

Fecha de aceptación: diciembre 2024

**Pérez, Sosa, Claudia Guadalupe¹, González, Moreno, Sonia Esther², Codova,
González, Juan Alejandro³**

1. MISE TECHNOLOGY Paseo de las Bugambilias M1 L8 Col. Arenal. Baja California Sur, Cabo San Luca, claus.pereziosa@gmail.com 6142202387
2. Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Chihuahua, Circuito Universitario #1, Nuevo Campus Universitario, Chihuahua, Chih., México, CP 31125, sgonzalezm@uach.mx, 614 486 2001
Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Chihuahua, Circuito Universitario #1, Nuevo Campus Universitario, Chihuahua, Chih., México, CP 31125, jcordova@uach.mx, 614 191 5304

Correspondencia: Claudia Guadalupe Pérez Sosa

Teléfono: 6142202387

Correo: claus.pereziosa@gmail.com



Esta obra está bajo licencia internacional
[Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

Impacto de la Inteligencia Emocional en la Competitividad de PYMES Restaurantes en Chihuahua

Pérez, Sosa, González, Moreno ², Codova, González ³

Resumen

En el entorno empresarial contemporáneo, la competitividad se ha convertido en una piedra angular para el éxito sostenible de las pequeñas y medianas empresas (PYMES). En particular, en el sector de servicios, donde la calidad de la interacción humana y la satisfacción del cliente son cruciales, la capacidad de adaptarse, gestionar eficazmente las emociones y mantener relaciones sólidas se vuelve esencial. En este contexto, la inteligencia emocional emerge como un factor determinante para impulsar el rendimiento y la competitividad de las PYMES.

Este ensayo científico constituye una introducción a una investigación más extensa sobre el papel de la inteligencia emocional en las PYMES del sector de servicios restauranteros en Chihuahua. A través de una exploración preliminar, en este documento se comentará cómo las habilidades emocionales, como la empatía, la autoconciencia y la gestión del estrés, influyen en la eficiencia operativa, la calidad del servicio y la percepción del cliente. Además, se identificarán algunas estrategias y prácticas específicas de inteligencia emocional que pueden ser implementadas en estas empresas para mejorar su desempeño y su posición en el mercado.

Al proporcionar una comprensión más profunda de la relación entre la inteligencia emocional y el éxito empresarial en el contexto local, este estudio tiene como objetivo ofrecer recomendaciones prácticas y pertinentes para las PYMES de servicios de Chihuahua. Se espera que los hallazgos obtenidos contribuyan a fortalecer la capacidad competitiva y la resiliencia de estas empresas frente a los desafíos actuales y futuros del mercado.

Palabras clave: Inteligencia emocional, Competitividad, PYMES

Abstract

In the contemporary business environment, competitiveness has become a cornerstone for the sustainable success of small and medium-sized enterprises (SMEs). Particularly in the service sector, where the quality of human interaction and customer satisfaction are crucial, the ability to adapt, effectively manage emotions, and maintain strong relationships becomes essential. In this context, emotional intelligence emerges as a determining factor in driving the performance and competitiveness of SMEs.

This scientific essay serves as an introduction to a broader investigation into the role of emotional intelligence in SMEs in the restaurant services sector in Chihuahua. Through a preliminary exploration, this document will discuss how emotional skills such as empathy, self-awareness, and stress management influence operational efficiency, service quality, and customer perception. Additionally, specific strategies and practices of emotional intelligence that can be implemented in these enterprises to enhance their performance and market position will be identified.

By providing a deeper understanding of the relationship between emotional intelligence and business success in the local context, this study aims to offer practical and relevant recommendations for service SMEs in Chihuahua. It is anticipated that the findings obtained will contribute to strengthening the competitive capacity and resilience of these enterprises in the face of current and future market challenges.

Keywords: Minimum three, maximum five, keywords that allow the content of the article to be identified.

Impacto de la Inteligencia Emocional en la Competitividad de PYMES Restauranteras en Chihuahua

Pérez, Sosa ¹, González, Moreno, ², Codova, González ³,

Objetivos de la investigación

General

Reflexionar el impacto de la inteligencia emocional en la competitividad y el rendimiento empresarial de las PYMES del sector de servicios restauranteros en la región de Chihuahua

Específicos

1. Analizar la definición y estudios principales de la inteligencia emocional en las empresas.
2. Identificar estrategias y prácticas específicas de inteligencia emocional que puedan ser implementadas en las PYMES restauranteras de Chihuahua para mejorar su desempeño y su posición competitiva en el mercado local.

Justificación de la investigación

Cada día, tanto en el ámbito nacional como internacional, las empresas se enfrentan a la creciente demanda de integridad en un entorno empresarial caracterizado por condiciones dinámicas y variables. En aras de alcanzar la competitividad, las empresas implementan estrategias dirigidas a mejorar su posición en el mercado, incrementar la calidad de sus productos y/o servicios, y evaluar la percepción de satisfacción del cliente. Como señalan (Kotler, 2013), este enfoque estratégico es fundamental para adaptarse eficazmente a las exigencias del mercado y mantener una ventaja competitiva sostenible.

La búsqueda constante de la excelencia se manifiesta de manera destacada en las micro, pequeñas y medianas empresas (MYPIMES), las cuales poseen un papel fundamental en la economía mexicana. Según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 4.1 millones de empresas son consideradas PyMEs, representando el 95.4% del total de empresas, de las cuales 3.6 millones son pequeñas y 0.8 millones son medianas. Estas empresas contribuyen en un 52% al Producto Interno Bruto (PIB) del país. Específicamente en el sector restaurantero, los datos del Censo Económico 2019 (INEGI, 2019), reportaron un total de 581,530 unidades económicas en Servicios de Preparación de Alimentos y Bebidas Alcohólicas y no Alcohólicas, destacando Estado de México (67,756), Ciudad de México (53,884) y Jalisco (40,483). En el

Impacto de la Inteligencia Emocional en la Competitividad de PYMES Restauranteras en Chihuahua

Pérez, Sosa ¹, González, Moreno, ², Codova, González ³,

caso específico de Chihuahua, se registraron 11,384 unidades económicas en este sector.

Estas empresas que pertenecen al sector de servicios restauranteros no solo contribuyen significativamente al desarrollo económico del país, sino que también desempeñan un papel crucial como generadoras de empleo, siendo fuentes vitales de oportunidades laborales en comunidades locales. Según los datos proporcionados por el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) en su publicación de noviembre de 2023, se identificaron un total de 620,234 empresas con una plantilla laboral de 0 a 10 empleados, lo que representa un aumento de 533 empresas con respecto al período anterior. Durante el mismo lapso, se contabilizaron 20,249 empresas con una fuerza laboral de 11 a 50 empleados, lo que equivale a un incremento de 542 empresas en comparación con el período previo (INEGI, 2023).

Dado que las MYPIMES suelen ser responsables directas de la atención al cliente debido a su reducido número de empleados, es fundamental que cuenten con una sólida inteligencia emocional como parte integral de su estrategia de crecimiento (Carmona-Fuentes et al., 2015). En este contexto, resulta crucial entender cómo la inteligencia emocional puede impactar en la competitividad y el éxito de las MYPIMES del sector restaurantero en Chihuahua, así como en la identificación de estrategias efectivas que les permitan adaptarse y prosperar en un entorno empresarial en constante cambio.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad empresarial, la ascendente complejidad del mercado demanda habilidades más allá de las técnicas para prosperar y liderar. En particular, en los sectores centrados en servicios, la mera competencia técnica ya no asegura el éxito en un entorno donde las exigencias son aún mayores. Esta realidad ha llevado a un reconocimiento creciente de la importancia de la Inteligencia Emocional como un recurso vital para mantener la ventaja competitiva y lograr el éxito sostenible (Goleman, 1999). Según Gardner (1983), la inteligencia se define como la capacidad para resolver problemas o crear productos valiosos en diferentes contextos culturales. Esta definición implica la posibilidad

Impacto de la Inteligencia Emocional en la Competitividad de PYMES Restaurantes en Chihuahua

Pérez, Sosa ¹, González, Moreno, ², Codova, González ³,

de desarrollo de estas habilidades, destacando la influencia del entorno y las experiencias de vida en dicho proceso.

Autores de renombre como Daniel Goleman y Cherniss han contribuido de manera significativa a la comprensión de la inteligencia emocional y su impacto en el ámbito empresarial. Goleman, en su obra *Inteligencia Emocional*, la describe como la habilidad para reconocer y manejar tanto las propias emociones como las de los demás, enfatizando su relevancia en las interacciones laborales y en la toma de decisiones. Goleman y Cherniss (2013) por su parte, en "*Inteligencia emocional en el Trabajo*", examinan cómo estas habilidades emocionales, como la empatía y la autoconciencia, pueden influir en el desempeño laboral y en la satisfacción del cliente, resaltando la necesidad de gestionar efectivamente las emociones para promover un ambiente laboral productivo.

La investigación existente sugiere que las organizaciones que fomentan la inteligencia emocional entre sus empleados suelen ser más exitosas y eficientes. Y es que, de acuerdo con Batista y otros autores (Batista et al., 2022), la inteligencia emocional se convierte en un componente fundamental, especialmente en entornos laborales de alta demanda, como el sector restaurantero. En estas condiciones, que suelen caracterizarse por horarios irregulares y la interacción con una diversidad de personas, la capacidad para reconocer, regular y comprender las propias emociones, así como las de los demás, se vuelve esencial para hacer frente y adaptarse eficazmente a las diversas situaciones que puedan surgir.

A través de un análisis detallado de la literatura proporcionada por autores como Goleman y Cherniss, así como de investigaciones previas en el campo, se buscó comprender cómo las habilidades emocionales pueden afectar la eficacia empresarial en este contexto específico y cómo la inteligencia emocional influye en la competitividad y el rendimiento de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en el sector restaurantero de la región de Chihuahua.

II. CRITERIOS METODOLÓGICOS

Impacto de la Inteligencia Emocional en la Competitividad de PYMES Restauranteras en Chihuahua

Pérez, Sosa ¹, González, Moreno, ², Codova, González ³,

En este ensayo, la metodología adoptada consistió en una revisión básica de la literatura disponible en diversas bases de datos científicas y en artículos científicos relevantes. Además, se recurrió a bases de datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) que contienen información pertinente para el análisis. Esta metodología se alinea con la naturaleza cualitativa de la investigación, que busca comprender y analizar el fenómeno de la inteligencia emocional en el contexto de las PYMES del sector de servicios restauranteros en Chihuahua.

En cuanto al tipo de investigación, se trata de un estudio descriptivo que busca identificar y comprender las relaciones entre la inteligencia emocional y el desempeño empresarial en este sector específico. El modo de investigación adoptado fue principalmente bibliográfico y documental, centrado en la recopilación y análisis de información relevante de fuentes secundarias.

El método utilizado fue el análisis teórico deductivo, que consistió en la revisión crítica y sistemática de la literatura existente sobre el tema. Se emplearon técnicas de búsqueda avanzada en las bases de datos seleccionadas, así como criterios de selección específicos para identificar los estudios más relevantes y pertinentes para el ensayo.

En cuanto al diseño de la investigación, fue transversal porque se realizó por única ocasión el estudio. Es importante destacar que este ensayo transversal es claro en términos de alcance y profundidad. Se realizó a una revisión de literatura preliminar y no incluye la recolección ni el análisis de datos primarios. Por lo tanto, sus conclusiones y recomendaciones se basan en la evidencia disponible hasta el momento y pueden ser objeto de una investigación más amplia y detallada en el futuro.

III. DISCUSIÓN Y RESULTADOS

Deben presentarse los resultados de la investigación, los cuales se pueden

Impacto de la Inteligencia Emocional en la Competitividad de PYMES Restauranteras en Chihuahua

Pérez, Sosa ¹, González, Moreno, ², Codova, González ³,

A inicios del siglo XX se introdujo una modificación en el concepto tradicional de inteligencia, sumándole importancia sin la intención de modificar su esquema. El término de inteligencia emocional (IE) fue entonces usado en la década de los 90 por Peter Salovey, para descubrir las cualidades emocionales que tenían importancia para el éxito. Cali y otros autores (Cali et al., 2015) definieron a su vez la IE como un conjunto de habilidades personales, emocionales y sociales que determinan la capacidad de alcanzar el éxito al afrontar las demandas y presiones de un entorno. Por otro lado, Araujo y Leal (2007) consideraron la inteligencia emocional como una habilidad que implica la capacidad para comprender y regular los propios sentimientos, interpretar y responder a las emociones de los demás, experimentar satisfacción y lograr eficacia en todas las actividades realizadas, así como desarrollar hábitos mentales que promuevan la productividad y el rendimiento laboral.

Bar-On (1997) propuso un modelo temprano de inteligencia emocional, seguido por la elaboración de variaciones de la teoría por parte de otros teóricos en años más recientes. Por ejemplo, Weisinger (1998) abogó por la creación de organizaciones emocionalmente inteligentes mediante el desarrollo de competencias como la gestión emocional, las habilidades interpersonales y la capacidad para brindar apoyo a los demás. Sin embargo, fue Daniel Goleman, investigador y periodista del New York Times, quien amplió el alcance del tema a nivel global con sus obras, *La Inteligencia Emocional* (1995) y *La Inteligencia Emocional en la empresa* (1999).

Es así como Daniel Goleman se considera pilar en el estudio de este tema, aportando una definición esclarecedora de este concepto. Según este autor, la inteligencia emocional es una habilidad fundamental que abarca la capacidad de reconocer y comprender tanto las propias emociones como las de los demás. Además, implica la capacidad de motivarse a sí mismo y de gestionar de manera efectiva las relaciones interpersonales, tanto en el ámbito personal como en el profesional. En este sentido, el autor destaca la importancia de desarrollar la Inteligencia Emocional para alcanzar el éxito en diversas áreas de la vida, incluido el entorno laboral.

Impacto de la Inteligencia Emocional en la Competitividad de PYMES Restauranteras en Chihuahua

Pérez, Sosa ¹, González, Moreno, ², Codova, González ³,

El enfoque de Goleman sobre la inteligencia emocional se centra en cuatro pilares fundamentales que son clave para el desarrollo óptimo en e

l ámbito laboral. En primer lugar, destaca la importancia de la percepción emocional, la cual actúa como guía para la toma de decisiones y determina las acciones que tomamos en cada momento. Esta capacidad para reconocer y comprender nuestras propias emociones y las de los demás, es fundamental para mantener una comunicación efectiva y construir relaciones sólidas en el entorno laboral.

Además, el autor enfatiza la autorregulación emocional como una habilidad crucial que implica la capacidad de mantener el enfoque en los objetivos y gestionar las emociones de manera constructiva para alcanzarlos. Esta capacidad requiere confianza en uno mismo, disciplina y determinación para superar los obstáculos que puedan surgir en el camino hacia el logro de metas profesionales. La empatía, otro pilar esencial de la inteligencia emocional implica la capacidad de comprender las necesidades, preocupaciones y sentimientos de los demás, incluso sin que estos se expresen verbalmente.

Por último, destaca la competencia social como una habilidad fundamental para el éxito en el entorno laboral. Esta capacidad implica la capacidad de relacionarse eficazmente con los demás, gestionar las emociones en las interacciones sociales y trabajar de manera colaborativa para alcanzar objetivos comunes. En resumen, la inteligencia emocional, tal como la concibe Goleman, juega un papel crucial en el éxito y la competitividad en el ámbito laboral, siendo fundamental para construir relaciones sólidas, mantener la motivación y gestionar eficazmente las emociones en el lugar de trabajo.

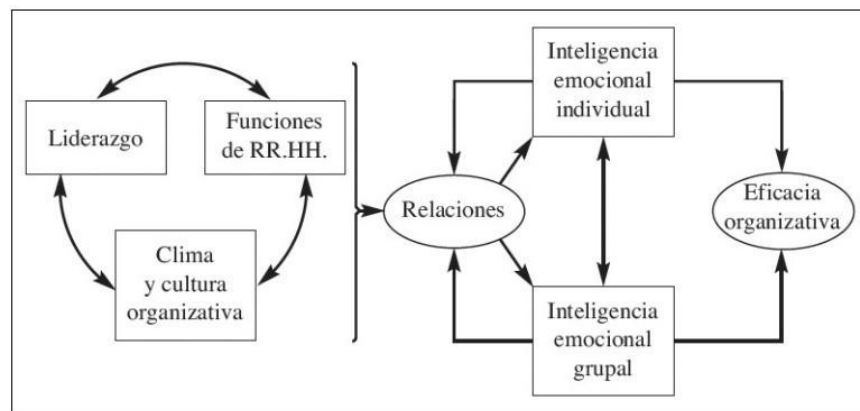
La figura presentada a continuación ilustra la relevancia de la inteligencia emocional en el contexto organizacional, con un enfoque específico en las pequeñas y medianas empresas (PYMES). Estas entidades representan un tipo particular de organización caracterizada por la interacción entre el personal en el desarrollo de actividades y la consecución de objetivos empresariales. El esquema presentado se fundamenta en la investigación realizada por Goleman y Cherniss (2013) en su obra titulada inteligencia emocional en el trabajo.

Impacto de la Inteligencia Emocional en la Competitividad de PYMES Restauranteras en Chihuahua

Pérez, Sosa ¹, González, Moreno, ², Codova, González ³,

El libro, es una obra fundamental que aborda la aplicación de la inteligencia emocional en el contexto laboral en el que el autor ofrece un enfoque detallado sobre cómo las habilidades emocionales impactan en el rendimiento laboral, la satisfacción en el trabajo y el bienestar organizacional.

Figura 1. Modelo de la inteligencia emocional y la eficacia organizativa



Fuente: (Libro Inteligencia Emocional en el Trabajo s.f.

La Figura 1 presenta un esquema que ilustra la interdependencia entre tres elementos cruciales en el ámbito organizacional: el liderazgo, las funciones de recursos humanos y el clima y cultura organizativa. Esta representación gráfica resalta la influencia significativa que estos factores ejercen sobre la Inteligencia Emocional de los trabajadores en el entorno laboral. Como se mencionó con anterioridad, este modelo se basa en los hallazgos y teorías expuestos por los autores donde además se examina en detalle cómo estas variables organizacionales afectan el desarrollo y la manifestación de la inteligencia emocional en los empleados. (Goleman, 2001)

Estudios previos han investigado la estrecha relación entre la inteligencia emocional y la competitividad en el ámbito laboral, particularmente en el sector de servicios, como lo demuestra la investigación realizada por Leal (2023). Su estudio tuvo como objetivo establecer la conexión entre la inteligencia emocional y el compromiso laboral en

Impacto de la Inteligencia Emocional en la Competitividad de PYMES Restaurantes en Chihuahua

Pérez, Sosa ¹, González, Moreno, ², Codova, González ³,

empleados de micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) en Ecuador. Este estudio empleó un diseño correlacional no experimental, con una muestra de 300 individuos y utilizó un cuestionario como instrumento, así como la técnica de encuesta. Los resultados revelaron una correlación directamente proporcional significativa de 0.730 entre estas variables.

Asimismo, Monroy (2021) se propuso evaluar la calidad del servicio y el grado de satisfacción del cliente en 49 restaurantes ubicados en el destino turístico de Todos Santos, México. Este estudio también adoptó un diseño correlacional no experimental, con una muestra de 162 comensales y utilizó un cuestionario como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de encuesta. Los resultados indicaron una correlación fuerte de 0.700 entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en este contexto específico.

Por otro lado, Monroy y Urcádiz (2019) dirigieron su investigación hacia la incidencia de la calidad del servicio en la satisfacción del consumidor en restaurantes ubicados en el destino turístico de La Paz, México. Su estudio, que también adoptó un diseño correlacional no experimental, contó con una muestra de 207 comensales y utilizó un cuestionario como instrumento de recolección de datos, mediante la técnica de encuesta. Los resultados revelaron una correlación positiva significativa de 0.714 entre estas variables.

Estos estudios demuestran la importancia de la inteligencia emocional en el contexto laboral, especialmente en el sector restaurantero, donde la calidad del servicio y la satisfacción del cliente son aspectos fundamentales para la competitividad de los establecimientos. Si bien estos son solo algunos ejemplos relevantes, existen numerosas investigaciones adicionales que respaldan esta estrecha relación entre la inteligencia emocional y el desempeño laboral en la industria de servicios. En conjunto, estos hallazgos subrayan la necesidad de promover el desarrollo de la inteligencia emocional entre los empleados de restaurantes como una estrategia clave para mejorar la calidad del servicio, fortalecer la satisfacción del cliente y, en última instancia, impulsar la competitividad del sector.

Impacto de la Inteligencia Emocional en la Competitividad de PYMES Restaurantes en Chihuahua

Pérez, Sosa ¹, González, Moreno, ², Codova, González ³,

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.- Importancia de las pymes en la economía de México: Las Pequeñas y Medianas empresas del sector restaurantero, representa el 52% del Producto Interno Bruto, son importantes para la economía de México.

La Asociación Mexicana de Restaurantes, A.C. (AMR) desde 1948 fecha de su fundación, ha sido considerada por las autoridades gubernamentales, los organismos del sector empresarial, los organismos laborales, la industria y el comercio como porta voz de la Restaurantería del país, no se considera por el número de establecimientos agrupados, sino por el monto de las operaciones de sus socios, la calidad, integridad profesional y prestigio de los mismos.

Parte de la ventaja que las pymes del sector servicio pueden adquirir, tomando en cuenta la Inteligencia Emocional en sus empleados, es la resolución de conflictos y mantener un clima laboral sano. Un sector donde el trabajo en equipo es esencial, contar con empleados emocionalmente inteligentes fomenta una comunicación abierta y asertiva, aumenta la colaboración y mejora el ambiente laboral. Todo esto no solo aumenta la satisfacción laboral del empleado, sino que también un mejor servicio al cliente.

Según INEGI (2024) cuantifica en su portal Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) a 2269 establecimientos de servicios de preparación de alimentos y bebidas, el tamaño de establecimientos de 6 a máximo 100 personas, las cuales se consideran como pymes en el Estado de Chihuahua y en la capital de Chihuahua, Chihuahua 832 establecimientos.

En cuanto al sector económico en el municipio de Chihuahua ocupa el segundo lugar, aportando el 35% del total en el estado, se considera un estado diversificado mediano y existe un balance en las actividades económicas. Los sectores de comercios son de mayor peso, así como los servicios relacionados con la industria.

Impacto de la Inteligencia Emocional en la Competitividad de PYMES Restauranteras en Chihuahua

Pérez, Sosa ¹, González, Moreno, ², Codova, González ³,

2. Desarrollo de la conciencia emocional: Se sugiere prácticas para aumentar la capacidad de reconocer y comprender las propias emociones, así como las emociones de los demás.

3. Gestión emocional: Proporciona técnicas para regular y manejar con eficacia las emociones, especialmente en situaciones estresantes o conflictivas.

4. Fomento de la empatía: Destaca la importancia de la empatía en las relaciones laborales y ofrece métodos para desarrollar una comprensión más profunda de las necesidades y sentimientos de los demás.

5. Mejora de las habilidades sociales: Los autores ofrecen consejos para fortalecer las habilidades de comunicación, trabajo en equipo y liderazgo, fundamentales para el éxito en el entorno laboral.

6. Creación de un clima organizacional favorable: Propone estrategias para promover un ambiente de trabajo positivo y de apoyo, que fomente el bienestar emocional y la productividad de los empleados.

En última instancia, este ensayo preliminar sirve como punto de partida para una investigación más amplia y detallada sobre el papel de la inteligencia emocional en las PYMES del sector de servicios restauranteros. Se recomienda que futuros estudios incluyan la recolección y análisis de datos primarios para validar y profundizar en las conclusiones obtenidas hasta el momento. Además, se alienta a los restauranteros a implementar las estrategias propuestas por los autores mencionados como parte de sus prácticas de gestión para mejorar su desempeño y competitividad en el mercado.

Impacto de la Inteligencia Emocional en la Competitividad de PYMES Restaurantes en Chihuahua

Pérez, Sosa ¹, González, Moreno, ², Codova, González ³,

Referencias

Araujo, M.C. y Leal-Guerra, M. (2007). "Inteligencia emocional y desempeño laboral en las instituciones de educación superior públicas". Revista CICAG, Venezuela. Volumen 4 - Edición 2

Bar-On, R. The emotional Quotient Inventory (EQ-i). A test of emotional intelligence. Paper presented at the 105th Annual Convention of the American Psychological Association, Chicago, August 1997.

Batista, J., Gondim, S. y Magalhaes, M. (2022). Relationship between emotional intelligence, congruence, and intrinsic job satisfaction. Human and Social Management 23(2), 1-25. <https://www.scielo.br/j/ram/a/CbzXLX8VgzPPBqZ5Crx5WxL/?lang=en>

Cali, A., Fierro, I., y Sempétegui, C. (2015). La inteligencia emocional como elemento estratégico en la empresa. Ciencia UNEMI, 120-121.

Carmona-Fuentes, P., Vargas-Hernández, J. G., y Rosas-Reyes, E. R. (2015). Influencia de la inteligencia emocional en el desempeño laboral. Sapienza Organizacional, 2(3), 53–68.

Gardner, H. (1983). Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences. Basic Books.

Goleman, D. (1999). La inteligencia emocional en la empresa. Editorial Vergara.

Goleman, D., y Cherniss, C. (2013). Inteligencia Emocional en el Trabajo. Editorial Kairós, SA.

INEGI. (2019). Censos Económicos 2019. Subsistema de Información Económica. <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/#Tabulados>

INEGI. (2023). Economía y Sectores Productivos. DENUÉ. <https://www.inegi.org.mx/temas/directorio/>

Kotler, P., y Armstrong, G. (2013). Fundamentos de Marketing (P. De la Vega (ed.); 11th ed.). Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Leal, M. (2023). Inteligencia Emocional y Compromiso laboral en las MiPymes de Ecuador. Ciencias Administrativas 1(21), 1-15.

Impacto de la Inteligencia Emocional en la Competitividad de PYMES Restaurantes en Chihuahua

Pérez, Sosa ¹, González, Moreno, ², Codova, González ³,

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2314-37382023000100008&lang=es

Monroy, M. (2021). Calidad del servicio en restaurantes de Todos Santos (México) por concepto de género. *Revista Universidad & Empresa*, 23(40), 1-30.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-46392021000100003&lang=es

Monroy, M. y Urcádiz, F. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Investigación Administrativa*, 48(123), 1-21.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000100006

Weisinger, H. *La inteligencia emocional en el trabajo*. Editor, S.A. Javier Vergara Argentina. 1998. 224 p.