



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Administración de Empresas

**Análisis de los factores de inteligencia emocional e intención
emprendedora de los estudiantes universitarios de cuarto a octavo
ciclo de la carrera de Administración de Empresas en la
Universidad Nacional de Loja.**

**Trabajo de Titulación previo a la
obtención del título de Ingeniera en
Administración de Empresas**

AUTOR:

Natali Jhomayra Alvarez Paccha

DIRECTOR:

Ing. Edison Oswaldo Toapanta Mendoza.

Loja – Ecuador
2023

Certificación

Loja, 8 de noviembre del 2023

Ing. Edison Oswaldo Toapanta Mendoza

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **“Análisis de los factores de inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios de cuarto a octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja“**, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas, de la autoría de la estudiante **Natali Jhomayra Alvarez Paccha**, con cédula de identidad Nro. **1150865317**, una vez que el trabajo cumple todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Edison Oswaldo Toapanta Mendoza.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Autoría

Yo **Natali Jhomayra Alvarez Paccha**, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de identidad: 1150865317

Fecha: 8 de noviembre del 2023

Correo: natali.alvarez@unl.edu.ec

Teléfono o celular: 081713369

Carta de Autorización por parte del autor, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación.

Yo, **Natali Jhomayra Alvarez Paccha**, declaro ser autor del Trabajo de Titulación denominado: **"Análisis de los factores de inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios de cuarto a octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja**, como requisito para optar el título de: **Ingeniería en Administración de Empresas**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los ocho días del mes de noviembre del dos mil veintitrés.

Firma:

Cédula de identidad: 1150865317

Fecha: 8 de noviembre del 2023

Correo: natali.alvarez@unl.edu.ec

Dirección: Zamora Huayco

Teléfono o celular: 081713369

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora del Trabajo de Titulación: Ing. Edison Oswaldo Toapanta Mendoza

Dedicatoria

Dedico el presente Trabajo de Titulación principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres Luis Alvarez e Isabel Paccha, por ser mi principal motivación y pilares fundamentales en mi formación en valores y costumbre, modelos de perseverancia, trabajo duro y amor incondicional, quienes siempre estuvieron dispuestos a brindar su apoyo en todas las metas que me he propuesto hasta lograr culminarlas con éxito.

A mis hermanos, amigos y docentes que supieron apoyarme durante mi trayectoria estudiantil con sus consejos, enseñanzas y palabras de aliento que me impulsaron a seguir adelante.

Natali Jhomayra Alvarez Paccha

Agradecimiento

Agradezco de manera especial a Dios y mis padres que siempre me han brindado su apoyo incondicional para poder cumplir todos mis objetivos personales y académicos. Ellos son los que con su cariño me han impulsado siempre a perseguir mis metas y nunca abandonarlas frente a las adversidades.

A la Universidad Nacional de Loja, la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, la Carrera de Administración de Empresas y a los docentes quienes han sido parte de mi vida estudiantil, a todos ellos les quiero agradecer por transmitirme los conocimientos necesarios para hoy poder estar aquí.

Mi gratitud al Ing. Edison Oswaldo Toapanta Mendoza, director de mi Trabajo de Titulación, por su grandiosa asesoría, apoyo, orientación y sobre todo paciencia para poder presentar un excelente trabajo de investigación.

Natali Jhomayra Alvarez Paccha

Índice de Contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de Autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos	vii
Índice de Figuras	ix
Índice de Tablas	x
Índice de Anexos.....	xii
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1 Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	6
4.1 Marco Referencial. Antecedentes de Investigación	6
4.1.1 La Inteligencia.....	7
4.1.2 La Inteligencia Emocional	10
4.1.3 Emprendimiento.....	23
4.1.4 Intención Emprendedora	31
4.2. MarcoConceptual.....	32
5. Metodología	35
5.1. Tipo de Investigación	35
5.2. Métodos de Investigación	35
5.3. Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	35
5.4. Población	37
5.5. Procedimiento	38
6. Resultados	43
7. Discusión	91
8. Conclusiones	99
9. Recomendaciones	100

10. Bibliografia.....	101
11. Anexos.....	106

Índice de Figuras

Figura 1. Enfoque sistemático de los 15 subcomponentes de la inteligencia emocional y social del I-CE de Bar-On	19
Figura 2. Enfoque topográfico de los 15 factores de la inteligencia emocional y social del I-CE de Bar-On	22
Figura 3. Características sociodemográficas de los estudiantes, segmentadas por género (edad)	45
Figura 4. Características sociodemográficas de los estudiantes segmentada por género (estado civil)	48
Figura 5. Monto de ingresos mensuales de los estudiantes.....	50
Figura 6. Nivel de estudios académicos de los padres de los estudiantes.....	53
Figura 7. Ocupación de los padres de los estudiantes	57
Figura 8. Nivel de influencia personal en la intención de crear una empresa.....	60
Figura 9. Normas sociales de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	63
Figura 10. Características emprendedoras de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	65
Figura 11. Creencias de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	67
Figura 12. Actitud de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	69
Figura 13. Oportunidades y Recursos de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	71
Figura 14. Creatividad e innovación de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	73
Figura 15. Confianza en sí mismo y sus capacidades, por parte de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género.....	75
Figura 16. Perseverancia de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	77
Figura 17. Capacidad para manejar problemas, por parte de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	79
Figura 18. Aceptación del riesgo de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	81
Figura 19. Atención emocional de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	84
Figura 20. Claridad emocional de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	86
Figura 21. Reparación emocional de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	89

Índice de Tablas

Tabla 1. Modelo de habilidades de Mayer y Salovey (1997).....	14
Tabla 2 Iabla de puntuaciones para la interpretación del coeficiente alfa de Cronbach	37
Tabla 3. Confiabilidad de la variable de intención emprendedora.....	37
Tabla 4. Confiabilidad de la variable de intención emprendedora.....	37
Tabla 5. Operacionalización de la variable de intención emprendedora y la variable de inteligencia emocional.....	39
Tabla 6. Número de estudiantes de cuarto a octavo ciclo por paralelos	43
Tabla7. Puntaciones de la variable de intención emprendedora de acuerdo con cada dimensiones	43
Tabla 8. Calificaciones obtenidas de la variable de intención emprendedora de acuerdo con cada dimensión.....	43
Tabla 9. Características sociodemográficas de los estudiantes (edad).....	44
Tabla 10. Características sociodemográficas de los estudiantes (estado civil)	47
Tabla 11. Monto de ingresos mensuales de los estudiantes.	49
Tabla 12. Nivel de estudios académicos de los padres de los estudiantes	51
Tabla 13. Ocupación de los padres de los estudiantes.....	55
Tabla 14. Nivel de influencia personal en la intención de crear una empresa	60
Tabla 15. Normas sociales de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	62
Tabla 16. Características emprendedoras de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	64
Tabla 17. Creencias de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	66
Tabla 18. Actitud de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género.....	68
Tabla 19. Oportunidades y Recursos de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	70
Tabla 20. Creatividad e innovación de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	72
Tabla 21. Confianza en sí mismo y sus capacidades, por parte de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	74
Tabla 22. Perseverancia de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género.....	76
Tabla 23. Capacidad para manejar los problemas, por parte de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género	78

Tabla 24. Aceptación del riesgo de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género.	80
Tabla 25. Puntuaciones de la variable de inteligencia emocional de acuerdo con cada dimensión y por género.....	82
Tabla 26. Calificaciones obtenidas de la variable de inteligencia emocional se acuerdo a cada dimensión y por género.	83
Tabla 27. Atención emocional de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género .	83
Tabla 28. Claridad emocional de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género ..	85
Tabla 29. Reparación emocional de los estudiantes de cuarto ciclo octavo ciclo por género.	88
Tabla 30. Nivel de intención emprendedora en los estudiantes de cuarto a octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja por género.....	91
Tabla 31. Nivel de inteligencia emocional en los estudiantes de cuarto a octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja por género.....	92
Tabla 32. Puntuaciones para la interpretación del coeficiente Rho de Spearman.....	93
Tabla 33. Relación entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora.....	93

Índice de Anexos

Anexo 1. Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora	106
Anexo 2. Diseño de un perfil emprendedor de habilidades emocionales	109
Anexo 3. Proyecto de investigación.....	111
Anexo 4. Certificado de Traducción de Resumen.....	124

1. Título

Análisis de los factores de inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios de cuarto a octavo ciclo de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja.

2. Resumen

El presente trabajo de titulación titulado: “ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL E INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE CUARTO A OCTAVO CICLO DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA”, tiene como objetivo principal, definir la relación que existe entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora de los estudiantes; así mismo, evaluar el nivel de inteligencia emocional e intención emprendedora, determinar la influencia de las dimensiones de la inteligencia emocional y la intención de emprender, y plantear un perfil de fortalecimiento de habilidades emocionales para los estudiantes. El enfoque que se utilizó es el cuantitativo y cualitativo, los métodos fueron el analítico, sintético y deductivo; y, la técnica empleada fue la observación directa y la encuesta misma, que fue dirigida a 331 alumnos. Como resultado, se obtuvo que el nivel de intención emprendedora de los estudiantes tanto varones como mujeres es baja con el 1%, lo que indica que se encuentran en la etapa inicial; por otro lado, el 18% de los varones y un 14% de mujeres poseen un nivel bajo de inteligencia emocional; debido a que, no prestan atención a sus emociones. Se evidencia que sí, existe una relación entre la variable de inteligencia emocional e intención a emprender, siendo esta positiva, obteniendo un coeficiente superior a 0; lo que, indica que los estudiantes pueden controlar sus emociones y tomar mejores decisiones. Ante dichas conclusiones, se propone un plan y un perfil para mejorar los niveles de intención a emprender e inteligencia emocional de los estudiantes.

Palabras clave: Inteligencia Emocional, Intención Emprendedora, Vinculación, Habilidades emocionales.

2.1 Abstract

The main objective of this degree work entitled: “ANALYSIS OF THE FACTORS OF THE EMOTIONAL INTELLIGENCE AND ENTREPRENEURIAL INTENTION OF UNIVERSITY STUDENTS FROM THE FOURTH TO EIGHTH CYCLE OF THE BUSINESS ADMINISTRATION CAREER AT THE NATIONAL UNIVERSITY OF LOJA” is to define the relationship that exists between emotional intelligence and entrepreneurial intention of students; Likewise, evaluate the level of emotional intelligence and entrepreneurial intention, determine the influence of the dimensions of emotional intelligence and entrepreneurial intention, and propose a profile to strengthen emotional skills for students. The approach used is quantitative and qualitative, the methods were analytical, synthetic and deductive; and, the technique used was direct observation and the survey itself, which was directed to 331 students. As a result, it was obtained that the level of entrepreneurial intention of both male and female students is low at 1%, which indicates that they are in the initial stage; On the other hand, 18% of men and 14% of women have a low level of emotional intelligence; Because, they do not pay attention to their emotions. It is evident that yes, there is a relationship between the variable of emotional intelligence and intention to undertake, this being positive, obtaining a coefficient greater than 0; which indicates that students can control their emotions and make better decisions. Given these conclusions, a plan and a profile are proposed to improve the levels of entrepreneurial intention and emotional intelligence of students.

Keywords: Emotional Intelligence, Entrepreneurial Intention, Bonding, Emotional Skills.

3. Introducción

El emprendimiento es el proceso de desarrollar una idea de negocio para crear un producto o servicio que satisfaga las necesidades. En América Latina, ha tenido un impacto positivo en las economías al generar empleo, mejorar la productividad y lograr una mayor competitividad en los mercados nacionales e internacionales. La intención emprendedora es un factor clave para el éxito, siendo la inteligencia emocional la que permite generar alternativas innovadoras en el ámbito empresarial. La población ecuatoriana, un 52,65%, está motivada a iniciar un emprendimiento para marcar la diferencia, mientras que el país tiene las tasas más bajas de inversión para acumulación de riqueza o altos ingresos (36,53%).

Es por ello, que el presente estudio de investigación titulado: **“Análisis de los factores de inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios de cuarto a octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja”**, como objetivo general, se pretende definir la relación que existe entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora de los estudiantes universitarios; también, se estableció objetivos específicos tales como: evaluar el nivel de inteligencia emocional intención emprendedora; determinar la influencia de las dimensiones de la inteligencia emocional en la intención de emprender y por ultimo diseñar un perfil emprendedor de habilidades emocionales.

Los resultados de este estudio indicaron, que el nivel de intención emprendedora del 1% de los estudiantes de cuarto a octavo ciclo es bajo, lo que indica que están en la fase de desarrollo de una idea de negocio; los estudiantes, prestan poca atención a sus emociones, lo que dificulta su expresión y manejo en diferentes situaciones, como resultado, el 18 % de varones y 14 % de mujeres tienen un nivel de inteligencia emocional bajo; y, existe una influencia positiva sobre la inteligencia emocional e intención emprendedora, con un valor superior a 0, lo que significa que los estudiantes pueden controlar sus emociones para tomar decisiones sobre sus ideas de negocio.

El presente trabajo de investigación se establece de la siguiente manera: **resumen** el cual comprende de forma breve introducción, objetivos, metodología, resultados y conclusiones relevantes; **marco teórico**, se establecieron teorías y conceptos fundamentales como: inteligencia, inteligencia emocional, emprendimiento, intención emprendedora; **marco conceptual**, indica palabras relevantes del tema de indagación como: intención empresarial, inteligencia humana, energía humana, conocimiento emocional, crecimiento emocional,

crecimiento intelectual, etc. **metodología**, se estableció un enfoque de investigación cualitativo y cuantitativo; el tipo de estudio que se llevó a cabo, fue el exploratorio de carácter descriptivo y de campo, para poder describir, ordenar y analizar la información recolectada. Los métodos utilizados fueron el analítico, permitió establecer la relación que existe entre la variable de intención emprendedora e inteligencia emocional, el método sintético, ayudo a resumir la información con mayor relevancia de la investigación, y el deductivo, permitió describir las conclusiones de la investigación. La técnica, de recolección de información que se empleo fue la encuesta, para saber si existe o no relación entre las variables de inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la carrera de Administración de Empresas y la observación directa, para constar de manera real que la información obtenida sea válida y relista. La población de estudio fue todos los estudiantes de cuarto a noveno ciclo de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja; **discusión**, se establece el cumplimiento de cada objetivo; por ello, primero se evalúa el nivel de inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes de cuarto a noveno ciclo de la carrera de Administración de Empresas, seguidamente se determina la influencia de las dimensiones de la inteligencia emocional en la intención de emprender de los estudiantes de cuarto a noveno ciclo de la carrera de Administración de Empresas y por último, se diseña un perfil emprendedor de habilidades emocionales de los estudiantes universitarios de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja; **conclusiones**, son los resultados relevantes encontrados en el desarrollo de la investigación; **recomendaciones**, son sugerencias que se dan para incrementar el desarrollo de la inteligencia emocional en los estudiantes y fortalecer la intención emprendedora de los mismos **bibliografía** se establece una lista de los autores y fuentes utilizadas para el desarrollo de la investigación; y, finalmente los **anexos** se encuentran evidencias sobre el formato de encuesta aplicada de inteligencia emocional e intención emprendedora.

4. Marco Teórico

4.1 Marco Referencial. Antecedentes de Investigación

Para el apoyo y el desarrollo de la presente investigación se hizo uso de fuentes de información secundaria y, en este sentido, se tuvieron como referencia las siguientes investigaciones relacionadas con el tema de estudio:

La primera investigación fue un estudio de tipo explicativo y descriptivo realizado por Robalino et al. (2014), titulado *Iniciativas de emprendimiento de los egresados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Quito, en cumplimiento con la misión de la universidad*; esta tuvo, como objetivo general, identificar y analizar los factores que influyen en las decisiones de emprender o no de los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Quito. El estudio se aplicó a 289 egresados y graduados de la institución de Administración de Empresas, quienes llenaron una encuesta con el propósito de identificar quiénes emprendieron y quienes no, teniendo en cuenta los factores que los motivaron o desmotivaron, la salud ocupacional de estos y la importancia de la formación académica en la ejecución del emprendimiento, por lo que se pudo llegar a conocer la situación de estos negocios en la economía ecuatoriana y determinar el número de egresados que hicieron posibles sus ideas de negocio.

Por otro lado, el trabajo de Garambel (2017), titulado *Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, filiales Lima, Juliaca y Tarapoto, 2016-II*, tuvo el objetivo de comprobar la relación existente entre la percepción de habilidades emocionales y la percepción de autoeficacia emprendedora. Este trabajo presentó un carácter descriptivo y transversal, en el que la muestra se obtuvo mediante un diseño aleatorio, compuesto por 125 estudiantes universitarios pertenecientes al último curso de la titulación de Relaciones Laborales, de los cuales un 20 % eran hombres y un 80 % mujeres. Las edades estaban comprendidas entre los 18 y 64 años.

Los instrumentos utilizados englobaban todos los ítems para evaluar la inteligencia emocional y la autoeficacia emprendedora y estos procedieron de tres herramientas tradicionales. Para la inteligencia emocional, se empleó la TMMS, con 24 preguntas y el *SchutteSelf Report Inventory* (SSRI), compuesto por 29; ambos casos evaluaron el grado según la escala tipo Likert de cinco puntos, teniendo un coeficiente de fiabilidad de 0.843. Del mismo

modo, para evaluar la autoeficiencia emprendedora, se utilizó la escala *Entrepreneurial Self-Efficacy* (ESE) de Noble et al. (1999), la cual contenía 23 ítems con formato tipo Likert de cinco puntos, con un coeficiente de fiabilidad de 0.867. Los datos obtenidos en el estudio, a través del análisis de regresión lineal múltiple, revelaron que la inteligencia emocional estaba relacionada con la autoeficacia emprendedora, lo que evidenció la importancia de las dimensiones de utilización, manejo y claridad de las emociones, en la proporción de varianza explicada del autoempleo.

Por último, se tuvo en cuenta a Tarapuez (2015), quien, en su tesis doctoral titulada *Factores que influyen en las intenciones de creación de empresas de los estudiantes universitarios del departamento de Quindío en Colombia*, tuvo el objetivo de determinar los factores que influían en las intenciones de creación de empresas de los estudiantes de último semestre. Para esto, se procedió a la elaboración y a la validación de una encuesta que incluyó 46 ítems y que se aplicó a una muestra de 297 estudiantes de las siete universidades de la región. En el análisis de los datos se utilizaron los siguientes métodos: análisis de correspondencias múltiples, regresión logística, método de ordenamiento de la relevancia de los criterios y análisis factorial confirmatorio.

Los resultados muestran que los factores que más influyen en la intención empresarial son: Imagen positiva del empresario (mentalidad creativa e innovadora, 70 %) y el área de estudios (ingeniería y arquitectura, 25.6 %), el hecho de poseer amigos y familiares empresarios, tener una imagen positiva del empresario, la norma social según la cual “Es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena” y un conjunto de obstáculos relacionados con las creencias religiosas, la baja autoconfianza, no tener claro qué empresa crear ni cuándo lo podría hacer, escaso capital, falta de socios, demasiadas obligaciones académicas en la universidad e insuficiente apoyo institucional. (Moreno y Giraldo, 2017, pp. 11-12)

4.1.1 La Inteligencia

La inteligencia humana ha sido tema de diversos debates en distintas áreas de estudio y, en especial, en el área educativa, pues es en las escuelas el lugar en la que se pasa la mayor parte de las vidas y en donde se supone que se empiezan a descubrir los talentos y las destrezas con la ayuda de maestros y de diversas actividades que se han de cumplir a lo largo del camino académico. En cuanto a la inteligencia, este es un concepto que ha existido desde siempre; sin

embargo, a lo largo del tiempo, ha tenido diversas definiciones y grados de importancia; en este sentido, de acuerdo con Eraso (2018), se indicó lo siguiente:

La inteligencia humana dio los primeros pasos hace 58 millones de años, con la aparición de un pequeño mamífero dotado de un primitivo cerebro rectilíneo con 67 funciones exclusivamente instintivas, primer ancestro común de monos y humanos. De estos primates un grupo presentó mutaciones genéticas que, sumadas a la selección natural, dieron origen a una nueva especie, diferente a la de los monos: el homínido, la que además de los naturales instintos fue privilegiada con otros recursos, como el desarrollo y evolución de su cerebro e inteligencia. En las sucesivas especies se desarrolló la capacidad de la palabra articulada y se perfeccionó el lenguaje, se comenzó a emplear el pensamiento abstracto, a tener y a crear ideas, a pensar simbólicamente y, por último, lo más importante, a organizar y analizar los conocimientos mediante el pensamiento crítico. (p. 273)

La inteligencia continuó con su evolución y llegó a perfeccionar la comunicación, la educación y la salud; sin embargo, no fue hasta principios del siglo XX, que tomó verdadera importancia y empezó a estudiarse, obteniendo, según Molero et al. (1998), la siguiente sucesión histórica:

Galton (1822-1911): fue uno de los primeros investigadores dedicados a estudiar las diferencias individuales en la capacidad mental, interesándole todos aquellos factores que hacen diferente a la gente, guiado por la idea de la evolución y por el concepto de variación; Galton estaba convencido de que las diferencias individuales más importantes, entre las que incluye las morales, intelectuales y caracteriales, no son adquiridas, sino que se derivan de la herencia, es decir, son innatas. (p. 13)

Catell (1890): inventa las pruebas mentales con el objetivo de convertir a la psicología en una ciencia aplicada.

Alfred Binet (1817-1911): elaboró la primera escala de inteligencia para niños, que se aplicó en la escuela con el objetivo de localizar los deficientes mentales, para que pudieran recibir instrucción especial. De acuerdo con sus conclusiones escribió: “el órgano fundamental de la inteligencia es el juicio”, en este sentido, resalta que, el sentido común, el sentido práctico, la iniciativa, la facultad de adaptarse, juzgar bien, comprender bien y razonar correctamente, son los resortes esenciales de la inteligencia. (p. 14)

Robert Yerkes (1918): inventa las pruebas de inteligencia aplicables en grupo, conocidas como ARMY ALPHA (para reclutas alfabetizados) y ARMY BETA (para presuntos analfabetos con malos resultados en el ALPHA); con el objetivo de asignar el hombre adecuado al puesto correcto. (p. 14)

Thorndike (1920): publica un artículo titulado “La inteligencia y sus usos”, en donde se introduce el concepto social a su definición, llegando a determinar que la inteligencia se divide en tres campos; la inteligencia mecánica, que es la habilidad para manejar objetos y utensilios; la inteligencia abstracta, que se entiende como la capacidad para manejar ideas y símbolos, tales como palabras números o fórmulas y la inteligencia social, definida como la habilidad de entender y manejar hombres y mujeres. (p. 15)

Wechsler (1939): diseña la escala Wechsler-Bellevue, que evalúa los procesos intelectuales de los adolescentes y adultos, más tarde Wechsler adapta su prueba obteniendo como resultado “La escala de Inteligencia Wechsler para Niños”, sus posteriores adaptaciones incluso se usan en la actualidad. (p. 15)

Por otro lado, después de la Segunda Guerra Mundial se prestó más atención a los procesos cognitivos y, alrededor de la década del 70, emergieron propuestas estructuralistas y de procesamiento de información. En este sentido, Jean Piaget (1896-1980), creó la teoría de desarrollo intelectual, la cual se preocupa por los aspectos cualitativos de la inteligencia y por los patrones universales establecidos, como las órdenes invariantes de adquisición.

- **Definiciones de inteligencia.** De acuerdo con el libro *Psicología del desarrollo*, fue posible encontrar las siguientes definiciones de inteligencia. En primer lugar, Lewis Terman (1921) afirmó que, “la inteligencia es la capacidad para pensar de manera abstracta”; por otro lado, según David Wechsler (1944), “la inteligencia es la capacidad para actuar con un propósito concreto, pensar racionalmente y relacionarse eficazmente con el ambiente”. Asimismo, para Piaget (1952), la inteligencia es “la capacidad de mantener una constante adaptación de los esquemas del sujeto al mundo que lo rodea. Dichos esquemas son las representaciones que posee o construye el sujeto del entorno”.

Otros autores que se tuvieron en cuenta fueron Sternberg y Salter (1982) quienes mencionaron que “la inteligencia es la capacidad de adaptar el comportamiento a la consecución de un objetivo. Incluye las capacidades para beneficiarse de la experiencia, resolver problemas y razonar de modo efectivo”. Finalmente, Papalia y Wendkos-Olds (1996) aseguraron que

[...] la inteligencia es la interacción activa entre las capacidades heredadas y las experiencias ambientales, cuyo resultado capacita al individuo para adquirir, recordar y utilizar conocimientos, entender conceptos concretos y abstractos, comprender las relaciones entre los objetos, los hechos y las ideas y aplicar y utilizar todo ello con el propósito concreto de resolver los problemas de la vida cotidiana. (Papalia et al., 2009, p. 1)

4.1.2 La Inteligencia Emocional

- **Origen y desarrollo de la inteligencia emocional.**

El conocimiento que se tiene acerca de la inteligencia emocional es muy escaso, debido a que las investigaciones realizadas sobre este tema han sido sistemáticas y se limitan, únicamente, a obras sobre la inteligencia y la emoción. Como antecedentes se pudieron encontrar autores con distintos enfoques, que se describieron a continuación:

En primer lugar, Galton, en 1870, fue uno de los primeros investigadores en realizar un estudio sistemático sobre las diferencias individuales en la capacidad mental de los individuos, al emplear un desarrollo de correlación de métodos. Este autor, de forma temprana, propuso un análisis estadístico, como aplicación al fenómeno mental, sobre su implicación y sobre su uso; además, fue pionero en el empleo de cuestionarios y métodos no tradicionales (Trujillo y Rivas, 2005, p. 11).

Por otro lado, se debió tener en cuenta lo planteado por Catell en 1890, quien “desarrolló pruebas mentales con el objeto de convertir la psicología en una ciencia aplicada. Fue el primer psicoanalista en América en darle una cuantificación al estrés, a partir de su trabajo experimental” (Trujillo y Rivas, 2005, p. 11). Asimismo, fue importante tener en cuenta a Biner, dado que, en 1905, gracias a una petición del ministro francés, planteó una herramienta para estudiar la inteligencia en infantes (Trujillo y Rivas, 2005, p. 11); del mismo modo se indicó que en “1916, dicho instrumento fue modificado por Terman y en él aparece por vez primera el cociente intelectual” (Trujillo y Rivas, 2005, p. 11). Por otro lado, otros autores que se tuvieron como referencia fueron los siguientes:

En 1930, Wechsler dio a conocer dos baterías de prueba: escalas para adultos y escala para niños, las cuales hoy en día son utilizadas. Es de destacar que esta época se vio marcada por un silenciamiento teórico en el caso de la inteligencia, debido al auge del conductismo. (Trujillo y Rivas, 2005, p. 11)

A partir de 1960 se observó un debilitamiento en las posturas conductistas, y se produjo la emergencia de procesos cognitivos con el estructuralismo. Piaget, educado en la tradición del coeficiente intelectual, se opuso a dichas posturas psicométricas y del pensamiento de la información, y aunque no emprendió una crítica contra el movimiento de prueba, su punto de vista se percibe en las acciones científicas que realizó, desarrollando una visión distinta a la de la cognición humana. Según él, el principio de todo estudio del pensamiento humano debe ser la postulación de un individuo que trata de comprender el sentido del mundo. (Trujillo y Rivas, 2005, p. 11)

Otra aportación importante es la del psicólogo soviético Vygotsky, quien encontró que las pruebas de inteligencia no dan una indicación acerca de la zona de desarrollo potencial de un individuo. Desde entonces han existido diferentes reformulaciones a la ley del efecto, como las realizadas por Freud y Ribot en 1920. Freud utilizó la ley del efecto, al introducir el concepto de racionalidad como complemento del principio de satisfacción, estableciendo el “principio de la realidad”. Por su parte, Ribot hace alusión a dicho concepto en su famosa “lógica de los sentimientos”. (Trujillo y Rivas, 2005, p. 11)

Otras reformulaciones objetivas fueron las realizadas por Hull (1951) y Skinner (1974). Hull propuso un planteamiento fisiologista, y Skinner lo desarrolló sobre una base operacionista. Otro enfoque de la ley del efecto es el propuesto por Dollard y Miller desde el punto de vista cognitivo. En la misma línea está el trabajo de Galperin. (Trujillo y Rivas, 2005, p. 12)

Posteriormente, Piaget (1972) y Maslow (1973) formularon un enfoque de desarrollo dinámico del principio. A últimas fechas, el desarrollo de la neurociencia ha estimulado la aparición de modelos integradores de la ley del efecto, combinando la capacidad racional con la determinación voluntaria. Lo anterior se desenvuelve en el contexto de un nuevo paradigma, llamado IE. J.A. (Trujillo y Rivas, 2005, p. 12)

Marina (1993), experto en el área, afirma que “si bien es cierto que las ciencias cognitivas han realizado aportaciones valiosas, la labor pendiente es la elaboración de una ciencia de la inteligencia humana, la cual deberá desarrollarse holísticamente, lo que es lo mismo, no solo enfocada hacia la razón, sino también provista de emociones”. La idea de la inteligencia actual subyace en la “capacidad de adaptación” que proporciona. (Trujillo y Rivas, 2005, p. 12)

Por otro lado, Sternberg (1997, como se citó en Trujillo y Rivas, 2005) estableció que, bajo la idea de la globalización, en relación con la psicología, “la inteligencia está muy vinculada con la emoción, la memoria, la creatividad, el optimismo y en cierto sentido con la salud mental” (p. 12). Por otra parte, los autores también hicieron referencia a otros teóricos, que se expusieron a continuación:

En 1983, Gardner publicó *Frames of Mind*, donde reformula el concepto de la inteligencia a través de la teoría de las IM, bajo la cual se establece que los seres humanos poseen siete tipos de inteligencia y cada una es relativamente independiente de las otras. Estas siete inteligencias son las siguientes: inteligencia auditiva musical, inteligencia cinestésica-corporal, inteligencia visual-espacial, inteligencia verbal-lingüística, inteligencia lógico-matemática. Esta teoría introdujo dos tipos de inteligencias muy relacionadas con la inteligencia social de Thorndike: las inteligencias intrapersonal e interpersonal. Gardner, en 1954 incluyó la inteligencia naturista y en 1985 volvió a modificar su teoría de las IM, agregando un nuevo tipo, la inteligencia existencial. (Trujillo y Rivas, 2005, p. 12)

El concepto de inteligencia emocional (IE) como tal, fue propuesto por Salovey y Mayer en 1990, a partir de los lineamientos de Gardner en su teoría de las IM. Sin embargo, este concepto no es nuevo pues tiene su origen en la “ley del efecto” formulada por Thorndike en 1988, cuando propuso en su tesis doctoral un principio explicativo del aprendizaje animal. (Trujillo y Rivas, 2005, p. 12)

El concepto de inteligencia emocional (IE) nació de la necesidad de responder al interrogante: ¿por qué hay personas que se adaptan mejor que otras a diferentes situaciones de la vida diaria? Según sus autores, la IE está formada por meta habilidades que pueden ser categorizadas en cinco competencias: conocimiento de las propias emociones, capacidad para controlar emociones, capacidad de motivarse a sí mismo, reconocimiento de emociones ajenas y control de las relaciones. Es importante mencionar que, si bien el campo de IE como objeto de estudio fue desarrollado por psicólogos, existen importantes trabajos de base biológica, como los de LeDoux (1987, 2002), quien demuestra teórica y experimentalmente que la amígdala actúa como nexo entre el cerebro emocional y racional. (Trujillo y Rivas, 2005, p. 13)

Así mismo, con ayuda de tecnologías como la resonancia magnética funcional y la tomografía por emisión de positrones (TEP), han sido probadas las relaciones de la

actividad del cerebro (cerebro reptil, cerebro emocional, cerebro racional) con las emociones de la razón, aportando información sobre cómo la emoción está representada en el cerebro y proporcionando hipótesis alternativas acerca de la naturaleza de procesos emocionales. (Trujillo y Rivas, 2005, p. 13)

- **Definiciones de inteligencia emocional.**

En cuanto a las definiciones concretas de inteligencia emocional, también se tuvieron en cuenta diferentes autores que tuvieron varias posturas; en primer lugar, Peter Salovey y su colega John D. Mayer (1990, como se citó en Grewal y Salovey, 2006) brindaron el siguiente concepto:

La inteligencia emocional es un conjunto de talentos o capacidades que se organizan en cuatro dominios: capacidad para percibir las emociones de forma precisa, capacidad de aplicar las emociones para facilitar el pensamiento y el razonamiento, capacidad para comprender las emociones y capacidad para controlar las propias emociones y las de los demás. Las diferencias en estas potencialidades repercuten en el hogar, en la escuela y el trabajo, así como en las relaciones sociales. (p. 10)

Por otro lado, para Goleman (1995, como se citó en Jiménez, 2018), “es la capacidad para reconocer los sentimientos propios y los de los demás, motivarnos a nosotros mismos, para manejar acertadamente las emociones, tanto en nosotros mismos como en nuestras relaciones humanas” (p. 1). Por su parte, Robert K Cooper (1998, como se citó en Jiménez, 2018) definió a la inteligencia emocional como “la capacidad de sentir, entender y aplicar eficazmente el poder y la agudeza de las emociones como fuente de energía humana, información, conexión e influencia” (p. 1). Asimismo, Bar-On (1997, como se citó en Chamarro y Oberst, 2004), indicó que es inteligencia emocional es “un conjunto de capacidades no cognitivas, competencias y habilidades que influyen en la habilidad de cada uno para tener éxito y afrontar las demandas ambientales y las presiones” (p. 209).

4.1.2.1. Modelos de Inteligencia Emocional.

- **Modelos teóricos.**
 - **Modelo de habilidades de Mayer y Salovey (1997)**

El modelo de habilidad de Mayer y Salovey consideró que la inteligencia emocional se debe conceptualizar a través de cuatro habilidades básicas, que son las siguientes:

[...] la habilidad para percibir, valorar y expresar emociones con exactitud, la habilidad para acceder y/o generar sentimientos que faciliten el pensamiento; la habilidad para comprender emociones y el conocimiento emocional y la habilidad para regular las emociones promoviendo un crecimiento emocional e intelectual. (Fernández y Extremera, 2005, p. 68)

A continuación, se presentó cada una de las habilidades expuestas en la cita anterior (ver Tabla 1).

Tabla 1.
Modelo de habilidades de Mayer y Salovey (1997)

Inteligencia emocional	Regulación de las emociones			
	Habilidad para estar abierto tanto a los estados emocionales positivos como negativos.	Habilidad para reflexionar sobre las emociones y determinar la utilidad de su información.	Habilidad para vigilar reflexivamente las emociones propias y las de otros y reconocer su influencia.	Habilidad para regular las emociones propias y las de los demás sin minimizarlas o exagerarlas.
	Comprensión y análisis de las emociones: conocimiento emocional			
	Habilidad para designar las diferentes emociones y reconocer las relaciones entre la palabra y el propio significado de la emoción.	Habilidad para entender las relaciones entre las emociones y las diferentes situaciones a las que obedecen.	Habilidad para comprender emociones complejas y/o sentimientos simultáneos de amor y odio.	Habilidad para reconocer las transiciones de unos estados emocionales a otros.
	La emoción facilitadora del pensamiento			
	Las emociones facilitan el pensamiento al dirigir la atención a la información importante.	Las emociones pueden ser una ayuda al facilitar la formación de juicio y recuerdos respecto a las emociones.	Las variaciones emocionales cambian la perspectiva fomentando la consideración de múltiples puntos de vista.	Los diferentes estados emocionales favorecen acercamientos específicos a los problemas; la felicidad facilita un razonamiento inductivo.
	Percepción, evaluación y expresión de las emociones			
	Habilidad para identificar nuestras	Habilidad para identificar emociones en	Habilidad para expresar correctamente los	Habilidad para discriminar entre expresiones

	propias emociones.	otras personas, diseños y arte, a través del lenguaje, el sonido, la apariencia y la conducta.	sentimientos propios y las necesidades asociadas a estos.	emocionales honestas y deshonestas.
--	--------------------	--	---	-------------------------------------

- **La percepción emocional.**

En cuanto a la definición conceptual de la percepción emocional, se indicó, por parte de Fernández y Extremera (2005), que este implica lo siguiente:

La percepción emocional es la habilidad para identificar y reconocer tanto los propios sentimientos, así como los estados y sensaciones fisiológicas y cognitivas que estas conllevan, así mismo implica la facultad para discriminar acertadamente la honestidad y sinceridad de las emociones expresadas por los demás. (Fernández y Extremera, 2005, p. 69)

En clase, por ejemplo, los alumnos ponen en práctica diariamente estas habilidades cuando regulan sus acciones en el aula tras una mirada seria del profesor. Igualmente, el profesorado también hace uso de esta habilidad cuando observa los rostros de sus alumnos, y percibe si están aburriéndose, o si están entendiendo la explicación y, tras decodificar la información de sus rostros, actúa cambiando el ritmo de la clase, incluyendo alguna anécdota para despertar el interés o bien poniendo un ejemplo para hacer más comprensible la explicación del tema. En un nivel de mayor complejidad, los profesores con altas habilidades de percepción emocional son aquellos que perciben y son conscientes del estado de ánimo del alumnado y cuando preguntan a un alumno “Pedro, ¿te pasa hoy algo?, te noto algo raro” son capaces de identificar la discrepancia entre lo que él puede estar sintiendo o pensando y aquello que realmente verbaliza. Esta capacidad para discriminar las discrepancias entre el comportamiento verbal y las manifestaciones expresivas del alumno le permite al profesor saber que, a pesar de que el alumno afirme en un primer momento que no ocurre nada, no es totalmente cierto y que ahora es el momento oportuno para ofrecerse a hablar y escuchar el problema, proporcionando apoyo y comprensión. (Fernández y Extremera, 2005, p. 69)

- **La facilitación o asimilación emocional.**

A la hora de hablar de la facilitación emocional, también conocida como asimilación emocional, de igual manera fue importante tener en cuenta lo planteado por parte de Fernández y Extremera (2005), quienes indicaron lo siguiente sobre esta habilidad:

Esta habilidad se centra en cómo las emociones afectan al sistema cognitivo y cómo nuestros estados afectivos ayudan a la toma de decisiones. También ayudan a priorizar nuestros procesos cognitivos básicos, focalizando nuestra atención en lo que es realmente importante en función de los estados emocionales, los puntos de vista de los problemas cambian, incluso mejorando nuestro pensamiento creativo.

Por ejemplo, algunos alumnos necesitan para concentrarse y estudiar, un cierto estado anímico positivo, otros en cambio, de un estado de tensión que les permita memorizar y razonar mejor. Estas diferencias personales explican el fenómeno de que algunos alumnos no estudien para los exámenes hasta el último momento, que es cuando el estado de tensión de la situación les ayuda a centrarse en la tarea. Otras veces, es el propio profesor el que a través de la inducción de un estado emocional en sus alumnos potencia el pensamiento creativo o innovador, por ejemplo, cuando utiliza en clase determinados tipos de música para crear un estado emocional propicio que ayude a realizar actividades creativas, como componer poesía o realizar actividades plásticas. Pero el profesorado también pone en práctica esta habilidad durante su labor docente, por ejemplo, son muchos los profesores que saben intuitivamente que hay ciertos estados de ánimo negativos que les pueden influir a la hora de corregir los exámenes finales del trimestre. Ellos mismos reconocen que la valoración a un mismo examen varía en función del estado anímico (positivo vs. negativo) y por ello prefieren puntuarlos en momentos en los que su estado anímico es más neutro y serán, por tanto, más imparciales con sus alumnos. (Fernández y Extremera, 2005, pp. 69-70)

- **La comprensión emocional.**

En cuanto a la comprensión emocional y su definición, también se tuvo en cuenta los planteamientos hechos por los autores ya nombrados, quienes indicaron que esta es una habilidad que implica lo siguiente:

La comprensión emocional implica la habilidad para desglosar el amplio y complejo repertorio de señales emocionales, etiquetar las emociones y reconocer en qué categorías se agrupan los sentimientos. Además, implica una actividad tanto anticipatoria como retrospectiva para conocer las causas generadoras del estado anímico

y las futuras consecuencias de nuestras acciones. Igualmente, la comprensión emocional supone conocer cómo se combinan los diferentes estados emocionales dando lugar a las conocidas emociones secundarias. Por otra parte, incluye la habilidad para interpretar el significado de las emociones complejas. (Fernández y Extremera, 2005, p. 70)

Las habilidades de comprensión emocional son puestas en práctica también a diario por el alumnado. Los estudiantes utilizan esta habilidad para ponerse en el lugar de algún compañero que está pasando por una mala racha (malas notas, enfermedad, divorcio de los padres, etc.) y ofrecerle apoyo. O para anticipar sus estados emocionales: la mayoría de los alumnos comprometidos por sus estudios reconocen que les surgirán remordimientos si salen a divertirse en vísperas de un examen en vez de quedarse en casa estudiando y algunos prefieren, por ello, retrasar la salida hasta después del examen. El profesorado hace también uso a diario en el aula de estas habilidades. Aquellos con un elevado conocimiento emocional, en especial, de una alta comprensión del estilo emocional y la forma de actuar de sus alumnos, son capaces de conocer qué estudiantes están pasando por problemas fuera del aula y les podrán ofrecer un mayor apoyo; saben qué alumnos encajarán mejor o peor las críticas por su bajo rendimiento en un trabajo, adaptando los comentarios en función de si se lo tomarán como un reto o como algo que les desmotive a seguir; saben qué alumnos no deben poner juntos en las bancas o bien, distinguen perfectamente cuándo es mejor cortar la progresión de una broma para que la clase no se les vaya de las manos. (Fernández y Extremera, 2005, p. 70)

- **La regulación emocional.**

Por otro lado, también fue importante tener en cuenta la definición de regulación emocional, dado que es una de las más fundamentales a la hora de hablar de inteligencia emocional y, por tanto, se dijo lo siguiente:

La regulación emocional es la habilidad más compleja de la IE. Esta dimensión incluiría la capacidad para estar abierto a los sentimientos, tanto positivos como negativos, y reflexionar sobre los mismos para descartar o aprovechar la información que los acompaña en función de su utilidad. Además, incluye la habilidad para regular las emociones propias y ajenas, moderando las emociones negativas e intensificando las positivas. (Fernández y Extremera, 2005, p. 71)

Por ejemplo, cada vez que un alumno se ve involucrado en un conflicto interpersonal en el recreo, (un niño le quita el balón a otro para jugar) una resolución no agresiva del conflicto implica la puesta en práctica de habilidades de regulación o manejo de situaciones interpersonales. Igualmente, cuando llegan los exámenes y la ansiedad del alumnado empieza a incrementar, cada alumno utiliza diferentes estrategias de regulación intrapersonal para sobrellevar esa etapa de estrés sin que le afecte en el rendimiento. En el profesorado, puesto que la enseñanza es reconocida como una de las tareas profesionales más estresante, la utilización de habilidades de regulación es indispensable y sumamente recomendable; por ejemplo, a nivel intrapersonal, existen diversas estrategias que el profesorado puede emplear con objeto de reducir las consecuencias del conocido síndrome de estar quemado (*burnout* docente) o para evitar la aparición de síntomas de ansiedad o depresión. Entre ellas, estarían el apoyo social y la comunicación de los problemas laborales a los compañeros, llevar a cabo actividades agradables y distractoras, escuchar música, tener aficiones, hacer ejercicio físico o practicar algún deporte, relativizar los problemas académicos diarios, tomar ciertos contratiempos inevitables con sentido del humor [...] En lo que a regulación interpersonal se refiere, también el profesorado debe ponerlas en práctica diariamente. En primer lugar, con el alumnado, por ejemplo, saber cuándo alentar a sus alumnos para motivarlos hacia la consecución de una meta (incitarlo a dar lo mejor de ellos mismos), o hacerlos sentir cautelosos y precavidos ante un próximo examen al que van demasiado confiados, o bien, ser un mediador reflexivo y ecuánime cuando dos estudiantes se pelean en el aula, apaciguando la disputa acalorada entre ellos, intentando que nadie se sienta afectado y creando un clima desenfadado. En segundo lugar, deben poner estas habilidades en juego con los padres, por ejemplo, sabiendo cuándo utilizar la crítica constructiva del escaso rendimiento de sus hijos para que los padres adopten un papel más activo en su educación o bien para sofocar una discusión acalorada. Por último, con los compañeros de trabajo en el centro educativo, tener unas adecuadas habilidades de manejo interpersonal y relaciones positivas con los colegas favorecerá una mayor adaptación y un incremento del bienestar laboral. (Fernández y Extremera, 2005, pp. 71-71)

4.1.2.2. Modelos Mixtos.

- **Modelos de inteligencia socioemocional de Bar-On (1997, 2000).**

En relación con el modelo de inteligencia socioemocional y la estructura de este, Bar-On (1997, como se citó en Ugarriza, 2001) indicó lo siguiente:

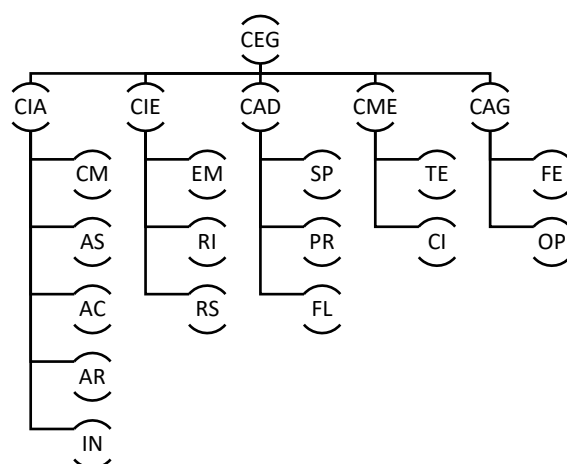
De inteligencia no cognitiva puede ser vista desde dos perspectivas diferentes, una sistémica y otra topográfica. La visión sistémica es la que ha sido descrita considerando los cinco componentes mayores de la inteligencia emocional y sus respectivos subcomponentes, que se relacionan lógicamente y estadísticamente. Por ejemplo: relaciones interpersonales, responsabilidad social y empatía son partes de un grupo común de componentes sistemáticamente relacionados con las habilidades interpersonales, de ahí que se hayan denominado “componentes interpersonales”. (p. 132)

Dichas habilidades y destrezas son los componentes factoriales de la inteligencia no cognitiva y son evaluadas por el *Bar On Emotional Quotient Inventory* (Bar On EQ-I). Este inventario genera un cociente emocional y cinco cocientes emocionales compuestos basados en las puntuaciones de 15 subcomponentes. (p. 132)

De acuerdo con lo anterior, en la Figura 1 se presentó el enfoque sistémico de los 15 subcomponentes de la inteligencia emocional y social.

Figura 1.

Enfoque sistémico de los 15 subcomponentes de la inteligencia emocional y social del I-CE de Bar-On



Nota. Abreviaturas: cociente emocional general (CEG), componente interpersonal (CIA), componente interpersonal (CIE), componente de adaptabilidad (CAD), componente del manejo del estrés (CME) y componente del estado de ánimo en general. Subcomponentes: comprensión de sí mismo (CM), asertividad (AS), autoconcepto (AC), autorrealización (AR), independencia (IN), empatía (EM), relaciones interpersonales (RI), responsabilidad social (RS), solución de problemas (SP), prueba de la realidad (PR), flexibilidad (FL), tolerancia al estrés (TE), control de impulsos (CI), felicidad (FE) y optimismo (OP). Adaptado de La evaluación de la inteligencia emocional a través del inventario de Bar-On (I-CE) en una muestra de Lima Metropolitana, por Ugarriza, 2001, *Persona*, (4).

Por otro lado, fue importante tener en cuenta las definiciones de los 15 factores de la inteligencia personal, emocional y social evaluados por el inventario de cociente emocional y que son los siguientes:

Componente intrapersonal (CIA). Área que reúne los siguientes componentes: comprensión emocional de sí mismo, asertividad, autoconcepto, autorrealización e independencia.

- Comprensión emocional de sí mismo (CM). La habilidad para percatarse y comprender nuestros sentimientos y emociones, diferenciarlos y conocer el porqué de estos.
- Asertividad (AS). La habilidad para expresar sentimientos, creencias y pensamientos sin dañar los sentimientos de los demás y defender nuestros derechos de una manera no destructiva.
- Autoconcepto (AC). La habilidad para comprender, aceptar y respetarse a sí mismo, aceptando nuestros aspectos positivos y negativos, así como también nuestras limitaciones y posibilidades.
- Autorrealización (AR). La habilidad para realizar lo que realmente podemos, queremos y disfrutamos de hacer.
- Independencia (IN). Es la habilidad para autodirigirse, sentirse seguro de sí mismo en nuestros pensamientos, acciones y ser independientes emocionalmente para tomar nuestras decisiones. (Ugarriza, 2001, p. 133)

Componente interpersonal (CIE). Área que reúne los siguientes componentes: empatía, responsabilidad social y relación interpersonal.

- Empatía (EM). La habilidad de percatarse, comprender y apreciar los sentimientos de los demás.
- Relaciones interpersonales (RI). La habilidad para establecer y mantener relaciones mutuas satisfactorias, que son caracterizadas por una cercanía emocional e intimidad.
- Responsabilidad social (RS). La habilidad para demostrarse a sí mismo como una persona que coopera, contribuye y es un miembro constructivo del grupo social.

Componente de adaptabilidad (CAD). Área que reúne los siguientes componentes: prueba de la realidad, flexibilidad y solución de problemas.

- Solución de problemas (SP). La habilidad para identificar y definir los problemas, como también para generar e implementar soluciones efectivas.
- Prueba de la realidad (PR). La habilidad para evaluar la correspondencia entre lo que experimentamos (lo subjetivo) y lo que en la realidad existe (lo objetivo).
- Flexibilidad (FL). La habilidad para realizar un ajuste adecuado de nuestras emociones, pensamientos y conductas a situaciones y condiciones cambiantes. (Ugarriza, 2001, p. 133)

Componente del manejo del estrés (CME). Área que reúne los siguientes componentes: tolerancia al estrés y control de los impulsos.

- Tolerancia al estrés (TE). La habilidad para soportar eventos adversos, situaciones estresantes y fuertes emociones sin “desmoronarse”, enfrentando activa y positivamente el estrés.
- Control de los impulsos (CI). La habilidad para resistir o postergar un impulso o tentaciones para actuar y controlar nuestras emociones. (Ugarriza, 2001, p. 133)

Componente del estado de ánimo en general (CAG). Área que reúne los siguientes componentes:

- Felicidad (FE). La habilidad para sentirse satisfecho con nuestra vida, para disfrutar de sí mismo y de otros y para divertirse y expresar sentimientos positivos.
- Optimismo (OP). La habilidad para ver el aspecto más brillante de la vida y mantener una actitud positiva, a pesar de la adversidad y los sentimientos negativos. (Ugarriza, 2001, p. 134)

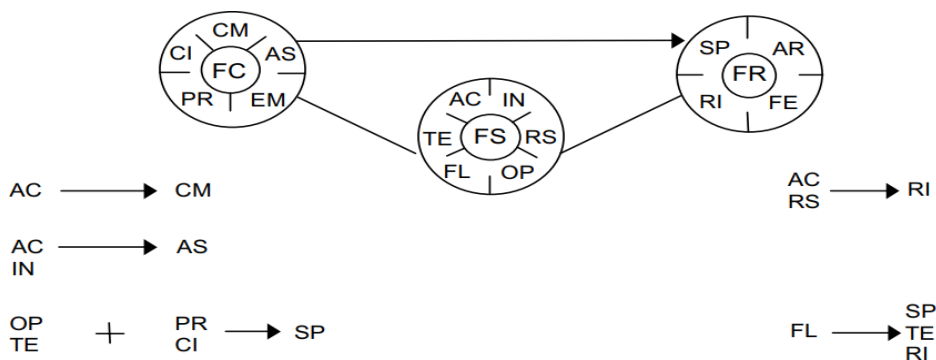
El enfoque topográfico organiza los componentes de la inteligencia no cognitiva de acuerdo con un orden de rangos, distinguiendo factores centrales: FC (o primarios) relacionados con factores resultantes: FR (o de más alto orden), y que están conectados por un grupo de factores de soporte: FS (apoyo o secundarios o auxiliares). Los tres factores centrales más importantes de la inteligencia emocional son: la comprensión de sí mismo (nuestra propia habilidad para reconocer y comprender nuestras emociones, estados de ánimos y sentimientos); la asertividad (nuestra habilidad para expresar las emociones y sentimientos); y, la empatía (nuestra habilidad para reconocer, comprender y apreciar los sentimientos de los otros). Los otros dos factores centrales son: la prueba de la realidad y el control de los impulsos. Estos factores centrales guían factores resultantes, como la solución de problemas, las relaciones interpersonales y la

autorrealización, lo que contribuye a la felicidad, es decir, la habilidad para sentirse contento, satisfecho consigo mismo y con los demás y disfrutar de la vida. (Ugarriza, 2001, p. 134)

Basados en la investigación de Bar-On, los factores centrales y los resultantes dependen de los factores de soporte. Por ejemplo, el darse cuenta de las emociones depende del autoconcepto (que incluye el autorrespeto, la comprensión y aceptación de sí mismo). La asertividad depende del autoconcepto y de la independencia (que incluye la independencia emocional, como también la habilidad para autogobernarnos) así, es extremadamente difícil para las personas dependientes y especialmente no asertivas, expresar sus sentimientos a otros. Aún más, las relaciones interpersonales dependen del autoconcepto positivo y la responsabilidad social. Además, los factores de apoyo, como el optimismo y la tolerancia al estrés se combinan con los factores centrales, como la prueba de la realidad y el control de los impulsos para facilitar la solución de problemas de un modo eficiente. Finalmente, la flexibilidad es otro factor importante de soporte que contribuye a los otros factores, como la solución de problemas, la tolerancia al estrés y las relaciones interpersonales. Estas relaciones se ilustran en la Figura 2. Las habilidades no cognitivas y las destrezas se desarrollan a través del tiempo, cambian a través de la vida y pueden mejorar con el entrenamiento, los programas remediables y las técnicas terapéuticas. (Ugarriza, 2001, p. 135)

Figura 2.

Enfoque topográfico de los 15 factores de la inteligencia emocional y social del I-CE de Bar-On



Nota. Abreviaturas: factores centrales (FC), factores resultantes (FR) y factores de soporte (FS). Subcomponentes: comprensión de sí mismo (CM), asertividad (AS), autoconcepto (AC), autorrealización (AR), independencia (IN), empatía (EM), relaciones interpersonales (RI), responsabilidad social (RS), solución de problemas (SP), prueba de la realidad (PR), flexibilidad (FL), tolerancia al estrés (TE), control de impulsos (CI), felicidad (FE) y optimismo (OP). Adaptado de La evaluación de la inteligencia emocional a través del inventario de Bar-On (I-CE) en una muestra de Lima Metropolitana., por Ugarriza, 2001, *Persona*, (4).

- **Modelos de competencia de Goleman (1999, 2001)**

Otro de los modelos encontrados fue el modelo de competencia, planteado por Goleman; para hablar sobre este, se tuvo en cuenta lo planteado por García-Fernández y Jiménez-Mas (2010) quienes indicaron lo siguiente:

Goleman establece la existencia de un cociente emocional (CE) que no se opone al cociente intelectual (CI) clásico, sino que ambos se complementan. Este complemento se manifiesta en las interrelaciones que se producen. Un ejemplo lo podemos observar entre las comparaciones de un individuo con un alto cociente intelectual, pero con poca capacidad de trabajo y otro individuo con un cociente intelectual medio y con alta capacidad de trabajo. Ambos pueden llegar al mismo fin, ya que ambos términos se complementan. (García-Fernández y Giménez-Mas, 2010, p. 46)

Por otro lado, también fue importante tener en cuenta los componentes que constituyen la inteligencia emocional de acuerdo con Goleman (1995, como se citó en García-Fernández y Giménez-Mas, 2010), quien indicó que eran los siguientes:

- **Conciencia de uno mismo (*self-awareness*)**. Es la conciencia que se tiene de los propios estados internos, los recursos e intuiciones.
- **Autorregulación (*self-management*)**. Es el control de nuestros estados, impulsos y recursos internos.
- **Motivación (*motivation*)**. Se explican como tendencias emocionales que guían o que facilitan el logro de objetivos.
- **Empatía (*Social-awareness*)**. Se entiende como la conciencia de los sentimientos, necesidades y preocupaciones ajenas.
- **Habilidades sociales (*relationship management*)**. Es la capacidad para inducir respuestas deseables en los demás, pero no entendidas como capacidades de control sobre otro individuo.

Este modelo tiene su aplicación en diferentes ámbitos, como el organizacional y el laboral. (p. 46)

4.1.3 Emprendimiento

En cuanto al emprendimiento, se puede decir que comprende aquella acción que induce un ciclo repetido de actividades con el objetivo de iniciar una nueva actividad, que puede ser

económica o social. De acuerdo con Timmons (1989, como se citó en Sarli et al., 2015), el emprendimiento implica lo siguiente:

El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. Requiere una visión y la pasión y el compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados. (p. 17)

4.1.3.1. Reseña Histórica del Emprendimiento.

El término emprender se conoce desde la época de la antigüedad y se ha aplicado en distintas ciencias sociales; en este sentido, de acuerdo con Azqueta (2017), se indicó lo siguiente:

El origen de la palabra emprendedor tiene sus comienzos en el siglo XIII, Gonzalo de Berceo introduce este término en dos pasajes con significados diferentes. En el primer caso, como engendrar, “la cepa es buena, emprendió buen sarmiento” y en el segundo caso, como tomar “Sennor, bien te conseio que nada emprendas”. (p. 23)

En el siglo XVI se da el nombre emprendedor a quienes dirigen expediciones militares, capitanes de fortuna que reclutan tropas mercenarias para ponerse al servicio de príncipes, ligas o ciudades. Se resalta la característica propia del emprendedor que aborda una conquista, valiente, con iniciativa y arrojo. Se propicia que, por extensión, se empiece a aplicar para referirse a todo tipo de aventureros. (p. 23)

Durante los siglos XVI y XVII, el término *entrepreneur* viene a significar pionero y se refiere a los aventureros que viajan al Nuevo Mundo buscando una nueva oportunidad, sin tener en cuenta lo que les espera en esas nuevas tierras. (p. 23)

El vocablo *entrepreneur* se incluye por primera vez en un diccionario en 1609 (*Dictionnaire universel, contenant généralement tous les mots François, tant vieux que modernes & les termes des sciences et des arts* de Antoine de Furetière), teniendo varias acepciones: arquitecto, contratista que abastece al ejército de alimentos y municiones y “empresario” marítimo o de otros mercados que trabaja con un precio establecido. (p. 23)

La primera vez que se vincula el vocablo *entrepreneur* a actividades económicas es en 1724 en el *Dictionnaire universel du commerce* de Savary des Brûlons. Los

hermanos Savary preparan, para su uso personal, una lista alfabética de palabras relacionadas con el comercio y la industria, junto con ordenanzas e impuestos en Francia y en el extranjero. (p. 24)

En la época clásica del pensamiento económico (1750–1850 aprox.) se formulan los principios de la nueva ciencia económica. Destacan dos autores por su contribución a la configuración del concepto emprendedor: Jean–Baptiste Say (1767–1832) y John Stuart Mill (1806–1873). (p. 26)

El pensamiento de Say marca un punto de inflexión en la historia de la ciencia económica. Sus principales aportaciones están relacionadas con la teoría del empresario, al que atribuye un papel vital en el sistema de distribución del capital. El *entrepreneur* se caracteriza porque está obligado a riesgos y aprovecha las oportunidades: “está expuesto a todos los riesgos, pero en cambio se aprovecha de todo lo que puede serle favorable”. (p. 26)

El criterio de Stuart Mill destaca una teoría ética de talante normativo que señala como criterio básico de la acción humana, la búsqueda de beneficios y la maximización del bienestar. Según el planteamiento utilitarista, el bien común no es la expresión de un orden natural o del fin propio de la sociedad, sino que es la maximización de la utilidad que se torna en modelo de vida para el ser humano. La mejor acción es la que maximiza la utilidad que se convierte, de esta manera, en un valor puramente instrumental. (p. 26)

A finales del siglo XIX y principios del XX, el desarrollo del pensamiento económico neoclásico coincide con la consolidación de los mercados nacionales, la mejora de las primeras grandes industrias y la libertad de comercio, siendo su principal representante el economista británico Alfred Marshall, continuador de las teorías del emprendedor de Say e impulsor de la que denominará economía del bienestar y pionero del emprendimiento. (p. 27)

Los economistas neoclásicos proyectan una ciencia económica que sigue los principios mecanicistas, evolucionistas y utilitaristas, tiene vocación predictiva y pretende eliminar la incertidumbre. Dos rasgos definitorios de la teoría neoclásica son, por un lado, la teoría de la utilidad marginal, planteamiento que desencadena la imposición progresiva de la soberanía de los consumidores, porque “los objetos dejan de tener un valor en sí, para depender de la utilidad que proporcionan a la persona que

los consume. Las cosas deben ahora gustar, producir utilidad al que las compra”. Por otro, el individualismo metodológico que define al *homo economicus* como un “maximizador de utilidades”. Esta propuesta supone un empobrecimiento antropológico porque encierra al hombre en sí mismo, limita la libertad personal a la satisfacción de su propia necesidad y rebaja los intereses a los puramente económicos y monetarios. Por otro lado, reduce la posibilidad de contemplar la propia existencia como don abierto a los demás. (p. 27)

Junto a la Escuela Neoclásica convive en la segunda mitad del siglo XIX la tradición de pensamiento económico conocida como Escuela Austríaca, cuales principales representantes son: Karl Menger (1840-1921) y el sociólogo Max Weber (1864-1920). Los principales rasgos del pensamiento austriaco son el subjetivismo, el mecanicismo y el individualismo metodológico. En primer lugar, la estimación subjetiva, según la cual “el valor de los bienes se fundamenta en la relación de los bienes con nuestras necesidades, no en los bienes mismos. El valor no es algo inherente a los bienes, no es una cualidad intrínseca de los mismos”. En segundo lugar, triunfa una visión mecanicista del mundo, que busca relaciones causales entre los fenómenos económicos y sociales. Y el tercero, el individualismo, que reconoce que cada ser humano es único, diferente y con necesidades diversas, pero lo cierra a la relación con los demás. Estas determinan sus juicios de valor sobre los bienes que necesita para satisfacerlas, fija la demanda y, acto seguido, la producción. (p. 28)

Este planteamiento supone un empobrecimiento antropológico porque encierra a la persona humana en un plano intramundano, olvida la orientación trascendente, limita la libertad personal a la satisfacción de necesidades, erosiona el fundamento del valor de bien y reduce la posibilidad de contemplar la propia existencia como don abierto a los demás. (p. 28)

A lo largo del siglo XX destacan una serie de pensadores que plantean el estudio del fenómeno emergente del empresario y del emprendedor y han permitido la consolidación del emprendimiento como teoría económica y disciplina científica. Destacan la aportación de algunos economistas –como Schumpeter, Knight y los herederos de la nueva Escuela Austríaca de economía. A Joseph Alois Schumpeter (1883–1950) se le debe la introducción del concepto de innovación. Lo define como la combinación de factores de una manera diferente que incorpora novedades y lo relaciona con el emprendimiento. Sus aportaciones tienen un impacto considerable,

especialmente sobre la comprensión del empresario como innovador que propicia el progreso económico. (p. 29)

A su vez, define al empresario–emprendedor como un tipo excepcional, dotado de lo que Schumpeter llama “espíritu emprendedor” –*unternehmergeist*–. Es, a su vez, intuitivo, con voluntad de cambio y transformación, rompe rutinas, capaz de mantener situaciones de incertidumbre, atrae la actividad económica y consigue beneficios importantes mediante una competencia que no se basa en los precios, sino en la innovación. (p. 29)

Schumpeter asume el concepto de racionalidad de Weber y el de necesidad de Menger y lo extiende a todo el comportamiento humano donde la voluntad, en ese proceso de racionalidad, tiene un papel central. Por otro lado, afirma que la cuantificación monetaria es el mejor método de ponderar el valor. Aunque en un principio se limita al orden económico, posteriormente lo extiende a todos los sectores de la actividad humana. (p. 29)

Para Israel Meir Kirzner, los emprendedores son las fuerzas equilibrantes en el proceso de mercado. El emprendedor percibe oportunidades, está alerta, tiene habilidad para aprovecharlas, toma decisiones para desarrollarlas y compite con otros empresarios que tienen interés por entrar en el mercado y conseguir beneficios dentro de una economía de mercado. (pp. 30-31)

El empresario, profesionalizado por Max Weber, caracteriza al mundo moderno que promueve un nuevo orden dentro del sistema capitalista en el que los emprendedores son protagonistas del cambio social y son pilares del crecimiento. La racionalidad se aplica como categoría analítica. Se supedita todo a la razón económica y, más en concreto, a la cuantificación monetaria como método para ponderar el valor. Se asientan, en definitiva, los valores del *homo economicus* y el emprendedor es una figura relevante en la sociedad neoliberal. Este se convierte en modelo cultural, depositario de un modo de vida a imitar, representante de una nueva categoría social y exponente de un modo de estar y de relacionarse con el mundo que se profesionaliza. (p. 31)

Una figura clave dentro de la formación emprendedora es Peter Drucker (Viena, 1909 – EE. UU., 2005) al que se considera creador del *management* como disciplina y que supone que pueda aprenderse. Sus características propias son tres. La primera, la

innovación, cualidad del ser humano que, como creador, busca nuevos logros, identifica lo nuevo, trata de alcanzarlo y acepta riesgos. El segundo es el resurgir de la responsabilidad y de la ética porque toda innovación lleva implícita una valoración moral. Un tercer rasgo distintivo es su visión del mundo en el que el conocimiento y la educación son un factor competitivo. (p. 31)

Todas las aportaciones nombradas han permitido asociar los fenómenos empresariales con la creación de nuevas ideas de negocio, lo que ha desembocado en el crecimiento empresarial y económico de un determinado lugar; es por esta razón por lo que, en la actualidad, los gobiernos intentan crear políticas que favorezcan el crecimiento del espíritu emprendedor en sus ciudadanos, mediante el apoyo de innumerables proyectos de desarrollo empresarial.

4.1.3.2. Emprendedor

Para entender el concepto de emprendimiento a plenitud, fue necesario tener en cuenta el concepto de emprendedor; en este caso, se tuvo en cuenta lo planteado por Azqueta (2017), quien dijo lo siguiente:

Etimológicamente, los términos: emprendedor, empresa y el verbo emprender provienen del francés, *entrepreneur*, *entreprise* y *entreprendre*, respectivamente. A su vez, estos términos proceden de la misma raíz del latín vulgar (*in*, *en* y *prendere*) cuyo significado es coger, atrapar, tomar. (Azqueta, 2017, p. 23)

De acuerdo con el libro *Emprendedor de éxito* de Alcaraz (2011), se pudieron encontrar las siguientes definiciones de emprendedor:

Shefsky (1997) y Baumol (1993) señalan que el término describe a cualquier miembro de la economía, cuyas actividades son novedosas de alguna forma, así como a personas que, en definitiva, huyen de rutinas y prácticas aceptadas por la mayoría. Dichos individuos se caracterizan por su capacidad para crear e innovar; es decir, salen de la costumbre y hacen cosas diferentes para mejorar lo existente. (p. 2)

Morris y Kuratko (2002) dicen que, además de hacer uso óptimo de los recursos disponibles y utilizarlos en combinaciones que maximizan sus resultados factibles, “agrega valor” a cualquier proceso o actividad en la que interviene. Otros autores señalan que el emprendedor es capaz de concentrar su mente en ciertos aspectos del medio que le rodea e ignorar otros, esto le permite aplicar su tiempo y esfuerzo en la búsqueda y materialización de oportunidades. Agregan que es un alquimista peculiar

que toma un sueño propio y lo transforma en algo espléndido y real, por lo cual tiene “dinamismo creativo”. (p. 2)

Harper (1991) lo identifica como una persona capaz de revelar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para elaborar y desarrollar un nuevo concepto de negocio; esto es, tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y de los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza. (p. 2)

Joseph Schumpeter (1934) afirma que la innovación se genera a partir de la capacidad para emprender; es decir, no es propia de los capitalistas, administradores o inventores, ya que los emprendedores son personas capaces de combinar los factores de producción existentes y obtener los mejores resultados, es decir, innovar con ellos. (p. 2)

4.1.3.3.El Espíritu Emprendedor

Por otro lado, para que haya emprendimiento, también fue necesario tener en cuenta el desarrollo del espíritu emprendedor, que se definió de la siguiente manera:

El espíritu emprendedor es la actitud y la capacidad que posee una persona para detectar soluciones a los problemas de su entorno, para llevarlas a cabo mediante la innovación, el servicio y la mejora continua. Abarca, por lo tanto, un conjunto de cualidades y habilidades imprescindibles en cualquier ámbito de la vida, tanto laboral como social, tales como la iniciativa, la responsabilidad, el trabajo en equipo, la perseverancia, la creatividad, el dinamismo, el sentido crítico, la asunción de riesgos, el espíritu de superación, la confianza en sí mismo, la capacidad de decisión y otros muchos factores que hacen a las personas activas y resolutivas ante las circunstancias que las rodean. (Amaru, 2008, p. 1)

4.1.3.4.Habilidades de las Personas Emprendedoras

Las habilidades y competencias que poseen los emprendedores son complementos que les permiten alcanzar los objetivos que se han propuesto; estas habilidades pueden ser variadas y de diversos tipos. En este sentido, a continuación, se mencionaron algunas de ellas:

1. **Curiosidad:** esta habilidad te lleva a pensar fuera de la caja, buscar otras soluciones, reconocer oportunidades potenciales y, tal vez, refactorizar tu idea original de negocio.

2. Administración de tiempo: al gestionar bien cada minuto disponible para acelerar tu crecimiento empresarial, los resultados positivos se multiplican.
3. Pensamiento estratégico: una mente analítica encuentra soluciones creativas dentro del caos, crea procesos alternativos y desarrolla formas de trabajar con efectividad alrededor de los tiempos y presupuestos disponibles.
4. Eficiencia: encontrar la forma de obtener más y mejores resultados en un día sin desgastar la máquina de tu empresa, se logra con trabajo inteligente, aplicando a su funcionamiento diversas técnicas, identificando tus áreas fuertes y equilibrando esfuerzos con los logros obtenidos.
5. Resistencia: ser resistentes, conservar la determinación y el entusiasmo te llevarán a levantar un negocio igual de fuerte, capaz de seguir creciendo ante toda adversidad.
6. Comunicación: la clave del éxito es saber conectar con los demás y cada interacción trae un resultado individual que influye en todo lo que haces.
7. *Networking*: planificar el manejo de tus contactos facilita la llegada de oportunidades comerciales, acuerdos de negocio y asociaciones, así como mejores proveedores y futuros empleados.
8. Manejo de finanzas: el éxito no está a la venta, es algo que se logra con una buena gestión financiera.
9. *Branding*: antes de que el público lo haga, tú debes casarte con tu marca, para ello debes saber manejarla sabiamente, adaptarla al mercado correcto y darle el impulso necesario, apoyándote en los medios adecuados.
10. Dominio de ventas: aprende a buscar y encontrar los canales de venta de mayor alcance con los clientes e invierte en su desarrollo sabiamente. (Ilab, 2018, párr. 3-11)

4.1.3.4.1. Tipos de Emprendedores.

Después de hacer referencia a las habilidades de las personas emprendedoras, también fue importante tener en cuenta los tipos de emprendedores que hay; para esto se tuvo en cuenta lo planteado por Schollhammer (1980, como se citó en Alcaraz, 2011), que dividió a los emprendedores en cinco tipos de personalidades distintas:

- **El emprendedor administrativo.** Hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.

- **El emprendedor oportunista.** Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.
- **El emprendedor adquisitivo.** Se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace.
- **El emprendedor incubador.** En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente.
- **El emprendedor imitador.** Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos. (p. 5)

4.1.4 *Intención Emprendedora*

4.1.4.1. Teorías de Intención Emprendedora.

Es posible encontrar muchas teorías y modelos que buscan explicar el proceso que siguen los individuos para crear una empresa; en este orden de ideas, de acuerdo con Díaz (2003) y Jaén (2010, como se citó en Chávez y Suárez, 2017) entre las más importantes están:

a) Modelo del evento emprendedor. Desarrollado por Shapero y Sokol en 1982, fue el primer modelo que argumentó, según Sánchez et al. (2005), que la decisión de iniciar una actividad emprendedora depende de tres elementos: deseabilidad, viabilidad y propensión a actuar ante nuevas oportunidades. A medida que una sociedad presenta la creación de empresas como algo viable y deseable, López y Ruiz (2014) afirmaron que la probabilidad de que un potencial emprendedor cree una empresa se incrementa. Esto quiere decir, según Navarro, Vázquez y Llorens (2008), que la deseabilidad, viabilidad y propensión a actuar, está condicionada por familiares, colegas, grupos étnicos y contextos educacionales y/o profesionales.

- Deseabilidad: grado de atracción hacia un determinado comportamiento, que surge por la influencia empresarial de su entorno social, cultural, familiar y educativo.
- Viabilidad: grado en que la persona percibe la creación de una empresa como una conducta realizable, vinculada con el apoyo externo como 45 financieros, habilidades y apoyo moral.
- Propensión para actuar: relacionada con el *locus of control*; es la percepción del sujeto de que los eventos ocurren, principalmente, como efecto de sus propias acciones, es una característica estable de personalidad. (p. 44)

b) Teoría de la conducta planificada: Liñán y Rodríguez (2005) lo describieron como un modelo psicológico aplicable a todos los comportamientos voluntarios de las personas. Esta teoría desarrollada por Ajzen en 1991, según Arias et al. (2012), plantea que el mejor predictor de la acción es la intención y esta depende de tres factores:

- Actitud hacia la conducta: es la opinión favorable o desfavorable que la persona tiene hacia ella misma.
- Norma subjetiva: normas o creencias sociales percibidas por el individuo para la realización o no de su comportamiento.
- Control percibido sobre la conducta: percepción de la dificultad o facilidad para realizar una determinada acción, teniendo en cuenta la experiencia pasada y los potenciales obstáculos, como también los recursos y oportunidades disponibles. (p. 44)

4.2. Marco Conceptual

Auto eficiencia Emprendedora: creencia de una persona en su potencial para llevar a cabo un proceso de inicio de negocio.

Intensión empresarial: es una afirmación positiva y convincente sobre las metas de la empresa. Como esta se proyecta en base a su organización para crear la sensación de lo que se quiere lograr al largo plazo.

Salud ocupacional: es una actividad multidisciplinaria dirigida a promover y proteger la salud de los/as trabajadores/as mediante la prevención y el control de enfermedades y accidentes y la eliminación de los factores y condiciones que ponen en peligro la salud.

Inteligencia humana: potencialidad de desarrollo cognoscitivo del sujeto en función de la solución de nuevos problemas, que consiste esencialmente en el grado de desarrollo de los procesos de análisis, síntesis y generalización.

Ciencias cognitivas: es un campo interdisciplinario compuesto por diversas disciplinas tales como la psicología, la neurociencia, la lingüística, la filosofía, la antropología y la inteligencia artificial.

Energía humana: es una necesidad vital que se inscribe en lo profundo del ser y que está relacionada con encontrarle sentido a lo que se hace.

Conocimiento emocional: es la capacidad de reconocer sentimientos propios y ajenos, de motivarnos y de manejar adecuadamente las relaciones.

Crecimiento emocional: es la habilidad que tiene el niño para expresar, reconocer y manejar sus emociones, así como para responder apropiadamente a las emociones de los demás.

Crecimiento intelectual: es proporcional a la perseverancia aplicada al practicar o mejorar ciertas facultades para adquirir el saber.

Percepción emocional: es la habilidad fundamental de la inteligencia emocional, esta permite todo el procesamiento de la información emocional.

Toma de decisiones: es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre alternativas o formas de resolver diferentes situaciones de la vida.

Pensamiento innovador: es la capacidad de crear algo nuevo, alejándose de los patrones de pensamiento tradicionales.

Estado emocional: en el cual nos sentimos bien, tranquilos, percibimos que dominamos nuestras emociones y somos capaces de hacer frente a las presiones del día a día.

Comprensión emocional: se refiere a la capacidad de nombrar nuestras emociones, identificándolas y reconociendo la relación que existe entre emociones y experiencias propias para poder darles sentido y significado.

Inteligencia socioemocional: consiste en que desarrolles la capacidad para detectar las expresiones emocionales de los demás y comprendas tanto su lenguaje verbal, como no verbal.

Prueba de la realidad: es la capacidad que le permite al sujeto la distinción del origen de una idea, ya sea del mundo externo (percepciones) o del mundo interno (huella mnésica), y verificar la exactitud de la misma.

Cociente intelectual: cifra que expresa la inteligencia relativa de una persona y que se determina midiendo su edad mental en relación con su edad física.

Pensamiento económico: es la parte de la ciencia económica que estudia la evolución de las ideas y teorías que han desarrollado los economistas a lo largo de los años desde el nacimiento de la economía.

Emprendimiento: esfuerzo que hace una persona o grupo de personas para impulsar un proyecto, crear una empresa o una solución innovadora.

Empobrecimiento antropológico: es un estado de debilidad, de dependencia, de subordinación o humillación, respecto a la privación de medios para conseguir la subsistencia, pero una existencia humanamente digna.

Personas activas: las personas que tienen una ocupación o que sin tenerla la están buscando activamente.

Personas resolutivas: que intenta resolver, o resuelve, cualquier asunto o problema con eficacia, rapidez y determinación.

Potencial emprendedor: conjunto de capacidades y disposiciones para la acción de emprender.

Networking: práctica desarrollada por profesionales independientemente de que trabajen por cuenta propia o ajena-, que busca crear y aumentar una red de contactos.

Intención: Idea que se persigue con cierta acción o comportamiento.

5. Metodología

5.1. Tipo de Investigación

El enfoque que se utilizó en la presente investigación fue cuantitativo; así mismo, se emplearon técnicas de evaluación estadística para determinar los niveles de inteligencia emocional y de intención emprendedora en los estudiantes universitarios de los cursos profesionalizantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja. El tipo de estudio que se llevó a cabo, fue el exploratorio para poder identificar la ausencia de planes y materias relacionadas con la gestión de la inteligencia emocional con enfoque empresarial en los estudiantes; de igual manera, se aplicó el correlacional en el que se intentó descubrir la relación existente entre las dos variables de estudio y, según la medición de las variables; se podría decir, incluso, que fue transversal, debido a que las variables se midieron en una sola ocasión; de igual forma, se aplicó un modelo no experimental, puesto que no se manipularon las variables de estudio durante la investigación; por otro lado, también se puede decir que fue una investigación de Operacionalización de las Variables.

5.2. Métodos de Investigación

Para llevar a cabo esta investigación se emplearon los siguientes métodos:

Campo: se pudo recolectar datos primarios de las variables de inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios de cuarto a octavo ciclo.

Descriptivo: permitió recolectar la información a través de la encuesta aplica de forma directa para posteriormente ordenarla y analizarla, para así poder conocer el nivel intención emprendedora e inteligencia emocional que poseen los estudiantes.

Analítico: se pudo determinar la relación que existía entre la intención emprendedora e inteligencia emocional de la carrera de Administración de Empresas.

Sintético: facilitó resumir la información obtenida con mayor relevancia de toda la investigación.

Deductivo: se describieron las conclusiones a las que se llegó en el presente estudio.

5.3. Técnicas e instrumentos de recolección de información.

Las técnicas que se utilizó fueron:

Encuesta:

Fue dirigida a los estudiantes de cuarto a octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas; en el cual, se formularon dos tipos de cuestionarios:

- La inteligencia emocional, para su evaluación se hizo uso de la TMMS, que es un cuestionario con 24 ítems, está compuesto por tres dimensiones que son: la atención a los sentimientos, la cual se trata del grado en que las personas creen prestar atención a sus emociones y sentimientos; la claridad emocional, entendida como la percepción que creen tener las personas sobre sus propias emociones; y, la reparación de las emociones, que alude a la creencia que tiene el sujeto de su capacidad para interrumpir y regular los estados emocionales negativos y prolongar los positivos.
- La intención emprendedora, para su evaluación se empleó un cuestionario de 40 ítems para examinar la intención que tienen los alumnos para convertirse en empresario. Dicho cuestionario contaba con cuatro subescalas: atracción profesional, norma subjetiva, autoeficacia e intención del emprendedor.

Observación directa:

Esta técnica permitió conocer la conducta y el comportamiento de los estudiantes dentro del lugar de estudio; para de esta manera, obtener datos válidos y realistas sobre la inteligencia emocional e intención emprendedora que poseen.

Validación

El instrumento se validó a través de una prueba piloto aplicada a los estudiantes del noveno y décimo ciclo de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja y, con esta, se obtuvo un total de 58 resultados.

Confiabilidad

Para la determinación de la confiabilidad del instrumento, integrado por dos cuestionarios, uno por cada variable, se utilizó el procedimiento estadístico del coeficiente de alfa de Cronbach. Para la interpretación de este coeficiente, se sugirieron los siguientes criterios de evaluación (ver Tabla 3).

Tabla 2.*Tabla de puntuaciones para la interpretación del coeficiente alfa de Cronbach*

Rango	Confiabilidad
0 - 0.53	Confiabilidad nula
0.54 - 0.59	Confiabilidad baja
0.60 - 0.65	Confiable
0.66 - 0.71	Muy confiable
0.72 - 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Tabla 3.*Confiabilidad de la variable de intención emprendedora*

Alfa de Cronbach	N.º de elementos
0.97	67

En la Tabla 3 se presentó el nivel de confiabilidad del instrumento que midió la intención emprendedora y que se obtuvo a través de la prueba piloto; para ello, se recogió datos de 48 estudiantes de la carrera de Administración de Empresas; y, de esta manera, se obtuvo un coeficiente de 0.97, lo que significó que el instrumento poseía una excelente confiabilidad.

Tabla 4.*Confiabilidad de la variable de intención emprendedora.*

Alfa de Cronbach	N.º de elementos
0.95	24

Por otro lado, la Tabla 4 evidenció el nivel de Cronbach del instrumento que midió la variable de inteligencia emocional y que dio como resultado un coeficiente de 0.95, lo que indicó que el instrumento reflejaba una consistencia interna aceptada.

5.4. Población

La población general de estudio estuvo constituida por 331 estudiantes de cuarto a octavo ciclo pertenecientes a la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja. Tomando en cuenta a aquellos estudiantes matriculados a partir del 2022, durante el periodo abril y septiembre del mismo año.

Criterios de Inclusión

Para la ejecución de la presente investigación, fue necesario plantear ciertos criterios de inclusión, que se mencionaron a continuación:

- Estudiantes mayores de 18 años.
- Estudiantes matriculados entre el cuarto y el octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.
- Estudiantes de la modalidad presencial.
- Estudiantes pertenecientes a la nueva malla curricular de la carrera.
- Estudiantes de la malla de 2009, para una prueba piloto.

5.5. Procedimiento

Primeramente, se recopiló información a través de las encuestas dirigidas a los estudiantes de cuarto a octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas. Para poder, determinar la relación entre las variables de inteligencia emocional y la intención emprendedora, se utilizó como herramienta de medición dos instrumentos, que fueron la TMMS-24 y el Cuestionario de intención emprendedora. Se aplicó el método de campo y descriptivo, el que permitió obtener información de primera mano, y conocer cuál es el nivel exacto de inteligencia emocional e intención emprendedora que tiene los estudiantes; por medio, de la calificación obtenida de los test aplicados.

Para conocer la influencia de las dimensiones de la inteligencia emocional e intención de emprender de los estudiantes, se emplearon los métodos descriptivo sintético y analítico, seguidamente, se aplicó el coeficiente de asociación (RHO) de Spearman; para de esta manera, saber si existe o no una relación entre la inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes de cuarto a octavo ciclo y determinar cuál es el tipo de influencia que tienen los estudiantes para emprender.

Para establecer un esquema de perfil emprendedor de habilidades emocionales para los estudiantes, se hizo uso del método descriptivo, y se diseñó un plan de acción con el objeto buscar el fortalecimiento de la intención emprendedora y los niveles de inteligencia emocional de los estudiantes. También, se propuso un diseño de perfil emprendedor de habilidades emocionales para fortalecer la intención emprendedora y los niveles de inteligencia emocional de los estudiantes.

A continuación, en la Tabla 5, se presentó la operacionalización de las dos variables del estudio; este proceso permitió encontrar elementos e indicadores concretos que ayudaron a cumplir con los objetivos planteados en la investigación.

Tabla 5.

Operacionalización de la variable de intención emprendedora y la variable de inteligencia emocional

Variable	Dimensiones	Subdimensión	Definición operacional
Intención emprendedora	Antecedentes personales	Estado civil	Estado civil
		Edad	Edad
		Género	Género
		Ciclo y paralelo	Ciclo y paralelo
		Estrato socioeconómico	Ingreso promedio mensual de su familia.
		Formación del padre	¿Cuál es el nivel de estudios alcanzados por su padre?
		Formación de la madre	¿Cuál es el nivel de estudios alcanzados por su madre?
		Ocupación del padre	¿Cuál es o fue la ocupación de su padre?
		Ocupación de la madre	¿Cuál es o fue la ocupación de su madre?
		Influencia de maestros	¿Algún profesor ha influido en su visión para crear ideas de negocios?
		Familiares empresarios	¿Algún miembro de su familia tiene una empresa y/o negocio?
		Amigos empresarios	¿Algún amigo cercano que tenga su propia empresa ha influido en su visión para los negocios?
		Experiencia	¿Tiene alguna experiencia laboral o ha sido contratado por una empresa?
	Normas sociales	Admiración	¿Usted admira a quienes tienen sus propios emprendimientos?
		Dueño	¿Cree que es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena?
		Poder	¿Cree que tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto?
	Características emprendedoras	Creatividad	Demuestra creatividad e innovación.
		Capacidad de organización	Tiene capacidad de organización.
		Trabajo en equipo	Le gusta trabajar en equipo.
		Optimismo	Es optimista y tiene visión a largo plazo.
Autonomía		Es autónomo para desarrollar sus iniciativas.	
Creencias	Influencia positiva de la familia	Cree que la familia desempeña un papel positivo en la creación y desarrollo de un negocio.	
	Cursos y asesoría	Cree que participar de cursos y programas de asesoría aumenta la intención para crear un negocio.	
Intención emprendedora	Creencias	Creencias religiosas	La religión incidiría en su intención para emprender.
		Dinero como recurso	Cree que el dinero es solo un factor más de los que se requiere para iniciar un negocio.
		Materias de emprendimiento	Cree que las asignaturas de la carrera desarrollan su intención de crear una empresa.
		Esfuerzo empresarial	Cree que ser empresario exige más dedicación que si se decide emplearse en una empresa.

Variable	Dimensiones	Subdimensión	Definición operacional
		Creación de empresas	Cree que es importante tener un negocio propio.
		Reto personal	Identificar y superar un reto personal motiva para crear una idea de negocio.
		Autorrealización	Lograr la autorrealización y satisfacción personal es una motivación para crear una idea de negocio.
		Ser el propio jefe	Ser el propio jefe y saber manejar el tiempo motivaría para crear una idea de negocio.
		Ayuda a otras personas	Dar empleo a otras personas es una motivación para crear una idea de negocio.
		Ser parte de la sociedad	Ser parte activa en la sociedad motiva para crear una idea de negocio.
		Apoyar el desarrollo de un lugar	Apoyar el desarrollo de un determinado lugar es una motivación para crear una idea de negocio.
		Escaso capital	Cuando se piensa en una idea de negocio desmotiva tener escaso capital.
	Actitud	Desconfianza	No arriesgarse es una desmotivación para crear una idea de negocio.
		Obligaciones académicas	Tener demasiadas obligaciones académicas en la facultad me desmotiva para crear una idea de negocio.
		Inexperiencia	La inexperiencia de los docentes en la creación de empresas es una desmotivación para crear una idea de negocio.
		Compañeros adversos	Tener compañeros adversos al riesgo me desmotiva para crear una idea de negocio.
		Idea de negocio	Cuando se piensa en una idea de negocio desmotiva no tener claro en qué actividad económica involucrarse.
		Insuficiente apoyo	El insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas es una desmotivación para crear una idea de negocio.
			Tener la posibilidad de tener una empresa, tan pronto termine la universidad.
			Las competencias permiten aprovechar oportunidades en el mercado.
			Tener una idea de negocio con posibilidades de éxito.
			La familia lo avalaría ante una entidad financiera para iniciar un negocio.
			Los programas de gobierno ayudan financieramente para iniciar un negocio.
			Aprovechar estudios previos de una realidad local permite descubrir ideas de negocio.
			Considerar trabajos de investigación desarrollados, da la oportunidad de encontrar ideas de negocio.
			Identificar negocios y sectores más dinámicos del mercado brinda una oportunidad para descubrir ideas de negocio.
Intención emprendedora	Oportunidades y recursos	Reconocimiento del mercado	

Variable	Dimensiones	Subdimensión	Definición operacional
Intención emprendedora		Ideas de negocio	Tener familiares empresarios o amigos empresarios es una oportunidad para descubrir ideas de negocio.
			Considera que tener buenas ideas o planes de negocio es un recurso valioso para crear uno.
		Recursos económicos	Tener habilidades es importante para crear una idea de negocio.
			Cree que ser capaz de salir siempre adelante es valioso para crear un negocio.
	Creatividad e innovación	Creatividad e innovación	A menudo, tiene ideas originales y las pone en práctica.
			Se cometen errores y hay equivocaciones, pero se sabe que se pueden hacer las cosas bien.
			Cuando se quiere algo, hay que insistir para conseguirlo.
			Cuando se invierte el dinero, prefiero arriesgarlo en algo que pueda darme más ganancias que en un depósito a plazo fijo.
	Confianza en sí mismos y sus capacidades.	Confianza en él mismo y sus capacidades.	No me resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema.
			Puedo resolver problemas con rapidez, incluso bajo presión.
Veo posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que hago.			
Creo con firmeza en que tendré éxito en todo lo que me proponga hacer.			
Perseverancia	Perseverancia	Creo con firmeza que, si la primera vez no lo logro, debo intentarlo una y otra vez.	
		Cuando pienso en emprender un negocio, no me asusta la idea de lo desconocido.	
		Cuando enfrento un problema, me gusta encontrar nuevas maneras para resolverlo.	
		Me considero una persona ingeniosa, en especial cuando se presentan situaciones difíciles.	
Capacidad para manejar problemas.	Capacidad para manejar problemas.	Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas.	
		No me desaliento si encuentro obstáculos para alcanzar mis metas.	
		Considero que a veces el riesgo es estimulante.	
		Estoy convencido de mis capacidades y sé muy bien cómo explotarlas.	
Aceptación del riesgo.	Aceptación del riesgo.	Creo en el refrán: "quien no arriesga no gana".	
		Estoy seguro de mis propias ideas y posibilidades.	
			Aunque no alcance mis objetivos en poco tiempo, no pierdo el interés.
			Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales.
			Creo que en la vida hay que tomar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.

Variable	Dimensiones	Subdimensión	Definición operacional
	Aceptación del riesgo.	Aceptación del riesgo.	Con frecuencia encuentro soluciones rápidas y eficaces a los problemas.
			Soy bueno para enfrentar una gran cantidad de problemas al mismo tiempo.
			Considero que la perseverancia es importante para llegar al éxito.
			Me siento seguro, incluso cuando alguien critica lo que he hecho.
Inteligencia emocional	Atención emocional	Capacidad para sentir	Presto mucha atención a mis emociones.
			Normalmente dedico tiempo a pensar en mis emociones.
			Pienso que merece la pena prestar atención a mis emociones y estado de ánimo.
			A menudo pienso en mis emociones.
Inteligencia emocional	Atención emocional	Capacidad para sentir	Dejo que mis emociones afecten a mis pensamientos.
			Normalmente me preocupo mucho por lo que siento.
			Presto mucha atención a cómo me siento.
			Pienso en mi estado de ánimo constantemente.
			Tengo claras mis emociones.
	Claridad emocional	Capacidad de comprender	Frecuentemente puedo definir mis emociones.
			Casi siempre sé cómo me siento.
			Normalmente reconozco mis emociones hacia las personas.
			A menudo, me doy cuenta de mis emociones en diferentes situaciones.
			Siempre puedo decir cómo me siento.
	Reparación emocional	Capacidad de regular	A veces puedo decir cuáles son mis emociones.
			Puedo llegar a comprender mis emociones.
			Aunque me sienta mal, procuro pensar en cosas positivas.
			Aunque a veces me siento triste, suelo tener una visión optimista.
			Cuando estoy triste, pienso en todo lo bonito de la vida.
			Intento tener pensamientos positivos, aunque me sienta mal.
			Tengo mucha energía cuando me siento feliz.
			Me preocupo por tener un buen estado de ánimo.
			Si las cosas se complican, trato de calmarme.
			Cuando estoy enojada(o) intento cambiar mi estado de ánimo.

6. Resultados

6.1 Resultados Estadísticos

Los resultados estadísticos se presentaron por ciclo, de acuerdo con lo expuesto en la Tabla 6.

Tabla 6.

Número de estudiantes de cuarto a octavo ciclo por paralelos

Ciclo	A	B	C	Frecuencia	Porcentaje
Cuarto	37	23	0	60	18.13 %
Quinto	25	27	36	88	26.59 %
Sexto	42	29	0	71	21.45 %
Séptimo	37	30	0	67	20.24 %
Octavo	45	0	0	45	13.60 %
Total	186	109	36	331	100 %

Nota. Adaptado de la Base de datos de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

6.1.1 Resultados de la Variable de Intención Emprendedora por Ciclo y Género

Tabla 7.

Puntaciones de la variable de intención emprendedora de acuerdo con cada dimensión

Dimensiones	Nivel bajo	Nivel medio	Nivel alto	Ítems
Influencia	0 – 6	7 – 14	15 - +	1 – 4
Normas sociales	0 – 5	6 – 11	12 - +	5 – 7
Características emprendedoras	0 – 8	9 – 18	19 - +	8 – 12
Creencias	0 – 11	12 – 25	26 - +	13 – 19
Actitud	0 – 18	19 – 42	43 - +	20 – 32
Oportunidades y recursos	0 – 21	22 – 49	50 - +	33 – 46
Creatividad e innovación	0 – 8	9 – 15	16 - +	47 – 51
Confianza en él mismo y sus capacidades	0 – 8	9 – 15	16 - +	52 – 56
Perseverancia	0 – 8	9 – 15	16 - +	57 – 61
Capacidad para manejar problemas	0 – 8	9 – 15	16 - +	62 – 66
Aceptación del riesgo	0 – 8	9 – 15	16 - +	67 – 71

Nota. Medidas de evaluación de la inteligencia emocional y de la intención emprendedora.

Tabla 8.

Calificaciones obtenidas de la variable de intención emprendedora de acuerdo con cada dimensión

Dimensiones	Masculino				
	CUARTO	QUINTO	SEXTO	SEPTIMO	OCTAVO
Creatividad e innovación	19	19	19	20	20
Confianza en él mismo y sus capacidades	19	19	20	21	21
Perseverancia	20	19	20	21	21

Capacidad para manejar problemas	21	20	21	21	21
Aceptación del riesgo	20	20	21	21	20
Antecedentes	15	14	14	14	14
Normas sociales	14	13	13	13	12
Características emprendedoras	21	20	21	21	21
Creencias	28	27	26	29	26
Actitud	52	49	50	52	48
Oportunidades y Recursos	56	54	55	57	52

Femenino

Dimensiones	CUARTO	QUINTO	SEXTO	SEPTIMO	OCTAVO
Creatividad e innovación	19	19	19	19	20
Confianza en él mismo y sus capacidades	20	19	20	20	20
Perseverancia	19	19	19	20	20
Capacidad para manejar problemas	21	21	20	20	22
Aceptación del riesgo	20	20	20	20	20
Antecedentes	14	14	14	14	15
Normas sociales	13	13	13	13	13
Características emprendedoras	20	21	20	20	21
Creencias	27	28	27	27	29
Actitud	49	52	50	50	53
Oportunidades y Recursos	56	56	54	55	55

Nota. Encuesta de intención emprendedora

6.1.2 Antecedentes Personales y Familiares

Tabla 9.

Características sociodemográficas de los estudiantes (edad)

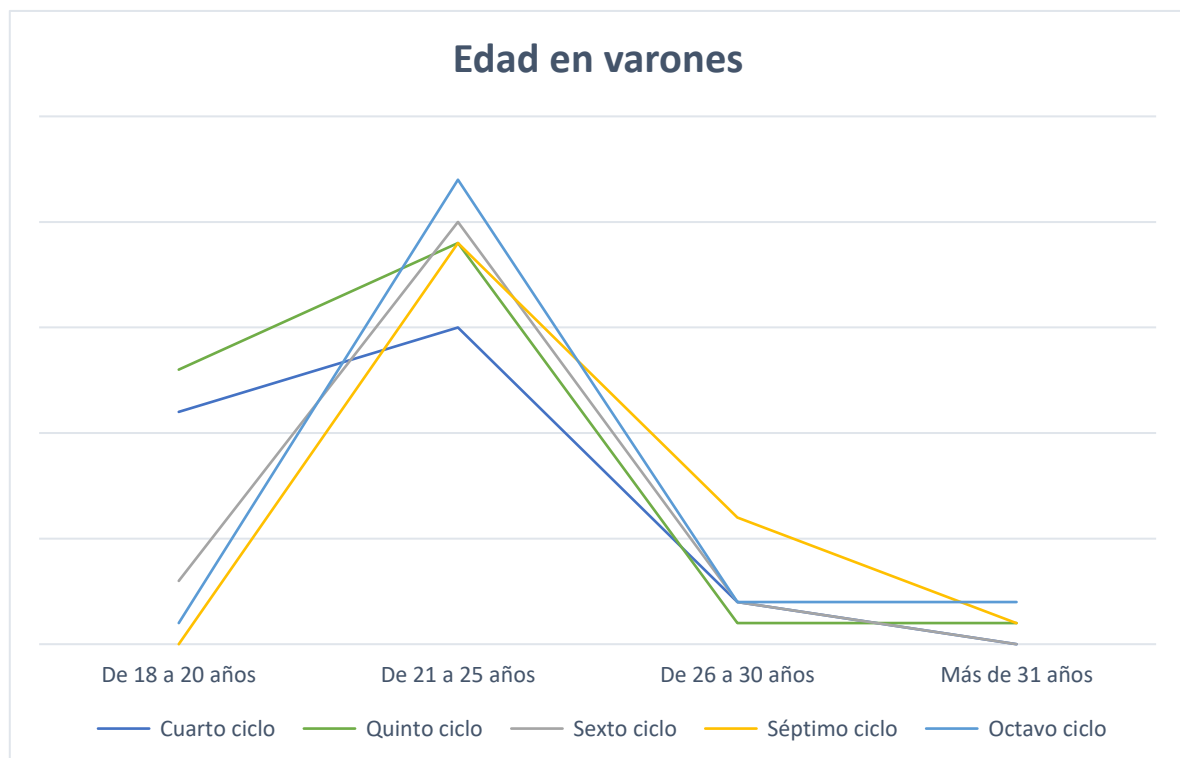
Cuarto ciclo		Masculino		Femenino	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Edad	De 18 a 20 años	11	39.29 %	17	53.13 %
	De 21 a 25 años	15	53.57 %	15	46.88 %
	De 26 a 30 años	2	7.14 %	0	0.00 %
	Más de 31 años	0	0.00 %	0	0.00 %
	Total	28	100 %	32	100 %
Quinto ciclo		Masculino		Femenino	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Edad	De 18 a 20 años	13	38.24 %	16	29.63 %
	De 21 a 25 años	19	55.88 %	32	59.26 %
	De 26 a 30 años	1	2.94 %	5	9.26 %
	Más de 31 años	1	2.94 %	1	1.85 %
	Total	34	100 %	54	100 %
Sexto ciclo		Masculino		Femenino	

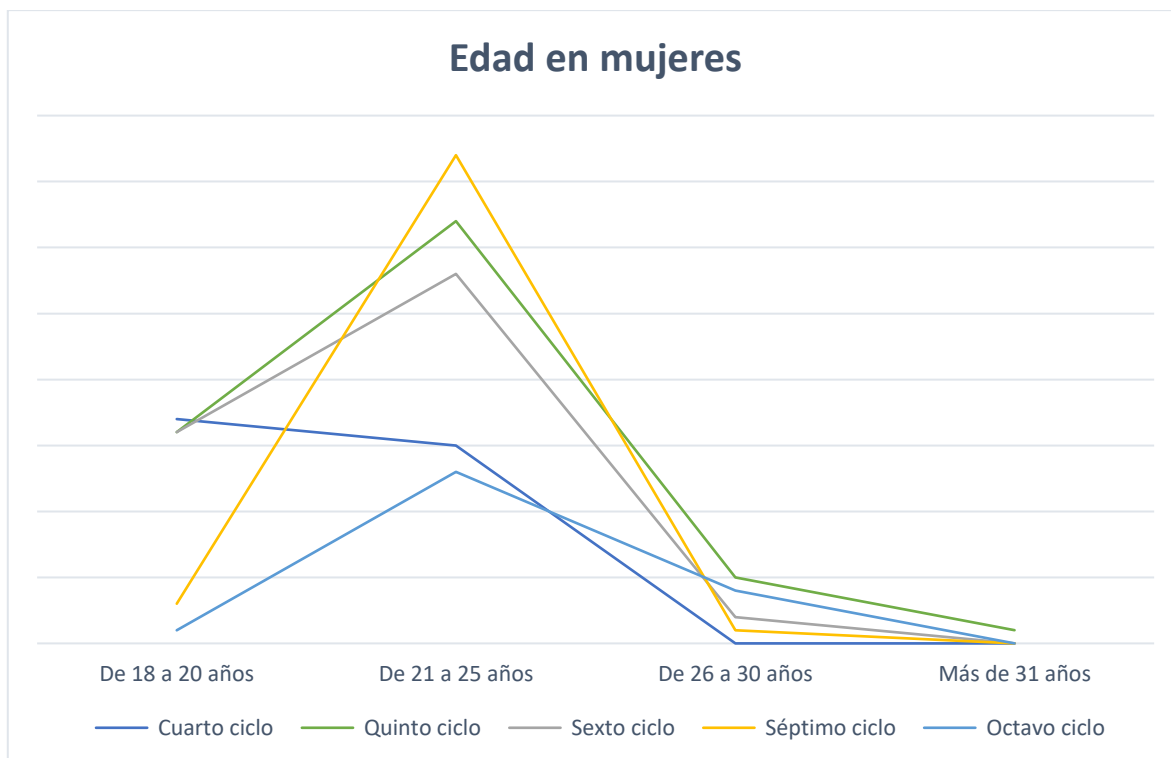
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Edad	De 18 a 20 años	3	12.00 %	16	34.78 %
	De 21 a 25 años	20	80.00 %	28	60.87 %
	De 26 a 30 años	2	8.00 %	2	4.35 %
	Más de 31 años	0	0.00 %	0	0.00 %
	Total	25	100 %	46	100 %
Séptimo ciclo		Masculino		Femenino	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Edad	De 18 a 20 años	0	0.00 %	3	7.32 %
	De 21 a 25 años	19	73.08 %	37	90.24 %
	De 26 a 30 años	6	23.08 %	1	2.44 %
	Más de 31 años	1	3.85 %	0	0.00 %
	Total	26	100 %	41	100 %
Octavo ciclo		Masculino		Femenino	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Edad	De 18 a 20 años	1	3.70 %	1	5.56 %
	De 21 a 25 años	22	81.48 %	13	72.22 %
	De 26 a 30 años	2	7.41 %	4	22.22 %
	Más de 31 años	2	7.41 %	0	0.00 %
	Total	27	100 %	18	100 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 3.

Características sociodemográficas de los estudiantes, segmentadas por género (edad)





Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Análisis e Interpretación:

Del total de encuestados, se evidenció que los estudiantes varones de cuarto ciclo que mayor edad tienen son de 21 a 15 años con un 53,57%, seguido de 18 a 20 años con 39.29%, y 26 a 30 años con el 7,14%. Mientras que, las mujeres que mayor edad poseen son de 18 a 20 años con un 53,13% y de 21 a 25 años con 46,88%.

En el quinto ciclo se pudo evidenciar que la mayor parte de los varones poseen una edad de 21 y los 25 años con el 55.88 %; el 38.24 % de 18 y 20 años; y, el 2.94 % son de 26 y 30 años y de más a 31 años. En el caso de las mujeres, las edades con mayor porcentaje son de 21 y los 25 años, con el 59.26 %; el 29.63 % con 18 y 20 años, el 9.26 % de 26 a 30 años y el 1.85 %, de más de 31 años.

En el sexto ciclo se pudo evidenciar que la mayor parte de los varones poseen una edad de 21 y los 25 años con el 80 %; el 12 % de 18 y 20 años y el 8 % están entre 26 y 30 años. Mientras que, las mujeres, con mayor edad son de 21 y los 25 años, con el 60.87 %; el 34.78 % con 18 y 20 años, y el 4.35 % de 26 a 30 años.

En el séptimo ciclo se evidenció que la mayoría de los varones tienen edades de 21 a 25 años con el 73.08 %; el 23.08 % de 26 y 30 años; y, el 3.85 % de más de 31 años. En cambio, las mujeres con mayor edad son de 21 y 25 años con el 90.24 %; el 7.32 % de 18 y 20 años; y, el 2.44 % de 26 y 30 años.

En el octavo ciclo se evidenció que la mayoría de los varones poseen edades de 21 a 25 años con el 73.08 %; el 23.08 % son de 26 y 30 años y el 3.85 % de más de 31 años. En cambio, las mujeres con mayor edad son de 21 y 25 años con el 90.24 %; el 7.32 % de 18 y 20 años y el 2.44 % de 26 y 30 años.

Tabla 10.

Características sociodemográficas de los estudiantes (estado civil)

Cuarto ciclo		Masculino		Femenino	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Estado civil	Soltero	28	100.00 %	32	100.00 %
	Casado	0	0.00 %	0	0.00 %
	Unión libre	0	0.00 %	0	0.00 %
	Divorciado	0	0.00 %	0	0.00 %
	Total	28	100 %	32	100 %
Quinto ciclo		Masculino		Femenino	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Estado civil	Soltero	33	97.06 %	52	96.30 %
	Casado	1	2.94 %	2	3.70 %
	Unión libre	0	0.00 %	0	0.00 %
	Divorciado	0	0.00 %	0	0.00 %
	Total	34	100 %	54	100 %
Sexto ciclo		Masculino		Femenino	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Estado civil	Soltero	25	100.00 %	45	97.83 %
	Casado	0	0.00 %	1	2.17 %
	Unión libre	0	0.00 %	0	0.00 %
	Divorciado	0	0.00 %	0	0.00 %
	Total	25	100 %	46	100 %
Séptimo ciclo		Masculino		Femenino	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Estado civil	Soltero	24	92.31 %	38	92.68 %
	Casado	2	7.69 %	2	4.88 %
	Unión libre	0	0.00 %	1	2.44 %
	Divorciado	0	0.00 %	0	0.00 %
	Total	26	100 %	41	100 %
Octavo ciclo		Masculino		Femenino	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Estado civil	Soltero	23	92.00 %	18	100.00 %
	Casado	2	8.00 %	0	0.00 %
	Unión libre	0	0.00 %	0	0.00 %
	Divorciado	0	0.00 %	0	0.00 %
	Total	25	100 %	18	100 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 4.
Características sociodemográficas de los estudiantes segmentada por género (estado civil)



Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Análisis e Interpretación:

Del total de encuestados, se evidencia que el estado civil de los varones y mujeres de cuarto ciclo el 100% son solteros.

En el quinto ciclo se evidencia, que el estado civil de los varones con el 97,06% son solteros y el 2,94% son casados. En cambio, las mujeres con el 96,30% son solteras y el 3,70% son casadas.

En el sexto ciclo se evidencia, que el estado civil de los varones, el 100% son solteros. En cambio, las mujeres con el 97,83% son solteras y el 2,17% son casadas.

En el séptimo ciclo se evidencia, que el estado civil de los varones con el 92,31% son solteros y el 7,69% son casados. En cambio, las mujeres un 92,68% son solteras y el 2,44% son casadas.

En el octavo ciclo se evidencia, que el estado civil de los varones un 92% son solteros y el 8% son casados. En cambio, las mujeres el 100% son solteras.

Tabla 11.

Monto de ingresos mensuales de los estudiantes.

Cuarto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
De \$0 a \$500	11	39.29 %	15	46.88 %
De \$600 a \$1000	5	17.86 %	13	40.63 %
Más de \$1000	12	42.86 %	4	12.50 %
Total	28	100 %	32	100 %
Quinto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
De \$0 a \$500	22	64.71 %	33	61.11 %
De \$600 a \$1000	6	17.65 %	13	24.07 %
Más de \$1000	6	17.65 %	8	14.81 %
Total	34	100 %	54	100 %
Sexto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
De \$0 a \$500	18	72.00 %	20	43.48 %
De \$600 a \$1.000	3	12.00 %	20	43.48 %
Más de \$1000	4	16.00 %	6	13.04 %
Total	25	100 %	46	100 %
Séptimo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
De \$0 a \$500	15	57.69 %	25	60.98 %
De \$600 a \$1000	6	23.08 %	11	26.83 %
Más de \$1000	5	19.23 %	5	12.20 %
Total	26	100 %	41	100 %
Octavo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
De \$0 a \$500	13	48.15 %	10	55.56 %
De \$600 a \$1000	3	11.11 %	5	27.78 %
Más de \$1000	11	40.74 %	3	16.67 %
Total	27	100 %	18	100 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 5.
Monto de ingresos mensuales de los estudiantes



Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Análisis e Interpretación:

Del total de encuestados, se demuestra que los estudiantes varones de cuarto ciclo con el 42,86%, posee un ingreso mensual más de \$1000; el 39,29%, de \$0 a \$500; y, el 17.86 % de

\$600 a \$1000. En cambio, las mujeres el 46.88 % tienen un ingreso de \$0 a \$500; un 40.63 % de \$600 a \$1000; y, el 12.50 % más de \$1000.

En el quinto ciclo, se demuestra que la mayor parte percibe un ingreso mensual de 0 a 500 dólares con el 64.71 % para hombres y el 61.11 % para mujeres; seguido de 600 a 1000 dólares mensual con el 17.65 % para hombres y para mujeres el 24.07 %; y, con ingresos superiores a 1000 dólares con el 17.65 % para hombres y con el 14.81 % para mujeres.

En el sexto ciclo, se identificó que, en los varones, en su mayoría, poseen ingresos mensuales de 0 y 500 dólares, con un 72 %, el 12 % percibía ingresos de 600 a 1000 dólares y el 16 % ingresos superiores a 1000 dólares; en cambio, las mujeres, con el 43.48 % tienen ingresos de 0 a 500 dólares; los que, perciben ingresos entre 600 y 1000 dólares poseen la misma proporción; con aquellos, que obtienen ingresos superiores a 1000 dólares, con el 13.04 %.

El séptimo ciclo, evidencio quienes perciben ingresos mensuales entre 0 a 500 dólares representan el 57.69 % hombres y 60.98 % mujeres; en cambio, los que tienen ingresos entre 600 a 1000 dólares son el 23.08 % hombres y 26.83 % mujeres; y, los que poseen ingresos mayores a 1000 dólares un 19.23 % son hombres y el 12.20 % mujeres.

En el octavo ciclo, se evidencia que los ingresos mensuales de los varones, en su mayoría, son de 0 a 500 dólares con el 48.15 %; el 11.11 % entre 600 a 1000 dólares; y, el 40.74 % sobrepasan los 1000 dólares; por lo tanto, las mujeres poseen ingresos de 0 a 500 dólares el 55.56 %; ingresos entre 600 a 1000 dólares un 27.78 % y el 16.67 % ingresos superiores de 1000 dólares.

Tabla 12.

Nivel de estudios académicos de los padres de los estudiantes

Cuarto ciclo		Masculino		Femenino	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
¿Cuál es el nivel de estudios alcanzados por tu padre?	Primaria completa o incompleta.	6	21.43 %	12	37.50 %
	Secundaria completa o incompleta.	13	46.43 %	15	46.88 %
	Universidad completa o incompleta.	6	21.43 %	4	12.50 %
	Posgrado completo o incompleto.	3	10.71 %	1	3.13 %
	Total	28	100 %	32	100 %
¿Cuál es el nivel de estudios	Primaria completa o incompleta.	6	21.43 %	8	25.00 %
	Secundaria completa o incompleta.	13	46.43 %	14	43.75 %

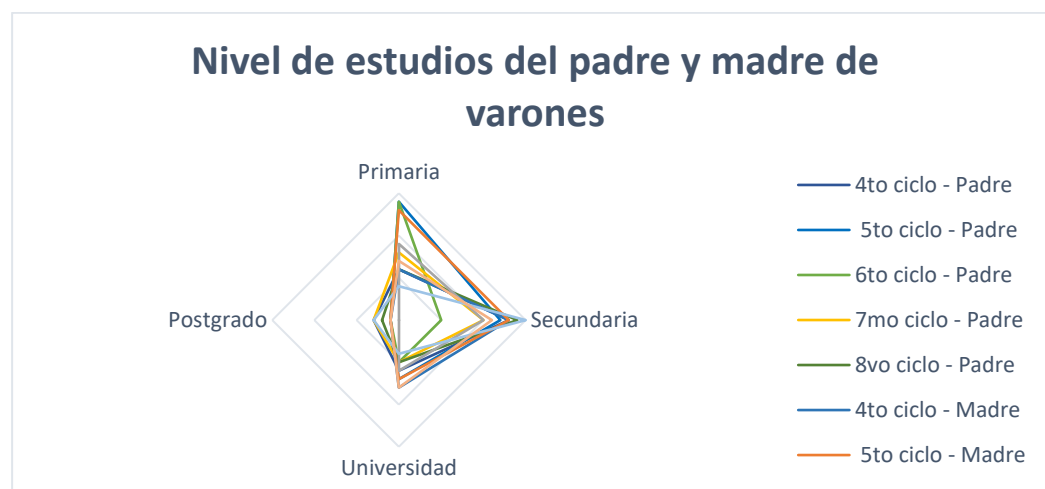
alcanzados por tu madre?	Universidad completa o incompleta.	8	28.57 %	9	28.13 %
	Posgrado completo o incompleto.	1	3.57 %	1	3.13%
	Total	28	100 %	32	100 %
		Masculino		Femenino	
Quinto ciclo		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
	Primaria completa o incompleta.	14	41.18 %	26	48.15 %
¿Cuál es el nivel de estudios alcanzados por tu padre?	Secundaria completa o incompleta.	12	35.29 %	17	31.48 %
	Universidad completo o incompleto.	7	20.59 %	10	18.52 %
	Posgrado completo o incompleto.	1	2.94 %	1	1.85 %
	Total	34	100 %	54	100 %
	Primaria completa o incompleta.	13	38.24 %	27	50.00 %
¿Cuál es el nivel de estudios alcanzados por tu madre?	Secundaria completa o incompleta.	13	38.24 %	13	24.07 %
	Universidad completa o incompleta.	7	20.59 %	10	18.52 %
	Posgrado completo o incompleto.	1	2.94 %	4	7.41 %
	Total	34	100 %	54	100 %
		Masculino		Femenino	
Sexto ciclo		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
	Primaria completa o incompleta.	14	56.00 %	17	36.96 %
¿Cuál es el nivel de estudios alcanzados por tu padre?	Secundaria completa o incompleta.	5	20.00 %	22	47.83 %
	Universidad completa o incompleta.	5	20.00 %	4	8.70 %
	Posgrado completo o incompleto.	1	4.00 %	3	6.52 %
	Total	25	100 %	46	100 %
	Primaria completo o incompleto.	9	36.00 %	17	36.96 %
¿Cuál es el nivel de estudios alcanzados por tu madre?	Secundaria completo o incompleto.	10	40.00 %	17	36.96 %
	Universidad completa o incompleta.	6	24.00 %	7	15.22 %
	Posgrado completo o incompleto.	0	0.00 %	5	10.87 %
	Total	25	100 %	46	100 %
		Masculino		Femenino	
Séptimo ciclo		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
	Primaria completa o incompleta.	8	30.77 %	13	31.71 %
¿Cuál es el nivel de estudios alcanzados por tu padre?	Secundaria completa o incompleta.	10	38.46 %	21	51.22 %
	Universidad completa o incompleta.	5	19.23 %	3	7.32 %

	Posgrado completo o incompleto.	3	11.54 %	4	9.76 %
	Total	26	100 %	41	100 %
¿Cuál es el nivel de estudios alcanzados por tu madre?	Primaria completa o incompleta.	4	15.38 %	16	39.02 %
	Secundaria completa o incompleta.	15	57.69 %	18	43.90 %
	Universidad completa o incompleta.	4	15.38 %	5	12.20 %
	Posgrado completo o incompleto.	3	11.54 %	2	4.88 %
	Total	26	100 %	41	100 %
Octavo ciclo		Masculino		Femenino	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
¿Cuál es el nivel de estudios alcanzados por tu padre?	Primaria completa o incompleta.	6	22.22 %	9	50.00 %
	Secundaria completa o incompleta.	14	51.85 %	7	38.89 %
	Universidad completa o incompleta.	5	18.52 %	2	11.11 %
	Posgrado completo o incompleto.	2	7.41 %	0	0.00 %
	Total	27	100 %	18	100 %
¿Cuál es el nivel de estudios alcanzados por tu madre?	Primaria completa o incompleta.	7	25.93 %	6	33.33 %
	Secundaria completa o incompleto.	11	40.74 %	10	55.56 %
	Universidad completo o incompleto.	8	29.63 %	2	11.11 %
	Postgrado completo o incompleto.	1	3.70 %	0	0.00 %
	Total	27	100 %	18	100 %

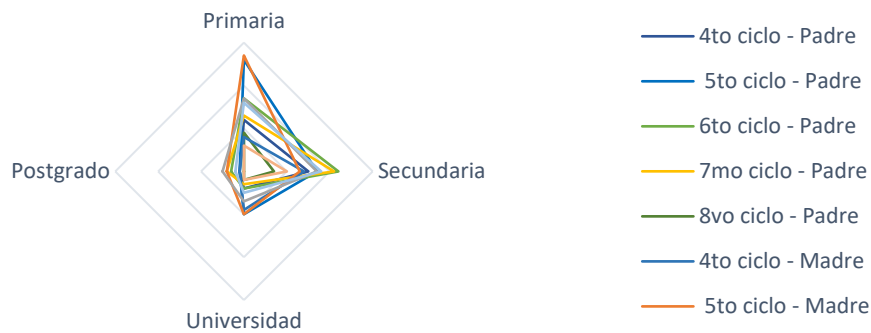
Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 6.

Nivel de estudios académicos de los padres de los estudiantes



Nivel de estudios del padre y madre de mujeres



Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo, al total de encuestados de cuarto ciclo, se demuestra que la mayoría de los padres de los estudiantes varones solo estudiaron la secundaria el 46.43 %; por otro lado, en igual porcentaje se encuentran padres de familia cursando la primaria y la universidad con el 21.43 %, y el 10.71 % cursa el posgrado. Las madres, al igual los padres, en su mayoría, poseen la secundaria el 46.43 %; mientras que, el 28.57 % estudiaron la universidad, el 21.43 % han cursado la primaria y el 3.57 % había realizado un postgrado. Para las mujeres, sus padres con el 46.88 %; y, sus madres con el 43.75%, han cursado la secundaria. Los padres que han realizado la primaria son el 37.50 % y las madres que cursaron la universidad representan el 28.13 %; posteriormente, los padres que habían cursado la universidad son el 12.50 % y las madres con primaria el 25 %. Finalmente, los padres y las madres con postgrado con un porcentaje similar al 3.13 %.

En el quinto ciclo, se evidencia que los varones la mayor parte de sus padres solo han cursado la primaria el 41.18 %; el 35.29 % la secundaria; un 20.59 % los estudios universitarios; y, el 2.94 % tienen posgrados; en cuanto, a las madres el 38,24% cursaron la primaria y secundaria, por otro lado, las que realizaron estudios universitarios es un 10.59 % y solo el 2.94 % estudiaron posgrados. En relación con las mujeres, la mayoría de los padres poseen estudios de primaria el 48.15 %; un, 31.48 % secundaria, el, 18.52 % universidad; y, el 1.85 % posgrado; en relación con las madres, han cursado la primaria un 50 %, la secundaria el 24.07 %, la universidad con el 18.52 % y el 7.41 % posgrados.

Para el sexto ciclo, se demuestra en el caso de los varones, sus papás han estudiado la primaria el 56 %; la, secundaria y la universidad, el 20 % y tan solo el 4 % ha realizado estudios de posgrado; en cuanto, a las madres, en su mayoría, han cursado la secundaria el 40 %, la

primaria un 36 % y la universidad el 24 %; por otro lado, para las mujeres, la mayoría de padres han cursado la secundaria el 47.83 %, primaria un 36.96 %, la universidad con el 8.70 % y el 6.52 % tenía estudios de posgrado; mientras que, las madres, que han cursaron la primaria y la secundaria son el 36.96 %; el, 15.22 % tenían estudios universitarios y el 10.85 %, estudios de posgrado.

En el séptimo ciclo, se pudo evidenciar que los padres de los varones, en su mayoría, han cursado la secundaria el 38.46 %; el 30.77 % la primaria; el 19.23 % la universidad; y, el 11.54 %, estudios de posgrado; en cambio, en las madres el 57.69 % tienen estudios secundarios, seguido por las mujeres con primaria y con universidad, dado que ambas categorías tenían un 15.38 % y, finalmente, el 11.54 % había realizado posgrados. En relación con las mujeres, sus padres, en su mayoría, han cursado la secundaria el 51.22 %, seguido por la primaria un 31,1 %; mientras que, el 7.32 % tienen estudios universitarios; y, el 9.76 % posgrados; en cuanto, a las madres, el 43.90 % ha realizado estudios secundarios, el 39.02 % la primaria, el 12.20 %, universidad y el 4.88 % estudios de posgrado.

En octavo ciclo, se pudo evidenciar que, en los varones, la mayoría de los padres ha cursado la secundaria 38.46 %; mientras que, el 30.77 % solo la primaria, el 19.23 % los estudios universitarios y el 11.54 % los postgrados; en las madres, el de 57.69 % con los estudios secundarios; seguido, de la primaria y universidad con el 15.38 % y, finalmente, el 11.54 % tenían posgrados. En relación con las mujeres, los padres, en su mayoría, cursaron la secundaria con el 51.22 %; seguido, de la primaria con el 31.71 %, los que realizaron estudios universitarios son el 7.32 % y los posgrados un 9.76 %; en relación con las madres, el 43.90 % realizaron estudios secundarios, el 39.02 %, de primaria el 12.20 % tuvo estudios universitarios y el 4.88 % estudios de posgrado.

Tabla 13.
Ocupación de los padres de los estudiantes.

Cuarto ciclo	Masculino		Femenino		
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
¿Cuál es la ocupación de tu padre?	Empleado o contratista.	15	53.57 %	21	65.63 %
	Comerciante, emprendedor.	2	7.14 %	4	12.50 %
	Trabajador independiente.	11	39.29 %	7	21.88 %
	Labores domésticas en su hogar.	0	0.00 %	0	0.00 %
	Total	28	100 %	32	100 %
¿Cuál es la ocupación de tu madre?	Empleado o contratista.	10	35.71 %	8	25.00 %
	Comerciante, emprendedor.	4	14.29 %	7	21.88 %
	Trabajador independiente.	3	10.71 %	4	12.50 %

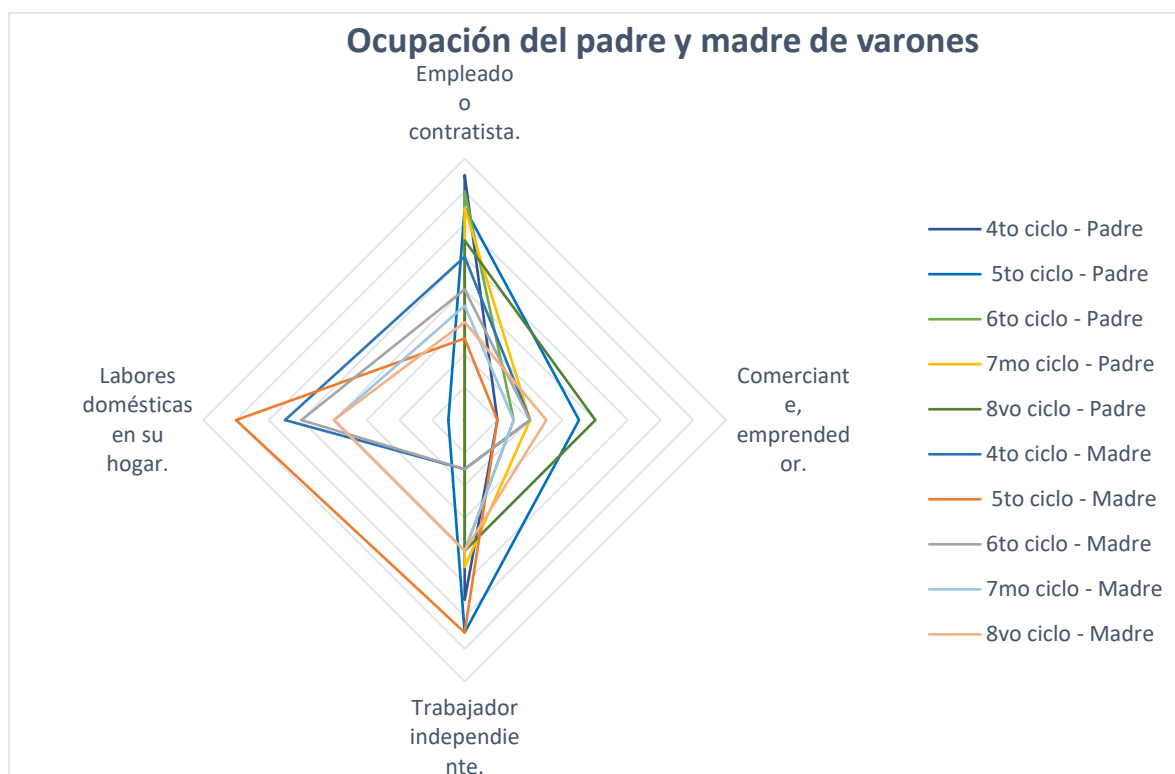
	Labores domésticas en su hogar.	11	39.29 %	13	40.63 %
	Total	28	100 %	32	100 %
Quinto ciclo		Masculino		Femenino	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
¿Cuál es la ocupación de tu padre?	Empleado o contratista.	13	38.24 %	23	42.59 %
	Comerciante, emprendedor.	7	20.59 %	6	11.11 %
	Trabajador independiente.	13	38.24 %	25	46.30 %
	Labores domésticas en su hogar.	1	2.94 %	0	0.00 %
	Total	34	100 %	54	100 %
¿Cuál es la ocupación de tu madre?	Empleado o contratista.	5	14.71 %	13	24.07 %
	Comerciante, emprendedor.	2	5.88 %	7	12.96 %
	Trabajador independiente.	13	38.24 %	10	18.52 %
	Labores domésticas en su hogar.	14	41.18 %	24	44.44 %
	Total	34	100 %	54	100 %
Sexto ciclo		Masculino		Femenino	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
¿Cuál es la ocupación de tu padre?	Empleado o contratista.	14	56.00 %	26	56.52 %
	Comerciante, emprendedor.	3	12.00 %	7	15.22 %
	Trabajador independiente.	8	32.00 %	13	28.26 %
	Labores domésticas en su hogar.	0	0.00 %	0	0.00 %
	Total	25	100 %	46	100 %
¿Cuál es la ocupación de tu madre?	Empleado o contratista.	8	32.00 %	13	28.26 %
	Comerciante, emprendedor.	4	16.00 %	8	17.39 %
	Trabajador independiente.	3	12.00 %	10	21.74 %
	Labores domésticas en su hogar.	10	40.00 %	15	32.61 %
	Total	25	100 %	46	100 %
Séptimo ciclo		Masculino		Femenino	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
¿Cuál es la ocupación de tu padre?	Empleado o contratista.	13	50.00 %	20	48.78 %
	Comerciante, emprendedor.	4	15.38 %	7	17.07 %
	Trabajador independiente.	9	34.62 %	14	34.15 %
	Labores domésticas en su hogar.	0	0.00 %	0	0.00 %
	Total	26	100 %	41	100 %
¿Cuál es la ocupación de tu madre?	Empleado o contratista.	7	26.92 %	13	31.71 %
	Comerciante, emprendedor.	3	11.54 %	5	12.20 %
	Trabajador independiente.	8	30.77 %	10	24.39 %
	Labores domésticas en su hogar.	8	30.77 %	13	31.71 %
	Total	26	100 %	41	100 %

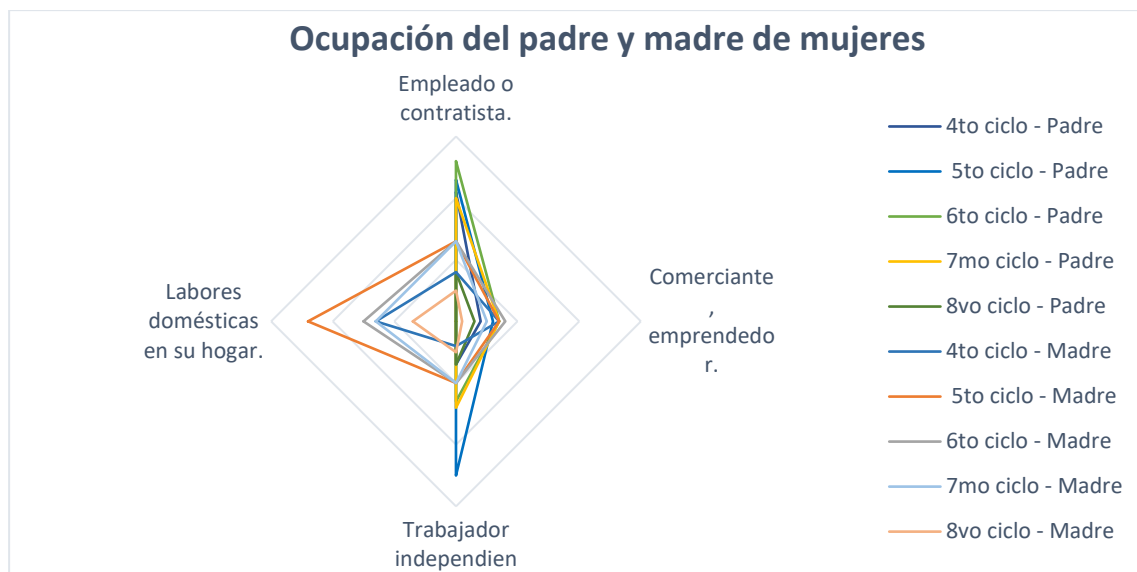
Octavo ciclo		Masculino		Femenino	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
¿Cuál es la ocupación de tu padre?	Empleado o contratista.	11	40.74 %	8	44.44 %
	Comerciante, emprendedor.	8	29.63 %	3	16.67 %
	Trabajador independiente.	8	29.63 %	7	38.89 %
	Labores domésticas en su hogar.	0	0.00 %	0	0.00 %
	Total	27	100 %	18	100 %
¿Cuál es la ocupación de tu madre?	Empleado o contratista.	6	22.22 %	5	27.78 %
	Comerciante, emprendedor.	5	18.52 %	1	5.56 %
	Trabajador independiente.	8	29.63 %	5	27.78 %
	Labores domésticas en su hogar.	8	29.63 %	7	38.89 %
	Total	27	100 %	18	100 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 7.

Ocupación de los padres de los estudiantes





Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Análisis e Interpretación:

Del total de encuestados, se observó en relación con la ocupación de los padres que el 53.57 % de los papas de los varones son empleados o contratistas, el 39.29 % trabajadores independientes, y el 7.14 % comerciantes; en cambio, a las madres, en su mayoría, realizan labores domésticas, el 39.29 %; mientras que, el 35.71 % son empleadas o contratistas, el 14.29 % comerciantes y el 10.71 % trabajadores independientes. Para las mujeres, se demuestra que el 65.63 % de los padres son empleados o contratistas, el 21.88 % trabajadores independientes, y el 12.50 % se dedican al comercio; por otro lado, el 40.63 % de las madres realizan labores domésticas, el 25 % son empleadas o contratistas, el 21.88 % comerciantes, y el 12.50 % realizan trabajos independientes.

En el quinto ciclo, se evidencia que, en los varones, el 38.24 % de sus papás son empleados o contratistas y se dedicaban a trabajos independientes; el 20.59 % realiza actividades de comercio, y el 2.94 % realizan actividades de hogar; por su parte, las madres, en su mayoría, realizan labores domésticas el 41.18 %; en cambio, un 38.24 % realiza trabajos independientes, el 14.71 % son empleadas o contratistas, y el 5.88 % realizan actividades comerciales. En relación con las mujeres, sus papas, en su mayoría, se dedican a trabajos independientes con el 46.30 %; el 42.59 % son empleados o contratistas, y el 11.11 % realizan trabajos independientes; las madres, en su mayoría, realizan actividades domésticas, un 44.44 %; el 24.07 % son empleadas o contratistas, el 18.52 % son trabajadoras independientes y el 12.96 % comerciantes.

En el sexto ciclo, en los varones, se observa que el 56 % de sus padres son empleados o contratistas, el 32 % son trabajadores independientes y el 12 % realizan actividades comerciales; las madres, por el contrario, en su mayoría, realizan actividades del hogar el 40 %; mientras que, el 32 % son empleadas o contratistas, un 16 % comerciantes o emprendedoras, y el 12 % realizaba labores independientes. Para las mujeres, mayoría de los papás son empleados o contratistas con el 56.52 %; el 28.26 % son trabajadores independientes, y el 15.22 % comerciantes o emprendedores. En relación con las madres, 32.61 % realizan labores domésticas, un 28.26 % son empleada o contratista, el 21.74 % hacen trabajos independientes, y el 17.39 % son comerciantes.

En el séptimo ciclo, se observa que el 50 % de los papás de los varones son empleados o contratistas, el 34.62 % e trabajadores independientes, y el 15.38 % comerciantes o emprendedores; en cuanto a las madres, son trabajadoras independientes y realizaban labores domésticas el 30.77 %; el 26.92 % son empleadas o contratistas, y el 11.54 % se dedican a actividades comerciales o de emprendimiento. Para las mujeres, los papás, en su mayoría, son empleados o contratistas con el 48.78 %, el 34.15 % eran trabajadores independientes y el 17.07 % comerciantes o emprendedores; por otra parte, las madres tuvieron el mismo porcentaje de 31.71 % son amas de casa y empleadas, el 24.39 % trabajadoras independientes y el 12.20 % realizan actividades de comercio o emprendimiento.

En el octavo ciclo, para los varones, la mayoría de sus papás son empleados o contratistas un 40.79 % y trabajadores independientes; y quienes, se dedican a actividades comerciales son el 29.63 %; en cuanto, a las madres, que son las amas de casa y trabajadoras independientes son un 29.63 %; el 22.22 % son empleadas o contratistas y el 18.52 % comerciantes o emprendedoras. Para las mujeres, la mayoría de los papás son empleados o contratistas con el 44.44 %; el 38.89 % trabajadores independientes, y el 16.67 % se dedican a actividades comerciales; por su parte, las madres, en mayor porcentaje, realizaban actividades del hogar con el 38.89 %, las madres que son empleadas y aquellas que realizaban trabajos independientes son el 27.78 % y, finalmente, están las madres que son comerciantes y emprendedoras con el 5.56 %.

Tabla 14.*Nivel de influencia personal en la intención de crear una empresa*

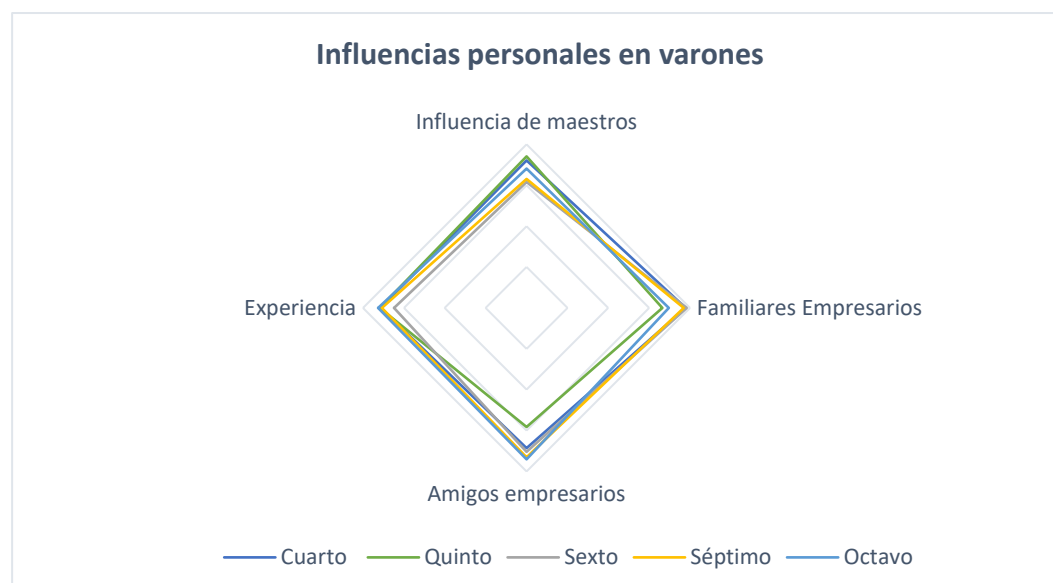
Cuarto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 6)	0	0.00 %	1	3.13 %
Nivel medio (7 - 14)	14	50.00 %	15	46.88 %
Nivel alto (15 - +)	14	50.00 %	16	50.00 %
Total	28	100 %	32	100 %

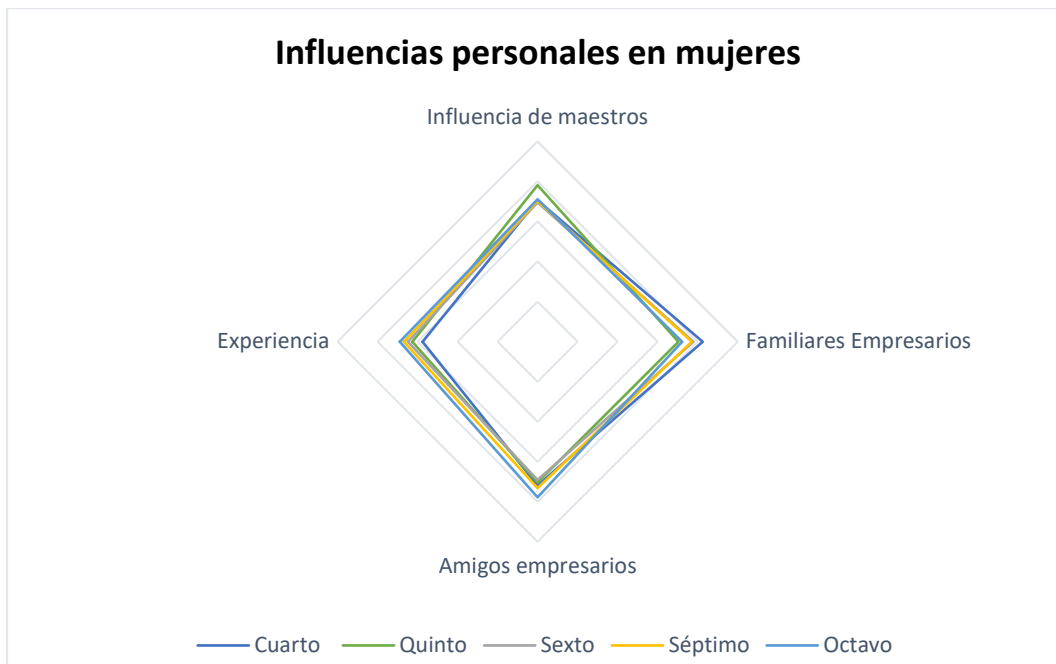
Quinto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 6)	2	5.88 %	2	3.70 %
Nivel medio (7 - 14)	17	50.00 %	23	42.59 %
Nivel alto (15 - +)	15	44.12 %	29	53.70 %
Total	34	100 %	54	100 %

Sexto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 6)	1	4.00 %	0	0.00 %
Nivel medio (7 - 14)	14	56.00 %	24	52.17 %
Nivel alto (15 - +)	10	40.00 %	22	47.83 %
Total	25	100 %	46	100 %

Séptimo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 6)	2	7.69 %	1	2.44 %
Nivel medio (7 - 14)	10	38.46 %	16	39.02 %
Nivel alto (15 - +)	14	53.85 %	24	58.54 %
Total	26	100 %	41	100 %

Octavo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 6)	0	0.00 %	0	0.00 %
Nivel medio (7 - 14)	14	51.85 %	8	44.44 %
Nivel alto (15 - +)	13	48.15 %	10	55.56 %
Total	27	100 %	18	100 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.**Figura 8.***Nivel de influencia personal en la intención de crear una empresa*



Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora

Análisis e Interpretación:

Del total de encuestados, En el cuarto ciclo se pudo observar que los varones tuvieron un mayor porcentaje en el nivel medio, que poseía una calificación entre 7 y 14 puntos y que tuvieron un 50 %; la segunda mejor representación fue en el nivel alto con el 44 % y, finalmente el nivel, más bajo tuvo un 6 %; en relación con las mujeres, el nivel con mayor porcentaje fue el más alto con el 54 %, seguido del nivel medio con el 43 % y, finalmente, por el nivel bajo con el 4 %.

En el quinto ciclo para los varones, el nivel con mayor porcentaje fue el nivel medio, que tuvo calificaciones que van de 7 a 14 puntos y estuvo representado con un 50 %, seguido por el nivel alto con el 44 % y, finalmente, el nivel más bajo con el 6 %; por el lado de las mujeres, se observó que tuvieron un mayor porcentaje en el nivel más alto, con el 54 %, seguido del nivel medio con el 43 % y, finalmente, por nivel bajo con el 4 %.

El sexto ciclo para varones arrojó los siguientes resultados: el 56 % tenía un nivel medio, el 40 % un nivel alto y el 4 % un nivel bajo; para las mujeres, el 52.17 % poseía un nivel medio y el resto 47.83 % un nivel alto. Para el séptimo ciclo en los varones el nivel más alto tenía un porcentaje de 53.85 %, el nivel medio un 38.46 % y el nivel más bajo el 7.89 %; para las mujeres, el nivel más alto tenía un 58.54 %, el nivel medio un 39.02 % y el más bajo el 2.44 %.

En el octavo ciclo se observó que los varones tenían, en su mayoría, un nivel medio representado por el 51.85 % y el resto, tenía un nivel alto, mientras que en las mujeres predominaba el nivel alto con un 55.56 % y el 44.44 % restante estuvo en el nivel medio.

4.1.2.1 Normas Sociales.

Tabla 15.

Normas sociales de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género

Cuarto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 5)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (6 - 11)	4	14 %	3	9 %
Nivel alto (12 - +)	24	86 %	29	91 %
Total	28	100 %	32	100 %
Quinto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 5)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (6 - 11)	7	21 %	11	20 %
Nivel alto (12 - +)	27	79 %	43	80 %
Total	34	100 %	54	100 %
Sexto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 5)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (6 - 11)	6	24 %	6	13 %
Nivel alto (12 - +)	19	76 %	40	87 %
Total	25	100 %	46	100 %
Séptimo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 5)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (6 - 11)	6	23 %	8	20 %
Nivel alto (12 - +)	20	77 %	33	80 %
Total	26	100 %	41	100 %
Octavo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 5)	1	4 %	0	0 %
Nivel medio (6 - 11)	9	33 %	4	22 %
Nivel alto (12 - +)	17	63 %	14	78 %
Total	27	100 %	18	100 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 9.
Normas sociales de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género



Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con el total, de encuestados se evidencia que, en el cuarto ciclo, el 86 % de los varones y el 91 % de las mujeres pertenecían al nivel superior, mientras que el nivel medio tuvo un porcentaje de 14 % para varones y de 9 % para mujeres. En el quinto ciclo, para los

varones, el nivel alto representó el 79 % y el nivel medio el 21 %; en mujeres el 80 % correspondió al nivel más alto y el 20 % al nivel medio. En el sexto ciclo, el nivel alto tuvo porcentajes de 76 % para varones y de 87 % para mujeres; por su parte, el nivel medio tuvo porcentajes del 24 % para varones y de 13 % para mujeres. En el séptimo ciclo se evidenció, para los varones, porcentajes del 77 % en el nivel alto y de 23 % para el nivel medio; en mujeres, se mostró que el 80 % era parte del nivel alto y el 20 %, del nivel medio. Finalmente, se observó que, en el octavo ciclo, para los varones, el 4 % estaba en el nivel bajo; el 33 % en el nivel medio y el 63 % en el nivel alto. Para las mujeres solo se evidenció la presencia de valores en dos niveles: el nivel alto con un porcentaje del 78 % y el nivel medio con el 22 % restante.

4.1.2.2 Características Emprendedoras

Tabla 16.

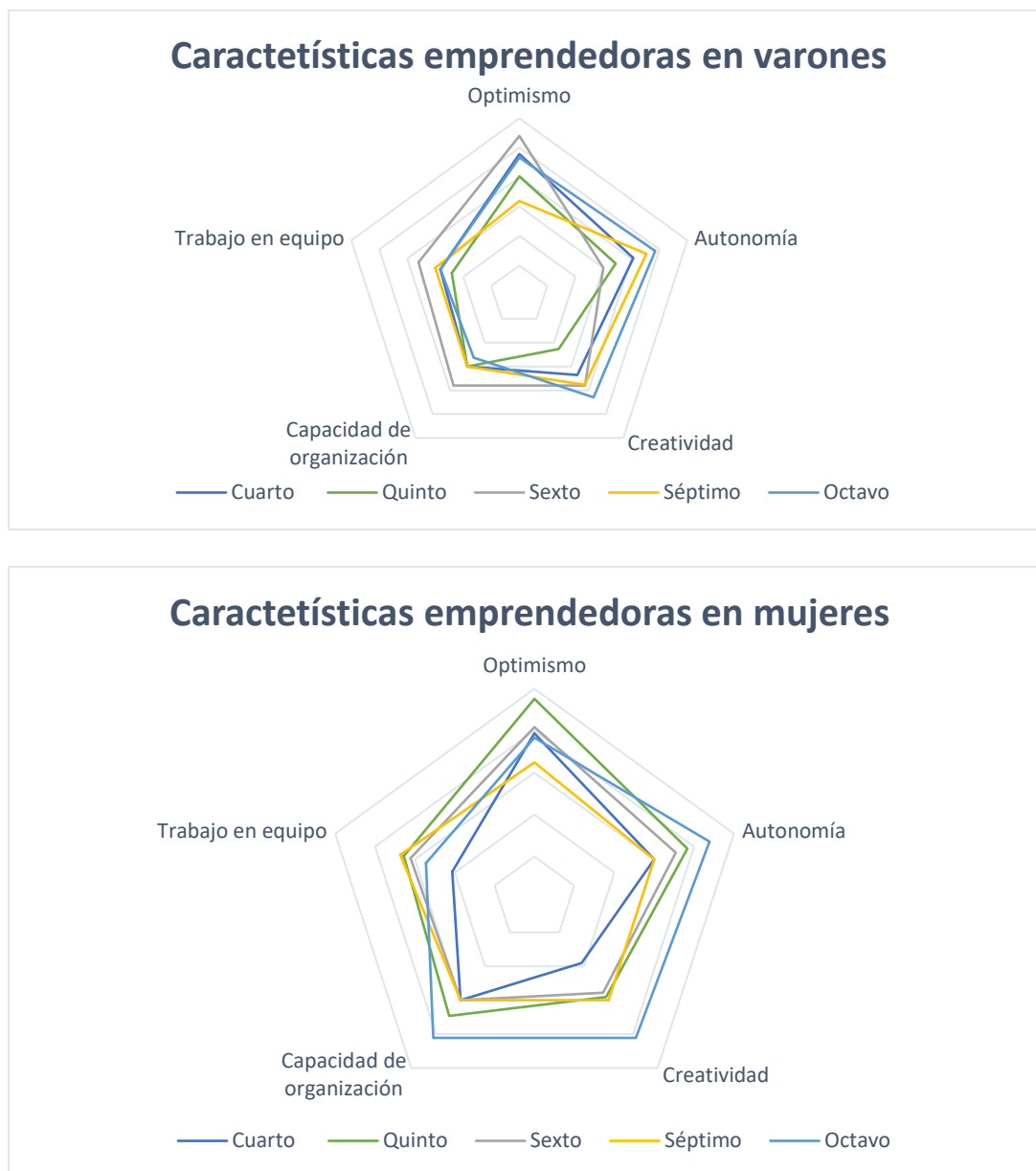
Características emprendedoras de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género

Cuarto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 18)	7	25 %	13	41 %
Nivel alto (19 - +)	21	75 %	19	59 %
Total	28	100 %	32	100 %
Quinto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	1	3 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 18)	8	24 %	15	28 %
Nivel alto (19 - +)	25	74 %	39	72 %
Total	34	100 %	54	100 %
Sexto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 18)	4	16 %	13	28 %
Nivel alto (19 - +)	21	84 %	33	72 %
Total	25	100 %	46	100 %
Séptimo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 18)	5	19 %	9	22 %
Nivel alto (19 - +)	21	81 %	32	78 %
Total	26	100 %	41	100 %
Octavo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	1	4 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 18)	6	22 %	3	17 %
Nivel alto (19 - +)	20	74 %	15	83 %
Total	27	100 %	18	100 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 10.

Características emprendedoras de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género



Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con el total, de encuestados se evidencia que, en el cuarto ciclo, el nivel alto tenía el 75 % de los varones y el 59 % de las mujeres; mientras que, el nivel medio tenía el 25 % de los hombres y el 13 % de las mujeres. En el quinto ciclo se observó que los hombres poseían valores en los tres niveles y el de mayor porcentaje era el nivel más alto con el 74 %, seguido por el nivel medio con el 24 % y el más bajo con el 3 %; por su parte, para las mujeres, el nivel más alto tenía el 72 % y el nivel medio el 28 %.

En el sexto ciclo, para el nivel más alto, se obtuvo el 84 % de varones y el 72 % de mujeres y, para el nivel medio, se tuvo el 16 % de hombres y el 28 % de mujeres. En el séptimo ciclo, los varones tuvieron un nivel alto con un 81 % y un nivel medio con un 19 %; en mujeres, el nivel alto representó el 78 % y el nivel medio el 22 %. En el octavo ciclo, los hombres tuvieron valores en los tres niveles: el nivel más alto obtuvo el 74 %, el nivel medio tuvo el 22 % y el más bajo tuvo el 4 %; para las mujeres, el nivel alto obtuvo el 83 % y el medio, el valor restante del 17 %. Finalmente, para todos los ciclos y en ambos géneros, el nivel más bajo no presentó casi ningún valor.

4.1.2.3 Creencias.

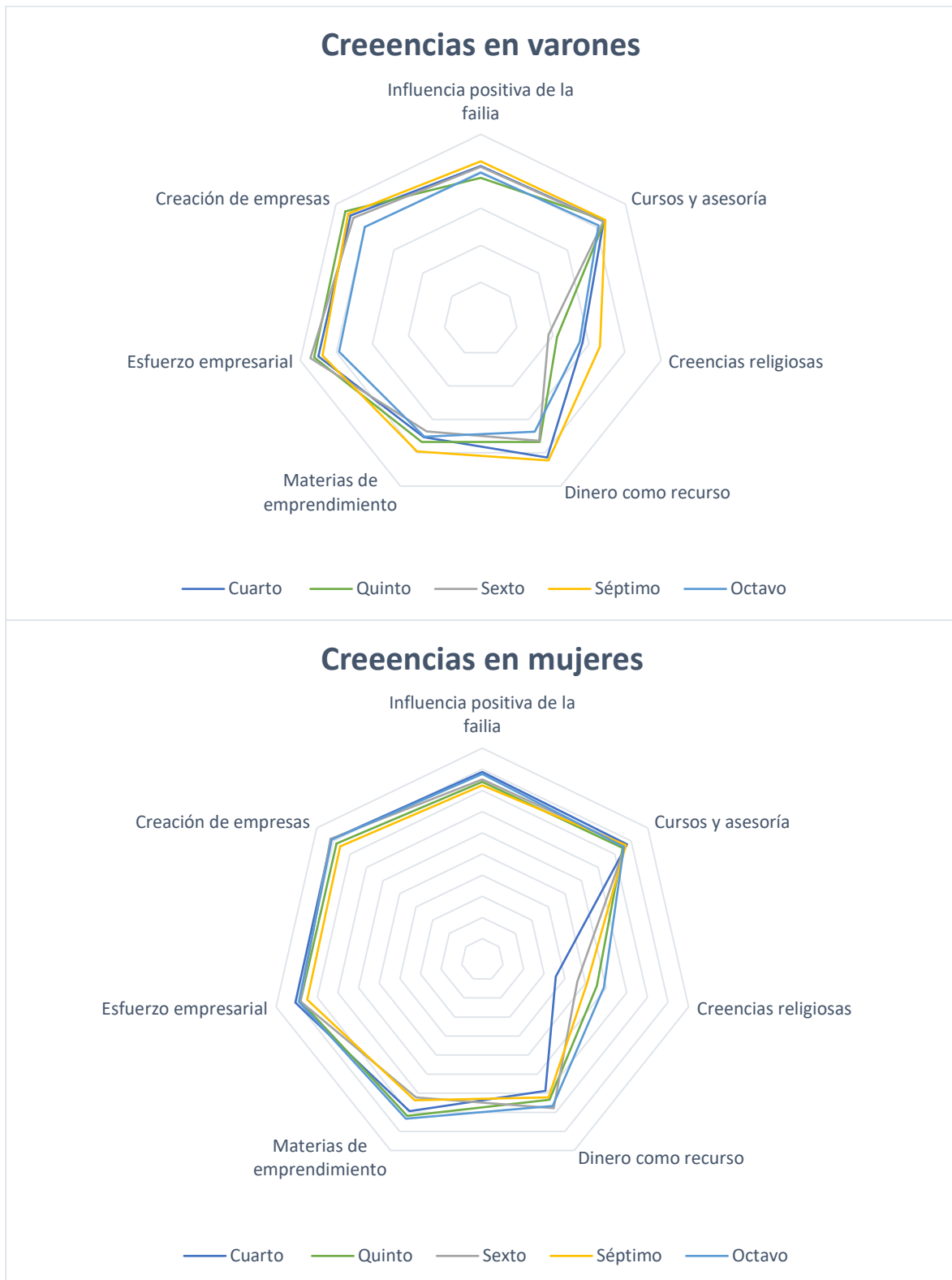
Tabla 17.

Creencias de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género

Cuarto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 – 11)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (11 – 25)	9	32 %	8	25 %
Nivel alto (26 - +)	19	68 %	24	75 %
Total	28	100 %	32	100 %
Quinto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 – 11)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (11 – 25)	10	29 %	14	26 %
Nivel alto (26 - +)	24	71 %	40	74 %
Total	34	100 %	54	100 %
Sexto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 – 11)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (11 – 25)	9	36 %	16	35 %
Nivel alto (26 - +)	16	64 %	30	65 %
Total	25	100 %	46	100 %
Séptimo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 – 11)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (11 – 25)	1	4 %	12	29 %
Nivel alto (26 - +)	25	96 %	29	71 %
Total	26	100 %	41	100 %
Octavo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 – 11)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (11 – 25)	11	41 %	3	17 %
Nivel alto (26 - +)	16	59 %	15	83 %
Total	27	100 %	18	100 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 11.
Creencias de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género



Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con el total de encuestados se evidencia que, en el cuarto ciclo, en varones, se observó que el nivel más alto tenía el 68 % y el nivel medio el 32 %; en mujeres el nivel alto tenía un valor de 75 % y el nivel medio un valor de 25 %. En el quinto ciclo, el nivel más alto tuvo un 71 % para varones y un 74 % para mujeres y en el nivel medio se tuvo un 29 % para varones y un 26 % para mujeres. En el sexto ciclo se los hombres tuvieron un 64 % en el nivel alto y un 36 % en el nivel medio; mientras que las mujeres tuvieron un 65 % en el nivel alto y un 35 % en el nivel medio. En el séptimo ciclo, los hombres tuvieron el 96 % en el nivel alto y solo el 4 % en el nivel medio; en cuanto a las mujeres, el nivel alto tuvo el 71 % y el nivel medio el 29 %. Para los estudiantes de octavo, el nivel más alto tuvo el 59 % en los varones y el 83 % en las mujeres, y, en el nivel medio, el 41 % en varones y el 17 % en mujeres.

4.1.2.4 Actitud.

Tabla 18.

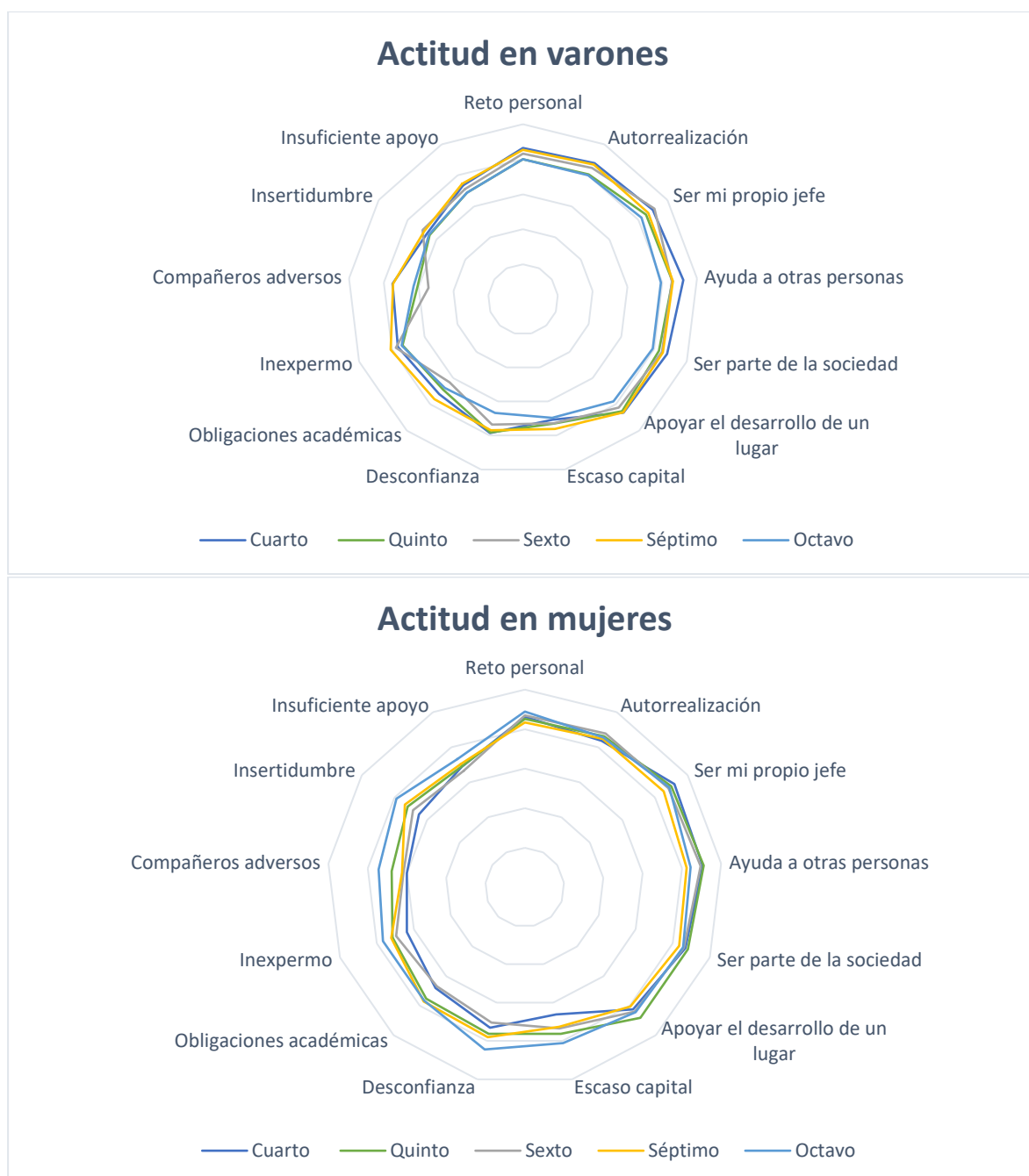
Actitud de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género

Cuarto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 18)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (19 - 42)	1	4 %	3	9 %
Nivel alto (43 - +)	27	96 %	29	91 %
Total	28	100 %	32	100 %
Quinto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 18)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (19 - 42)	4	12 %	7	13 %
Nivel alto (43 - +)	30	88 %	47	87 %
Total	34	100 %	54	100 %
Sexto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 18)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (19 - 42)	3	12 %	6	13 %
Nivel alto (43 - +)	22	88 %	40	87 %
Total	25	100 %	46	100 %
Séptimo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 18)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (19 - 42)	1	4 %	7	17 %
Nivel alto (43 - +)	25	96 %	34	83 %
Total	26	100 %	41	100 %
Octavo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 18)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (19 - 42)	7	26 %	2	11 %
Nivel alto (43 - +)	20	74 %	16	89 %
Total	27	100 %	18	100 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 12.

Actitud de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género



Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con el total de encuestados se evidencia que, para el cuarto ciclo se obtuvo, en los varones, el 96 % en el nivel alto y el 4 % en nivel medio y, para mujeres, el 91 % perteneció al nivel alto y el 9 % al nivel medio. En el quinto ciclo, los niveles del género masculino tuvieron el 88 % en el nivel más alto y el 12 % en el nivel medio; para las mujeres, el nivel más alto tuvo un porcentaje del 87 % y el nivel medio el 13 %. El sexto ciclo tuvo los

mismos porcentajes que el ciclo anterior tanto en varones como en mujeres, por tanto, el nivel alto estuvo representado por el 88 % en varones y el 87 % en mujeres y el nivel medio tuvo el 12 % en varones y el 13 % en mujeres. En el séptimo ciclo, los hombres obtuvieron el 96 % en el nivel alto y el 4 % en el nivel medio, mientras que las mujeres tuvieron el 83 % en el nivel alto y el 17 % en el nivel medio. Finalmente, en el octavo ciclo, el nivel alto tuvo el 74 % en hombres y el 89 % en mujeres y el nivel medio tuvo el 26 % en hombres y el 11 % en mujeres.

4.1.2.5 Oportunidades y Recursos.

Tabla 19.

Oportunidades y Recursos de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género

Cuarto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 21)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (21 - 49)	4	14 %	3	9 %
Nivel alto (50 - +)	24	86 %	29	91 %
Total	28	100 %	32	100 %
Quinto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 21)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (21 - 49)	5	15 %	12	22 %
Nivel alto (50 - +)	29	85 %	42	78 %
Total	34	100 %	54	100 %
Sexto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 21)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (21 - 49)	7	28 %	13	28 %
Nivel alto (50 - +)	18	72 %	33	72 %
Total	25	100 %	46	100 %
Séptimo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 21)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (21 - 49)	2	8 %	7	17 %
Nivel alto (50 - +)	24	92 %	34	83 %
Total	26	100 %	41	100 %
Octavo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 21)	1	4 %	0	0 %
Nivel medio (21 - 49)	8	30 %	2	11 %
Nivel alto (50 - +)	18	67 %	16	89 %
Total	27	100 %	18	100 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 13.

Oportunidades y Recursos de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género



Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con el total de encuestados se evidencia que, en el cuarto ciclo, el 86 % de los varones estaba en el nivel alto y el 14 % en el nivel medio; en cuanto a las mujeres, el 91 % estaba en el nivel alto y el 9 % en el nivel medio. En el quinto ciclo, el nivel alto tenía el 85 % de los hombres y el 78 % de las mujeres, mientras que el nivel medio tuvo el 15 % de los varones y el 22 % de las mujeres. En el sexto ciclo, los niveles alto y medio tuvieron los mismos porcentajes en ambos géneros; de esta forma, en el nivel alto estaba en el 72 % y el nivel medio tenía el 28 %. En el séptimo ciclo, los varones tuvieron en el nivel alto el 92 % y en el nivel medio el 8 %; en mujeres, el nivel alto poseía el 83 % y el nivel medio el 17 %. Por último, en

el octavo ciclo se evidenció la presencia de valores en los tres niveles; en cuanto a los varones, estos tuvieron en el nivel alto el 67 %, en el nivel medio el 30 % y en el nivel bajo el 4 %, mientras que las mujeres tuvieron 89 % en el nivel alto y 11 % en el nivel medio.

4.1.2.6 Creatividad e Innovación.

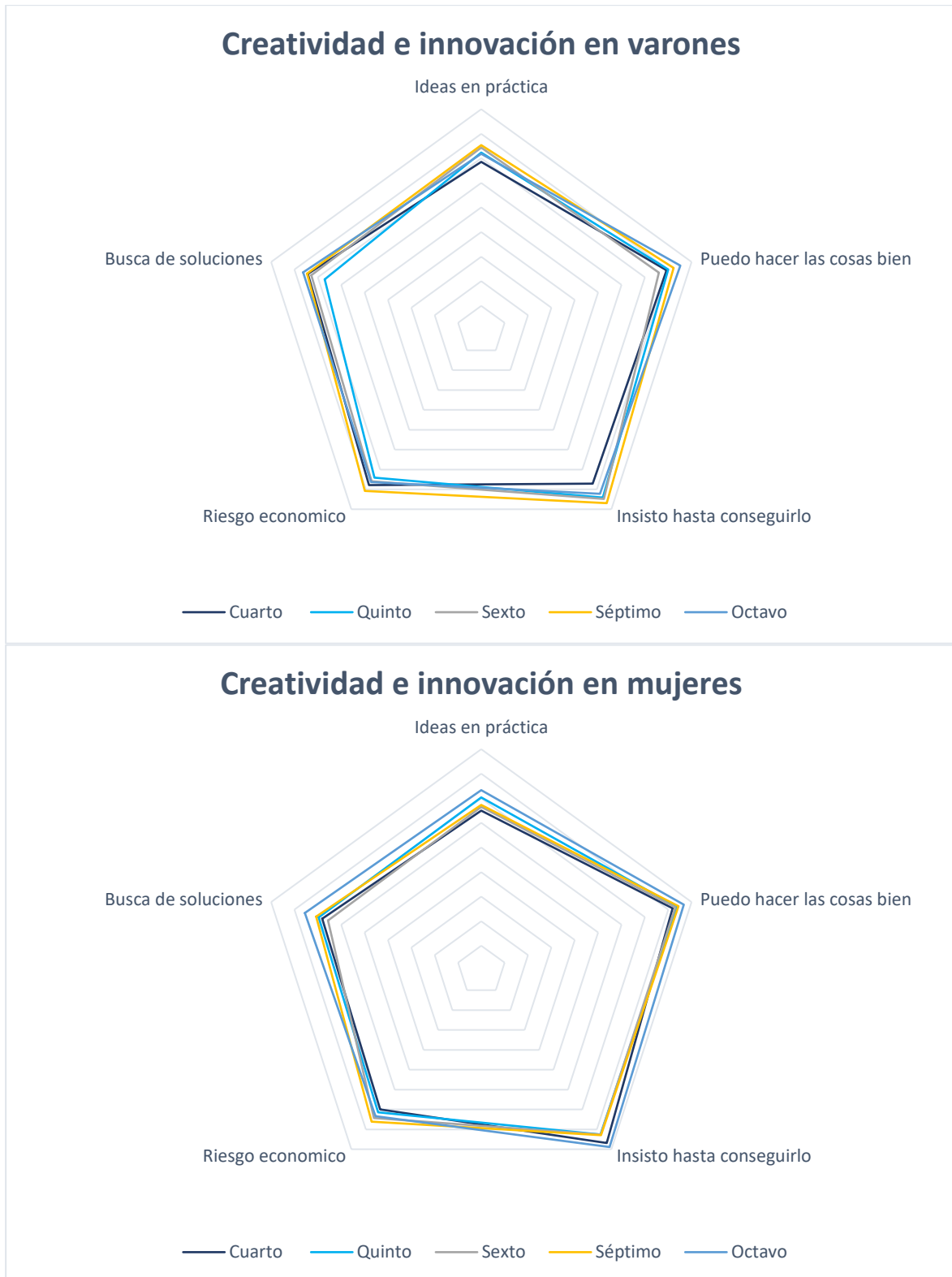
Tabla 20.

Creatividad e innovación de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género

Cuarto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	1	4 %	4	13 %
Nivel alto (16 - +)	27	96 %	28	88 %
Total	28	100 %	32	100 %
Quinto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	3	9 %	7	13 %
Nivel alto (16 - +)	31	91 %	47	87 %
Total	34	100 %	54	100 %
Sexto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	1	2 %
Nivel medio (9 - 15)	3	12 %	5	11 %
Nivel alto (16 - +)	22	88 %	40	87 %
Total	25	100 %	46	100 %
Séptimo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	0	0 %	4	10 %
Nivel alto (16 - +)	26	100 %	37	90 %
Total	26	100 %	41	100 %
Octavo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	2	7 %	2	11 %
Nivel alto (16 - +)	25	93 %	16	89 %
Total	27	100 %	18	100 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 14.
Creatividad e innovación de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género



Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con el total de encuestados se evidencia que, para el cuarto ciclo se observó que, en el nivel alto, estaba el 96 % de los varones y el 88 % de las mujeres y el nivel medio tuvo el 4 % de hombres y el 13 % de las mujeres. En el quinto ciclo, el 91 % de los varones pertenecía al nivel alto y el 9 % al nivel medio; en mujeres, el nivel alto poseía el 87 % y el nivel medio el 13 %. En el sexto ciclo, los varones, en el nivel alto, tuvieron el 88 % y en el nivel medio, el 12 %; en relación con las mujeres, el nivel alto tuvo un valor de 87 %, el nivel medio de 11 % y el más bajo de 2 %. En el séptimo ciclo, todos los varones estuvieron en el nivel alto (100 %) y las mujeres estuvieron el 90 % en el nivel alto y el 10 % en el nivel medio. Finalmente, el octavo ciclo tuvo, en el nivel alto, el 93 % de los varones y el 89 % de las mujeres y el nivel medio, el 7 % de los hombres y el 11 % de las mujeres.

4.1.2.7 Confianza en Sí Mismo y en sus Capacidades.

Tabla 21.

Confianza en sí mismo y sus capacidades, por parte de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género

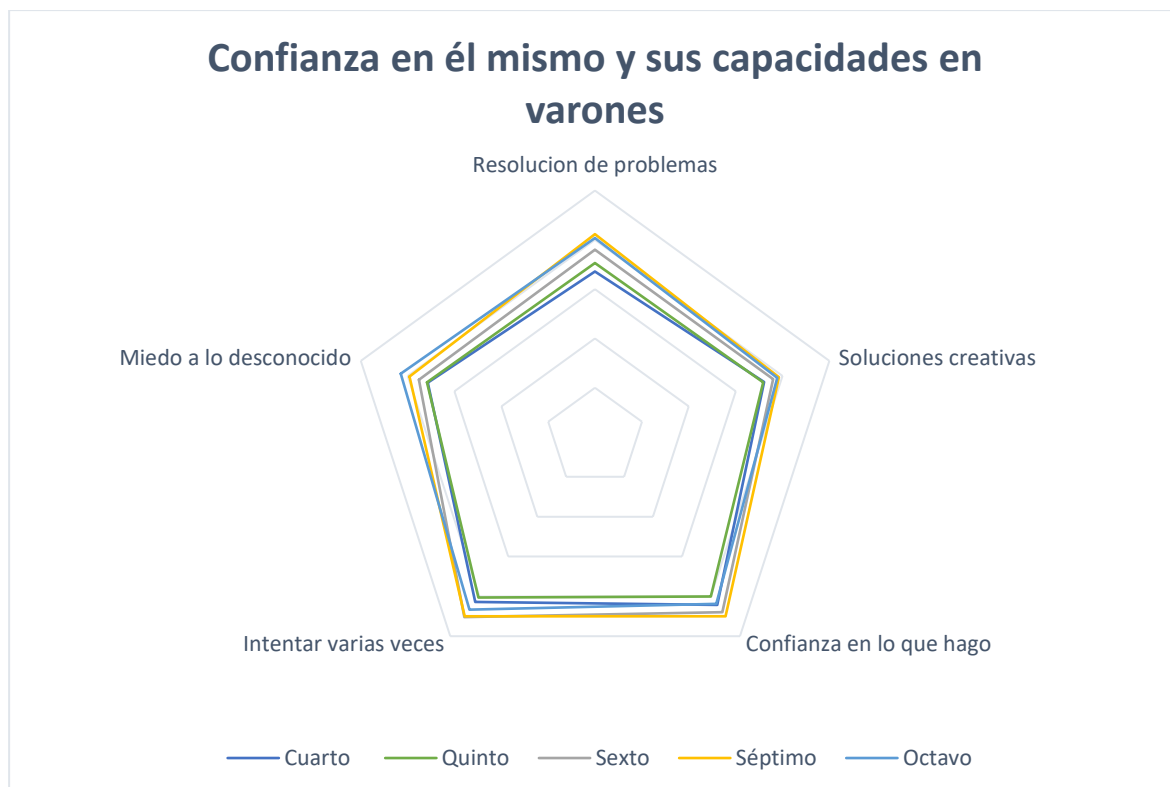
Cuarto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	2	7 %	3	9 %
Nivel alto (16 - +)	26	93 %	29	91 %
Total	28	100 %	32	100 %
Quinto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	1	3 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	4	12 %	5	9 %
Nivel alto (16 - +)	29	85 %	49	91 %
Total	34	100 %	54	100 %
Sexto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	2	8 %	2	4 %
Nivel alto (16 - +)	23	92 %	44	96 %
Total	25	100 %	46	100 %
Séptimo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	0	0 %	4	10 %
Nivel alto (16 - +)	26	100 %	37	90 %
Total	26	100 %	41	100 %
Octavo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %

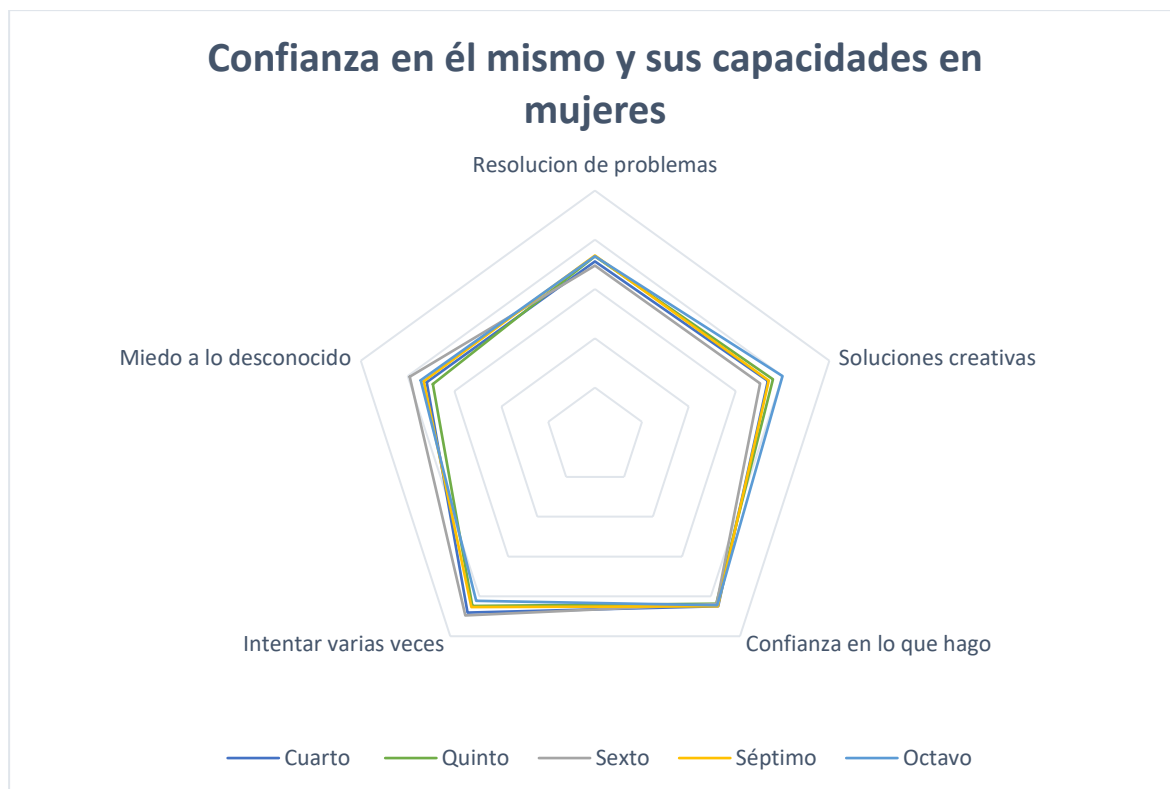
Nivel medio (9 - 15)	1	4 %	2	11 %
Nivel alto (16 - +)	26	96 %	16	89 %
Total	27	100 %	18	100 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 15.

Confianza en sí mismo y sus capacidades, por parte de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género





Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con el total de encuestados se evidencia que, para el cuarto ciclo se observó que el 93 % de los hombres y el 91 % de las mujeres tenían un nivel alto, mientras que había un 7 % y un 9 % de mujeres en el nivel medio. En el quinto ciclo, en varones, en el nivel alto estaba el 92 %, en el nivel medio el 12 % y en el más bajo el 3 %; mientras que, en mujeres, en el nivel alto estaba el 91 % y en el nivel medio el 9 %. Por otro lado, en el sexto ciclo, el nivel alto tuvo el 92 % de varones y el 96 % de mujeres y el nivel medio tuvo el 8 % de varones y el 4 % de mujeres. En el séptimo ciclo todos los hombres estaban en el nivel alto (100 %), mientras que las mujeres tenían en el nivel alto el 90 % y, en el medio, el 10 %. Finalmente, para el octavo ciclo, el 96 % de los hombres estaban en el nivel alto y en el nivel medio estaba el 4 %, mientras que, en las mujeres, el nivel alto estaba en 89 % y el nivel medio en 11 %.

4.1.2.8 Perseverancia.

Tabla 22.

Perseverancia de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género

Cuarto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	3	11 %	4	13 %
Nivel alto (16 - +)	25	89 %	28	88 %
Total	28	100 %	32	100 %

Quinto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	1	3 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	3	9 %	8	15 %
Nivel alto (16 - +)	30	88 %	46	85 %
Total	34	100 %	54	100 %

Sexto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	4	16 %	6	13 %
Nivel alto (16 - +)	21	84 %	40	87 %
Total	25	100 %	46	100 %

Séptimo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	0	0 %	4	10 %
Nivel alto (16 - +)	26	100 %	37	90 %
Total	26	100 %	41	100 %

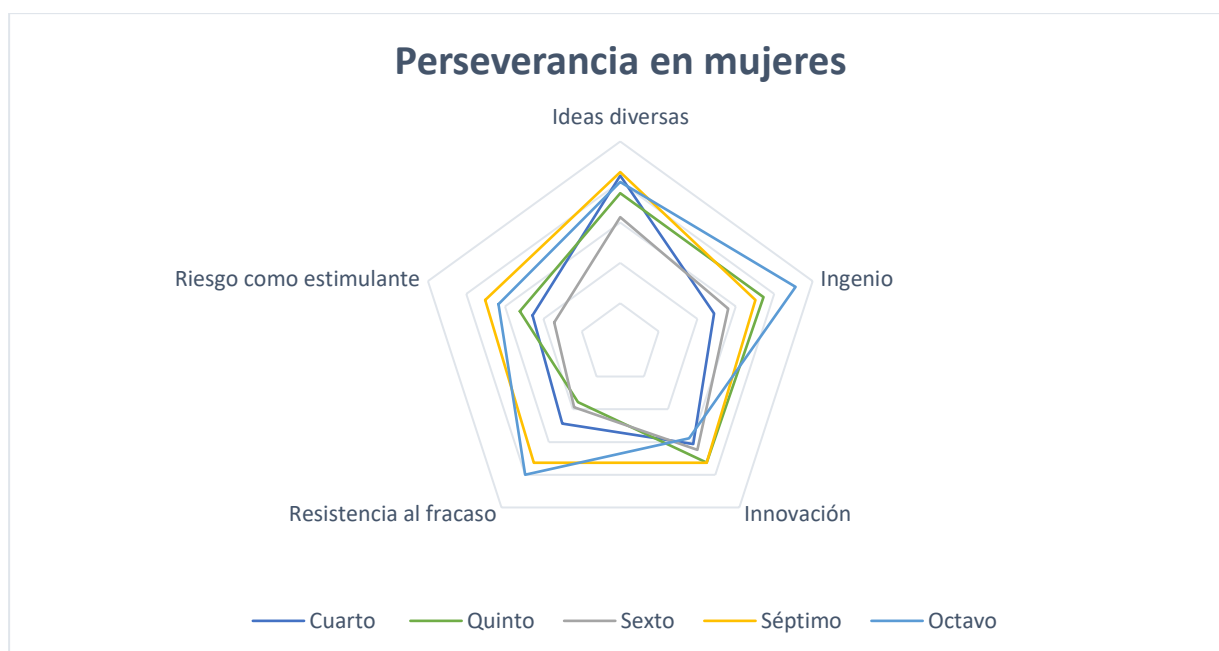
Octavo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	1	4 %	1	6 %
Nivel alto (16 - +)	26	96 %	17	94 %
Total	27	100 %	18	100 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 16.

Perseverancia de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género





Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con el total de encuestados se evidencia que, en el cuarto ciclo, se observó que los varones tuvieron un nivel alto con el 89 % y un nivel medio con el 11 %; mientras que, para mujeres, el nivel alto se encontraba en el 88 % y el nivel medio en el 13 %. En el quinto ciclo, en varones se evidenció que el nivel más alto tenía un 88 %, el nivel medio un 9 % y el más bajo un 3 %; por otro lado, para mujeres, el nivel alto tuvo el 85 % y el nivel medio el 15 %. Para el sexto ciclo en el nivel alto estaba el 84 % de los varones y el 16 % de las mujeres, mientras que, en el nivel medio estaba el 16 % de los varones y el 13 % de las mujeres. En el séptimo ciclo, el 100 % de varones pertenecía al nivel alto, mientras que, en las mujeres, el 90 % pertenecía al nivel alto y el 10 % al nivel medio. Finalmente, para el octavo ciclo, en el nivel alto estaba el 96 % de los varones y el 94 % de las mujeres, mientras que, en el nivel medio estaba el 4 % de los varones y el 6 % de las mujeres.

4.2.1.9 Capacidad para Manejar Problemas.

Tabla 23.

Capacidad para manejar los problemas, por parte de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género

Cuarto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	1	4 %	2	6 %
Nivel alto (16 - +)	27	96 %	30	94 %
Total	28	100 %	32	100 %

Quinto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	1	3 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	2	6 %	3	6 %
Nivel alto (16 - +)	31	91 %	51	94 %
Total	34	100 %	54	100 %

Sexto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	2	8 %	4	9 %
Nivel alto (16 - +)	23	92 %	42	91 %
Total	25	100 %	46	100 %

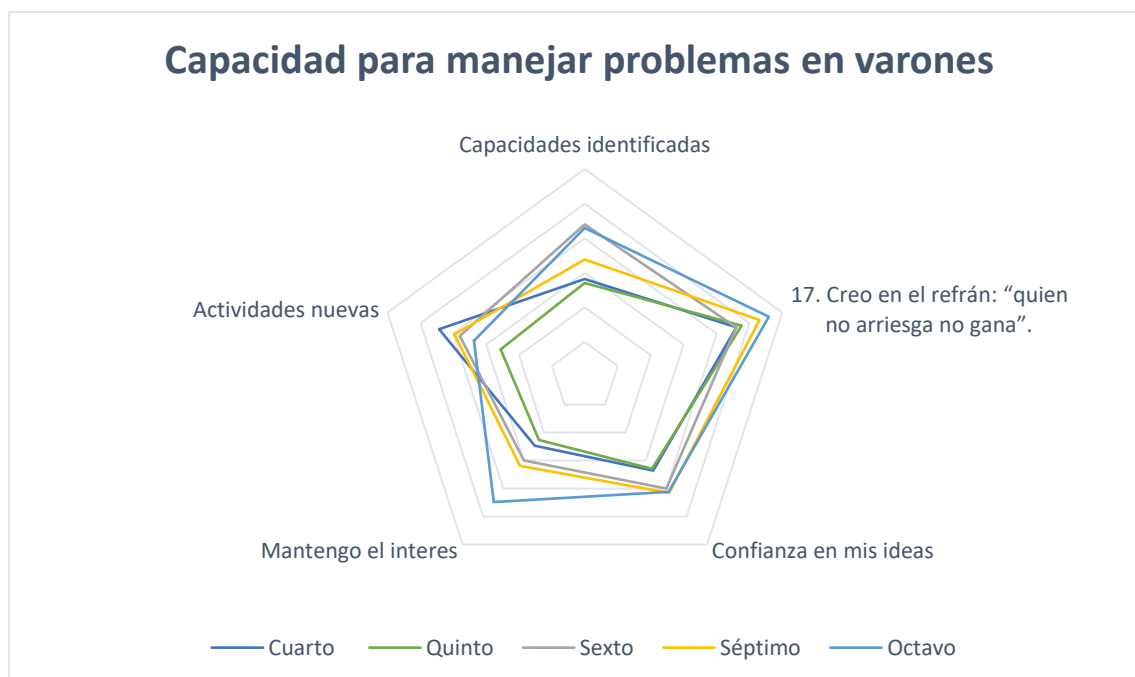
Séptimo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	1	4 %	4	10 %
Nivel alto (16 - +)	25	96 %	37	90 %
Total	26	100 %	41	100 %

Octavo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	1	4 %	1	6 %
Nivel alto (16 - +)	26	96 %	17	94 %
Total	27	100 %	18	100 %

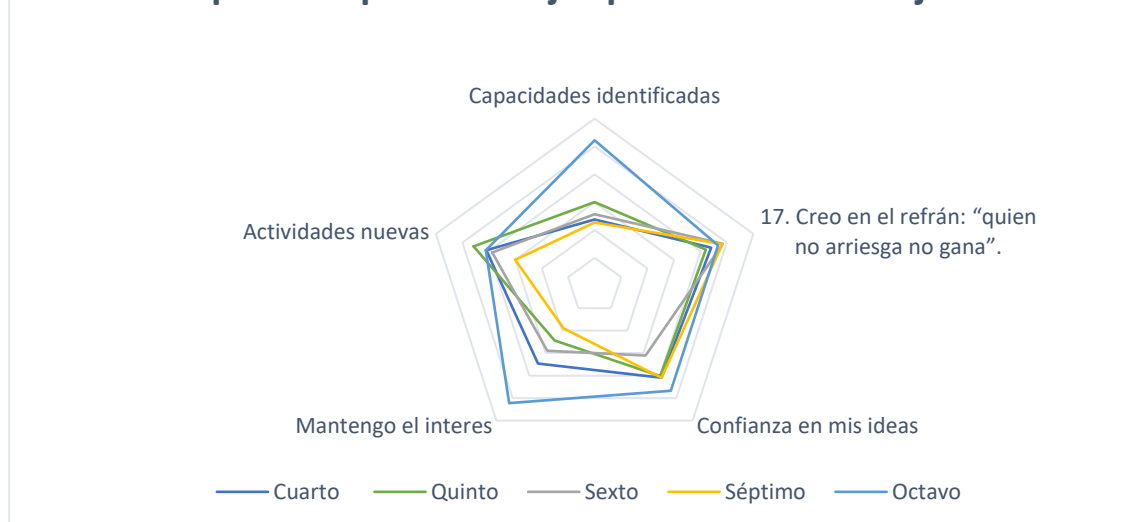
Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 17.

Capacidad para manejar problemas, por parte de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género



Capacidad para manejar problemas en mujeres



Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con el total de encuestados se evidencia que, para el cuarto ciclo, evidenció que, en el nivel alto, el 96 % pertenecía a varones y el 94 % a mujeres y que, en el nivel medio, el 4 % era de los varones y el 6 % de las mujeres. Por otro lado, en el quinto ciclo en varones el nivel más alto tenía el 91 %, el nivel medio el 6 % y el más bajo el 3 %, mientras que, en mujeres, el 94 % pertenecía al nivel alto y el 6 % al nivel medio. En el sexto ciclo, el nivel alto poseía el 92 % en varones y el 91 % en mujeres y en el nivel medio había un 8 % en los hombres y un 9 % en las mujeres. Para el séptimo ciclo, en varones, el nivel alto fue de 96 % y el nivel medio de 4 %; en cuanto a las mujeres, el 90 % pertenecía al nivel alto y el 10 % al nivel medio. Por último, en el octavo ciclo, el nivel alto tuvo un valor del 96 % en varones y de 94 % en mujeres, mientras que, en el nivel medio se obtuvo el 4 % en varones y el 6 % en mujeres.

4.2.1.10 Aceptación del Riesgo.

Tabla 24.

Aceptación del riesgo de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género.

Cuarto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	1	4 %	3	9 %
Nivel alto (16 - +)	27	96 %	29	91 %
Total	28	100 %	32	100 %

Quinto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	1	3 %	1	2 %
Nivel medio (9 - 15)	3	9 %	4	7 %
Nivel alto (16 - +)	30	88 %	49	91 %

Total	34	100 %	54	100 %
Sexto ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	3	12 %	3	7 %
Nivel alto (16 - +)	22	88 %	43	93 %
Total	25	100 %	46	100 %
Séptimo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	0	0 %	4	10 %
Nivel alto (16 - +)	26	100 %	37	90 %
Total	26	100 %	41	100 %
Octavo ciclo	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo (0 - 8)	0	0 %	0	0 %
Nivel medio (9 - 15)	3	11 %	2	11 %
Nivel alto (16 - +)	24	89 %	16	89 %
Total	27	100 %	18	100 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 18.

Aceptación del riesgo de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género





Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con el total de encuestados se evidencia, para el cuarto ciclo se obtuvo, para los varones, un nivel alto con un 96 % y, para las mujeres, un 91 % en el mismo nivel; por otro lado, en el nivel medio hubo un 4 % para los hombres y un 9 % para las mujeres. En el quinto ciclo, en cuanto a los varones, se obtuvo un 88 % en el nivel alto, un 9 % en el nivel medio y el 3 % en el nivel bajo; en mujeres, el nivel alto fue de 91 %, el nivel medio de 13 % y el nivel bajo de 2 %. En el sexto ciclo, los varones tuvieron 88 % en el nivel alto y 12 % en el medio; las mujeres, por su parte, tuvieron el 93 % en nivel alto y el 7 % en nivel medio. En el séptimo ciclo, en los varones, se observó que todos tuvieron un nivel alto (100 %), mientras que las mujeres tuvieron un 90 % en el nivel alto y un 10 % en el nivel medio. Finalmente, el octavo ciclo tuvo el mismo porcentaje en ambos géneros: en el nivel alto el 89 % y en el nivel medio el 11 %.

6.1.3 Inteligencia Emocional

Tabla 25.

Puntuaciones de la variable de inteligencia emocional de acuerdo con cada dimensión y por género.

Dimensiones	Género	Nivel bajo (mejorar)	Nivel medio (adecuada)	Nivel alto (excelente)	Ítems
Atención de las emociones	Masculino	< 21	22 - 32	> 33	72 – 79
	Femenino	< 24	25 - 35	> 36	72 – 79
Claridad de las emociones	Masculino	< 25	26 - 35	> 36	80 – 87
	Femenino	< 23	24 - 34	> 35	80 – 87

Reparación de las emociones	Masculino	< 23	24 - 35	> 36	88 – 95
	Femenino	< 23	24 - 34	> 35	88 – 95

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Tabla 26.

Calificaciones obtenidas de la variable de inteligencia emocional se acuerdo a cada dimensión y por género.

	Masculino				
	CUARTO	QUINTO	SEXTO	SEPTIMO	OCTAVO
Atención emocional	28	28	28	30	25
Claridad emocional	29	30	29	32	27
Reparación emocional	31	32	31	34	30
	Femenino				
Atención emocional	31	31	30	31	30
Claridad emocional	28	29	28	31	31
Reparación emocional	30	32	31	33	32

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

4.1.13.1 Atención Emocional

Tabla 27.

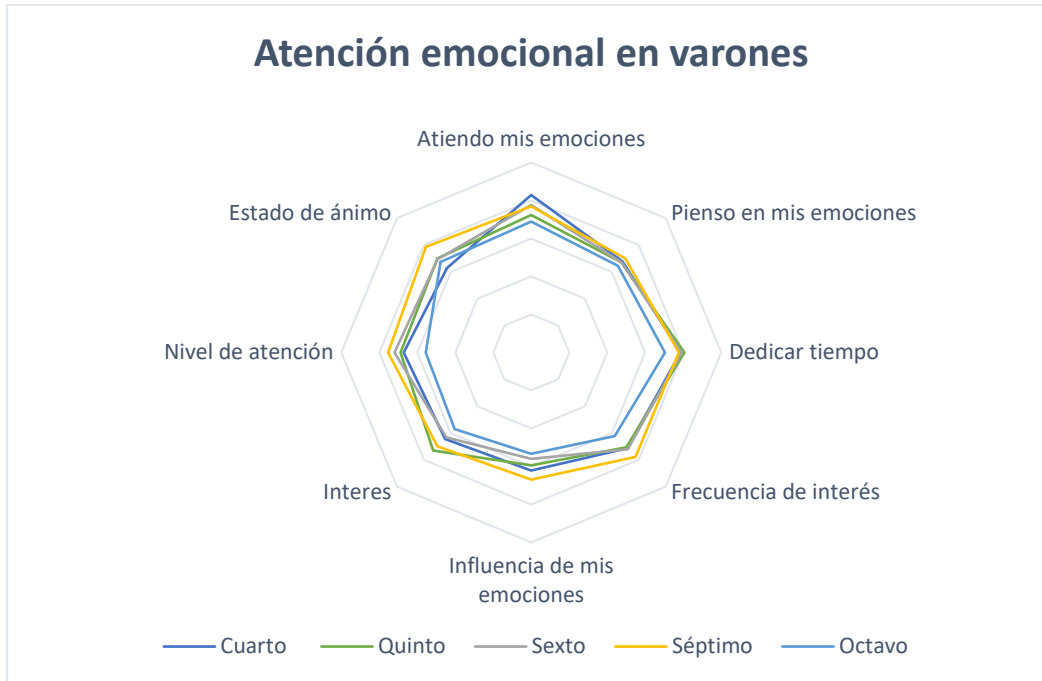
Atención emocional de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género

Cuarto ciclo	Masculino			Femenino		
	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	(0 - 21)	3	11 %	(0 - 24)	7	22 %
Nivel medio	(22 - 32)	18	64 %	(25 - 35)	18	56 %
Nivel alto	(33 - +)	7	25 %	(36 - +)	7	22 %
Total		28	100 %		32	100 %
Quinto ciclo	Masculino			Femenino		
	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	(0 - 21)	6	18 %	(0 - 24)	8	15 %
Nivel medio	(22 - 32)	19	56 %	(25 - 35)	34	63 %
Nivel alto	(33 - +)	9	26 %	(36 - +)	12	22 %
Total		34	100 %		54	100 %
Sexto ciclo	Masculino			Femenino		
	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	(0 - 21)	3	12 %	(0 - 24)	6	13 %
Nivel medio	(22 - 32)	17	68 %	(25 - 35)	32	70 %
Nivel alto	(33 - +)	5	20 %	(36 - +)	8	17 %
Total		25	100 %		46	100 %
Séptimo ciclo	Masculino			Femenino		
	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	(0 - 21)	3	12 %	(0 - 24)	7	17 %
Nivel medio	(22 - 32)	13	50 %	(25 - 35)	24	59 %
Nivel alto	(33 - +)	10	38 %	(36 - +)	10	24 %
Total		26	100 %		41	100 %
Octavo ciclo	Masculino			Femenino		
	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	(0 - 21)	9	33 %	(0 - 24)	2	11 %
Nivel medio	(22 - 32)	15	56 %	(25 - 35)	12	67 %
Nivel alto	(33 - +)	3	11 %	(36 - +)	4	22 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 19.

Atención emocional de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género



Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con el total de encuestados se demuestra, que hay un nivel bueno de atención emocional en los estudiantes. El cuarto ciclo, en los varones, la mayoría posee un nivel medio representado por el 64 %, seguían aquellos que tienen un nivel alto con el 25 % y quienes tienen un nivel bajo con el 11 %; en las mujeres el nivel medio es del 56 % y el nivel alto y el bajo tenían el mismo valor del 22 %.

En el quinto ciclo, en varones, el nivel medio tiene el 56 %, el nivel alto el 26 % y el nivel bajo el 18 %; para mujeres, el nivel medio representa un 63 %, el nivel alto un 22 % y el bajo un 15 %.

En el sexto ciclo, en varones, el nivel medio obtuvo el 68 %, el nivel alto el 20 % y el nivel bajo el 12 %; en mujeres, el 70 % representan el nivel medio, el 17 % el nivel alto y el 13 % el nivel bajo.

Para el séptimo ciclo, en varones, el nivel medio posee el 50 %, el nivel alto el 38 % y el nivel bajo el 12 %; en las mujeres el 59 % pertenecen al nivel medio, el 24 % al nivel alto y el 17 % al nivel bajo.

Finalmente, el octavo ciclo, para varones, en el nivel medio, se encontraban el 56 %, en el nivel bajo estaba el 33 % y en el nivel alto solo el 11 %; en mujeres, el nivel medio posee el 67 %, el nivel alto el 22 % y el nivel bajo el 11 %.

4.1.13.2 Claridad Emocional.

Tabla 28.

Claridad emocional de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género

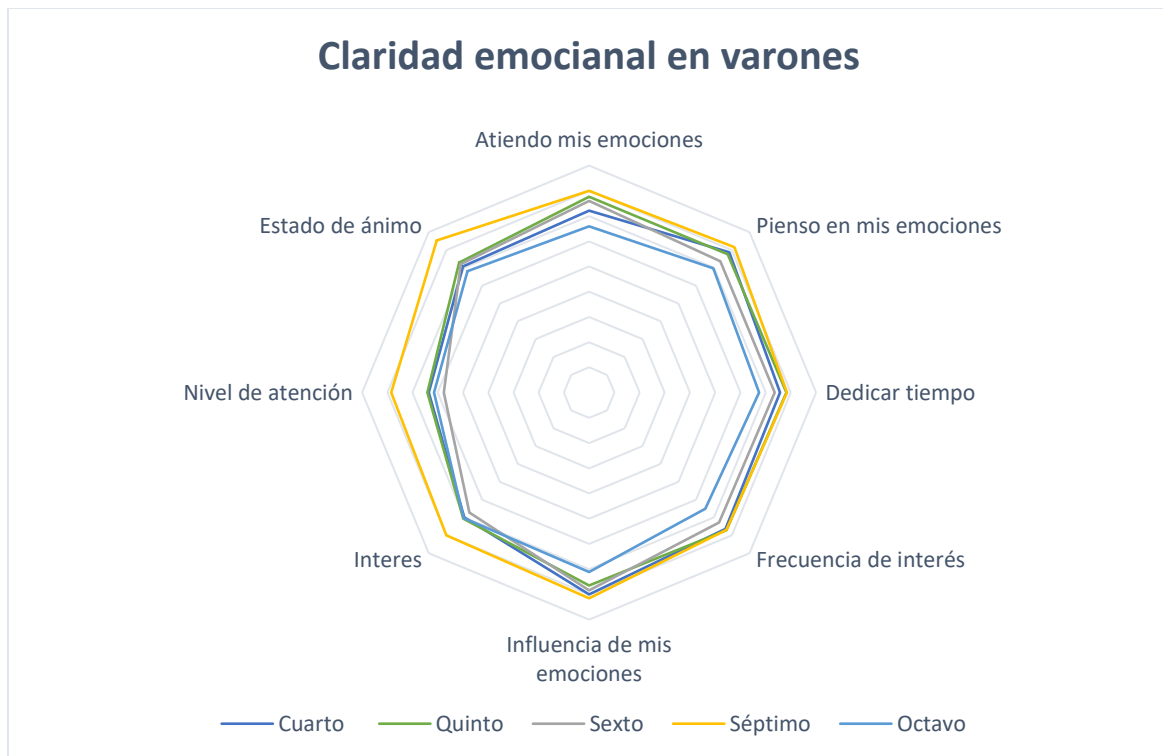
Cuarto ciclo	Masculino			Femenino		
	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	(0 - 25)	9	32 %	(0 - 23)	6	19 %
Nivel medio	(26 - 35)	15	54 %	(24 - 34)	22	69 %
Nivel alto	(36 - +)	4	14 %	(35 - +)	4	13 %
Total		28	100 %		32	100 %
Quinto ciclo	Masculino			Femenino		
	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	(0 - 25)	7	21 %	(0 - 23)	7	13 %
Nivel medio	(26 - 35)	21	62 %	(24 - 34)	35	65 %
Nivel alto	(36 - +)	6	18 %	(35 - +)	12	22 %
Total		34	100 %		54	100 %
Sexto ciclo	Masculino			Femenino		
	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	(0 - 25)	9	36 %	(0 - 23)	8	17 %
Nivel medio	(26 - 35)	11	44 %	(24 - 34)	32	70 %
Nivel alto	(36 - +)	5	20 %	(35 - +)	6	13 %

Total		25		100 %		46		100 %	
Séptimo ciclo		Masculino			Femenino				
	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje			
Nivel bajo	(0 - 25)	4	15 %	(0 - 23)	5	12 %			
Nivel medio	(26 - 35)	13	50 %	(24 - 34)	20	49 %			
Nivel alto	(36 - +)	9	35 %	(35 - +)	16	39 %			
Total		26	100 %		41	100 %			
Octavo ciclo		Masculino			Femenino				
	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje			
Nivel bajo	(0 - 25)	8	30 %	(0 - 23)	3	17 %			
Nivel medio	(26 - 35)	13	48 %	(24 - 34)	9	50 %			
Nivel alto	(36 - +)	6	22 %	(35 - +)	6	33 %			
Total		27	100 %		18	100 %			

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 20.

Claridad emocional de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género





Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con el total de encuestados se demuestra, que para los alumnos hombres del cuarto ciclo, el nivel medio representa el 54 %, el nivel bajo acaparaba el 32 % y el más alto tan solo el 14 %; en mujeres, el nivel medio ocupa el 69 %, el nivel bajo el 19 % y el nivel alto el 13 %. En el quinto ciclo, en varones, el nivel medio tenía el 62 %, el nivel bajo el 21 % y el nivel alto el 18 %; en mujeres, el nivel medio posee el 65 %, el nivel alto el 22 % y el nivel más bajo el 17 %. En el sexto ciclo, en varones, el 44 % representaba el nivel medio, el 36 % el nivel bajo y el 20 % el nivel alto; en mujeres, el nivel medio con el 70 %, el nivel bajo el 17 % y el nivel alto el 13 %. Para el séptimo ciclo en varones, el nivel medio representaba el 50 %, el nivel alto el 35 % y el nivel bajo el 15 %; en mujeres, el nivel medio del 49 %, el nivel alto el 39 % y el nivel bajo el 12 %. Finalmente, para el octavo ciclo en varones, el nivel mayoritario era el medio con el 48 %, seguido del nivel bajo con el 30 % y el nivel alto con el 22 %; en mujeres, el 50 % pertenece al nivel medio, el 33 % al nivel alto y el 17 % al nivel bajo.

4.1.1.13.3 Reparación Emocional.

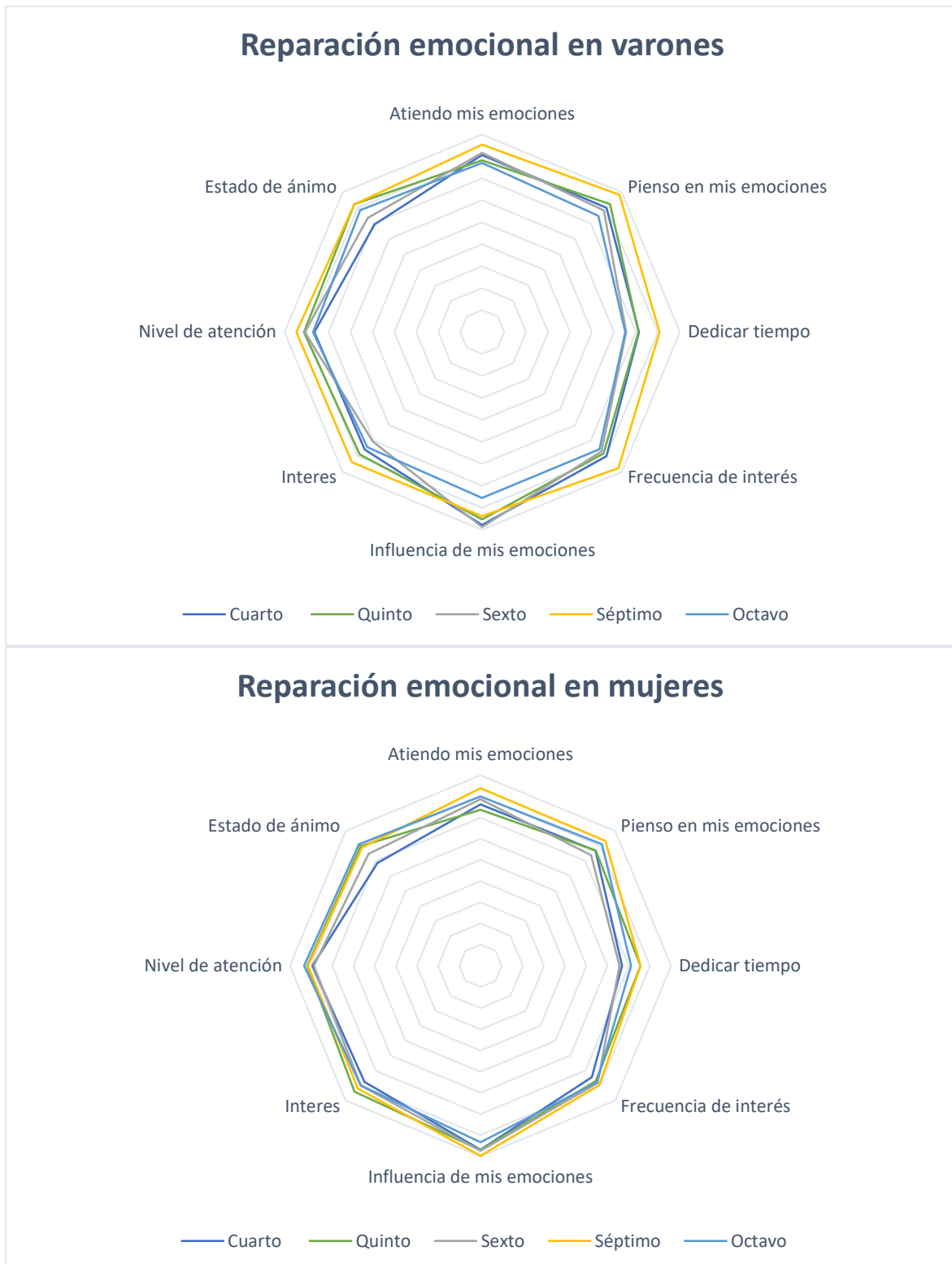
Tabla 29.*Reparación emocional de los estudiantes de cuarto ciclo octavo ciclo por género*

Cuarto ciclo	Masculino			Femenino		
	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	(0 - 23)	4	14 %	(0 - 23)	4	13 %
Nivel medio	(24 - 35)	18	64 %	(24 - 34)	19	59 %
Nivel alto	(36 - +)	6	21 %	(35 - +)	9	28 %
Total		28	100 %		32	100 %
Quinto ciclo	Masculino			Femenino		
	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	(0 - 23)	2	6 %	(0 - 23)	6	11 %
Nivel medio	(24 - 35)	23	68 %	(24 - 34)	27	50 %
Nivel alto	(36 - +)	9	26 %	(35 - +)	21	39 %
Total		34	100 %		54	100 %
Sexto ciclo	Masculino			Femenino		
	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	(0 - 23)	2	8 %	(0 - 23)	7	15 %
Nivel medio	(24 - 35)	17	68 %	(24 - 34)	24	52 %
Nivel alto	(36 - +)	6	24 %	(35 - +)	15	33 %
Total		25	100 %		46	100 %
Séptimo ciclo	Masculino			Femenino		
	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	(0 - 23)	0	0 %	(0 - 23)	3	7 %
Nivel medio	(24 - 35)	13	50 %	(24 - 34)	21	51 %
Nivel alto	(36 - +)	13	50 %	(35 - +)	17	41 %
Total		26	100 %		41	100 %
Octavo ciclo	Masculino			Femenino		
	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje	Puntajes	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	(0 - 23)	6	22 %	(0 - 23)	2	11 %
Nivel medio	(24 - 35)	14	52 %	(24 - 34)	11	61 %
Nivel alto	(36 - +)	7	26 %	(35 - +)	5	28 %
Total		27	100 %		18	100 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Figura 21.

Reparación emocional de los estudiantes de cuarto ciclo a octavo ciclo por género



Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con el total de encuestados se demuestra, que los alumnos hombres del cuarto ciclo tienen valores en los tres niveles: tenían un 64 %, que pertenece al nivel medio; el 21 % pertenece al nivel alto y el 14 % pertenecía al nivel bajo. En relación con las mujeres el nivel medio posee el 59 %, el nivel alto el 28 % y el nivel bajo el 13 %.

En cuanto al quinto ciclo en varones, se observa que el nivel medio tiene el 68 %, el nivel alto el 26 % y el nivel bajo el 6 %; mientras que, en mujeres, el 50 % era parte del nivel medio, el 39 % del nivel alto y el 11 % del nivel bajo. Para el sexto ciclo en varones, el nivel medio representa el 68 %, el nivel alto el 24 % y el nivel bajo el 8 % y, en mujeres, el nivel medio tenía un 52 %, el nivel alto un 33 % y el nivel bajo un 15 %. En el séptimo ciclo, en varones, el nivel medio y alto tienen el mismo valor del 50 %; mientras que, en mujeres se evidencia la presencia de valores en los tres niveles, empezando con el 51 % en el nivel medio, siguiendo con el nivel alto con el 41 % y, finalmente, con un 7 % en el nivel bajo. Para finalizar, en el octavo ciclo, el nivel medio tiene el 52 %, el nivel alto el 26 % y nivel bajo el 22 %, mientras que, en mujeres, el 61 % pertenecen al nivel medio, el 28 % al nivel alto y el 11 % al nivel bajo.

7. Discusión

Con los estudios tomados en base al tema de investigación, se puede observar que, dichos estudios realizados en las universidades del país y extranjeras, en sus mallas curriculares de las carreras administrativas, en sus contenidos teóricos relacionados con la administración, generalmente no abordan temas sobre el desarrollo de habilidades emocionales y competencias empresariales específicas, que deberían desarrollar los estudiantes para que, su profesionalización sea más eficiente y puedan afrontar desafíos asumiendo los posibles riesgos. Para realizar el análisis de efectividad se hizo uso del coeficiente alfa de Cronbach, para determinar si las variables de inteligencia emocional e intención emprendedora se encuentra relacionadas entre sí de forma estadísticamente significativa.

En consideración con los resultados obtenidos en la presente investigación y los objetivos planteados, a continuación, se presentan reflexiones alcanzadas sobre la relación entre las variables de intención emprendedora y de inteligencia emocional, en base a los estudiantes universitarios entre cuarto y octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

7.1 Objetivo Específico 1

Evaluar el nivel de inteligencia emocional e intención emprendedora en los estudiantes universitarios entre el cuarto y octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja.

En este sentido, para la determinación de los niveles de ambas variables, se promediaron los valores surgidos en las distintas dimensiones y se condensó todo en una tabla de resumen (ver Tabla 30).

Tabla 30.

Nivel de intención emprendedora en los estudiantes de cuarto a octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja por género.

	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	1	1 %	1	1 %
Nivel medio	24	17 %	34	18 %
Nivel alto	115	82 %	156	82 %
Total	140	100 %	191	100 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

El nivel de intención emprendedora que poseían los estudiantes de la carrera, en su mayoría, era un nivel alto, tal como se pudo evidenciar en la Tabla 28, que mostró que, el 82 % de hombres y mujeres poseían capacidades, habilidades, recursos y oportunidades que representaban fortalezas y que se debían aprovechar en el momento de decidir crear una empresa. Además, se observó que el 17 % de hombres y el 18 % de mujeres tenían puntos fuertes en cada una de las dimensiones analizadas, lo que significó que su intención emprendedora estaba en desarrollo; finalmente, se obtuvo que el 1 % de los varones y de las mujeres, se encontraban con una intención emprendedora en la etapa inicial. Pese a que la mayoría de los estudiantes poseían niveles desarrollados de intención emprendedora, había un porcentaje con intención emprendedora en desarrollo.

Tabla 31.

Nivel de inteligencia emocional en los estudiantes de cuarto a octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja por género

	Masculino		Femenino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	25	18 %	27	14 %
Nivel medio	80	57 %	113	59 %
Nivel alto	35	25 %	51	27 %
Total	140	100 %	191	100 %

Nota. Adaptado de Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora.

De acuerdo con la Tabla 31, que muestra el nivel de inteligencia emocional de la población de estudio, se pudo deducir que la mayoría de los estudiantes poseían una adecuada inteligencia emocional, esto se demostró que por medio de los valores obtenidos en cada nivel; en este sentido, el de mayor valor fue el nivel medio con el 57 % en varones y el 59 % en mujeres. Por otro lado, quienes tenían una inteligencia emocional excelente eran los del nivel más alto, es decir, el 25 % de los varones y el 27 % de las mujeres; finalmente, en el nivel más bajo estaba el 18 % de los hombres y el 14 % de las mujeres, de este grupo se pudo decir que prestaban muy poca atención a sus emociones y, por ende, no sabían expresarlas ni manejarlas ante distintas situaciones. En cuanto a la inteligencia emocional se observó que los estudiantes poseían, más que nada, un nivel medio.

7.2 Objetivo Específico 2

Determinar la influencia de las dimensiones de la inteligencia emocional en la intención de emprender, de los estudiantes universitarios de cuarto a octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja.

Para, el cumplimiento de presente objetivo se empleó el coeficiente de asociación (RHO) de Spearman y dicho método permitió determinar si había una relación lineal entre las dos variables a nivel ordinal, es decir, las variables que representaban las categorías con clasificaciones intrínsecas. Para la interpretación del coeficiente de RHO de Spearman se tuvieron en cuenta los criterios expuestos en la Tabla 30.

Tabla 32.

Puntuaciones para la interpretación del coeficiente Rho de Spearman

Puntuación	Correlación
-1	Correlación negativa perfecta
-0.75	Correlación negativa alta
-0.5	Correlación negativa moderada
0	No existe correlación
0.5	Correlación positiva moderada
0.75	Correlación positiva alta
1	Correlación positiva perfecta

7.2.1 Prueba de Hipótesis

Ho: La inteligencia emocional no se relaciona con la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la carrera de Administración de Empresas.

Ha: La inteligencia emocional se relaciona con la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la carrera de Administración de Empresas.

7.2.2 Regla de Decisión

Si el valor p es menor a 0 se acepta la hipótesis nula.

Si el valor p es mayor a 0 se acepta la hipótesis alterna.

Tabla 33.

Relación entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora

Género	Rho de Spearman	N°. elementos
Masculino	0.41226	140
Femenino	0.62673	191

En la Tabla 33 se pudo observar la relación que existía entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora de los estudiantes, que se tomaron como objeto de estudio. De acuerdo con el coeficiente Rho de Spearman, se afirmó la hipótesis positiva, dado que el resultado del coeficiente superó el valor 0 y se demostró, de esta manera, que el manejo de las propias emociones era de gran importancia para tomar decisiones respecto al emprendimiento,

debido a que este permite la comunicación, de manera correcta con el resto y, además, facilita la toma de acciones, que permiten resolver problemas y adaptarse a cambios de una manera mucho más rápida.

Asimismo, se observó que la inteligencia emocional tenía una influencia positiva en la intención de emprender de los estudiantes universitarios de Administración de Empresas, puesto que esta les permitía comprender mejor sus propios sentimientos y los de los demás, lo que les otorgaba una mayor habilidad para tomar decisiones acertadas. Esto se debe a que los estudiantes con inteligencia emocional desarrollada eran capaces de controlar sus emociones, identificar los sentimientos de los demás, utilizar el lenguaje adecuado para comunicarse y establecer relaciones positivas; en este orden de ideas, estas habilidades les podrían ayudar a ser más conscientes de sus fortalezas y debilidades, a controlar sus impulsos y emociones, a mantenerse motivados, a entender mejor a sus clientes y colaboradores y a su vez, a desarrollar una mentalidad emprendedora, lo que contribuye en el éxito de los emprendimientos.

7.3 Objetivo Específico 3:

Diseñar un perfil emprendedor de habilidades emocionales de los estudiantes universitarios de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja.

Para dar cumplimiento a este objetivo, se planteó el siguiente plan:

- **Plan de fortalecimiento de intención emprendedora e inteligencia emocional.**

OBJETIVOS	CONTENIDO	METODOLOGÍA	RESULTADOS ESPERADOS	COSTOS
Fortalecer el nivel de intención emprendedora e inteligencia emocional.	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar un perfil evaluador sobre la intención emprendedora e inteligencia emocional. - Utilizar el centro INNOVA-T de la carrera, para intercambio de nuevas ideas. - Participar en proyectos de emprendimiento. 	<p>Diagnostico preliminar (dirigido por los docentes de la materia de Administración I y II).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer con exactitud el nivel que poseen los estudiantes para establecer un buen perfil del emprendedor de habilidades emocionales. - Intercambiar conocimiento para generar ideas o puntos de vistas que resulta un problema para la sociedad. - Mejorar y desarrollar nuevas capacidades y habilidades de emprender. 	20 dólares.
Programar, planificar e implementar talleres y charlas para impulsar la decisión de emprender y cultivar habilidades blandas.	<ul style="list-style-type: none"> - Taller de autoconocimiento. - Taller de gestión de estrés. - Taller de resiliencia. 	<p>Diagnostico participativo (profesionales acordes a la materia: intención a emprender e inteligencia emocional)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilizar a los estudiantes sobre la importancia de la inteligencia emocional para poder sostener sus ideas, superar sus 	<p>El taller de habilidades blandas tiene un costo: 5 dólares. El taller de intención emprender SIN</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Taller de comunicación asertiva. - Taller de habilidades sociales. - Taller de resolución de problemas. - Taller de afrontamiento. - Taller de empatía. 		dificultades, desconfianzas, asumir el riesgo y controlar sus actitudes.	COSTO, es impartido por un docente de la materia.
Establecer vinculaciones con empresarios de la localidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Participar en ferias y exposiciones - Desarrollar programas de patrocinio. - Establecer alianzas estratégicas. - Establecer relaciones con los grupos de interés. - Crear campañas de marketing con empresas de interés. 	Trabajo en equipo (trabajar conjuntamente el director de la carrera docentes y estudiantes, para generar valor, comunicación y fortalecer vínculos de equipo).	Conocer como los empresarios o emprendedores fueron desarrollan sus habilidades y destrezas para genera sus ideas de negocios.	Sin costo

- **Perfil para el fortalecimiento de la intensión emprendedora e inteligencia emocional.**

DATOS	
Nombre:	Fecha:
Área:	Curso:
INTELIGENCIA EMOCIONAL	
RESUMEN	
<p>Para medir el nivel de inteligencia emocional ayuda a identificar, diferenciar y comprender las emociones de uno mismo; es decir, conocer cuáles son nuestras aspiraciones de la vida, las fortalezas y debilidades, y conocer más a los demás; es decir, debemos tener la capacidad de comunicarnos de manera efectiva con las personas y entender más sus emociones.</p>	
PERFIL	
Preparación	Cualidades
<ul style="list-style-type: none"> • Aprender a controlar las emociones para evitar, que se tomen el control de la situación. • Mejorar la comunicación verbal. • Expresar de mejor manera lo que se siente. • Desarrollar más empatía para entender de mejor manera los sentimientos de los demás. • Aprender a hacer autocríticas constructivas. • Practicar a prestar más atención hacia los demás. • Aprender a negarse en ciertas cosas. • Aprender a priorizar el bien propio ante los demás. • Desarrollar la capacidad de identificar las emociones para evitar confusiones con otras y ser consciente sobre lo que siente en cada momento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer nuestras propias emociones. • Diferenciar las emociones que percibimos. • Entender nuestros sentimientos y de los demás. • Gestionar nuestras emociones. • Analizar nuestras las emociones. • Mirar nuestro interior para reflexionar en profundidad sobre nuestras ideas y los sentimientos que se tiene en ese momento. • Comprender de manera de pensar y de actuar de sí mismo. • Escuchar con atención a los demás para entender lo que se desea expresar. • Expresar apropiadamente aquello que se quiere decir. • Empatizar con las personas.
BENEFICIOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Permite construir nuevas relaciones y fortalecer las que ya existen. • Ayuda a solucionar conflictos. • Establecer una comunicación más efectiva. • Permite comprender contextos emocionales • Tener más empatía con los demás. • Regular nuestras emociones. 	

- tomar buenas decisiones.
- Superar situaciones difíciles.
- Fortalecer el trabajo en equipo.

DATOS	
Nombre:	Fecha:
Área:	Curso:
INTENSIÓN EMPRENDEDORA	
RESUMEN	
<p>Hace referencia al estadio mental que tienen las personas en favor para optar en la creación de una nueva idea de negocio u empresa dentro del mercado; es decir, que tan comprometidos estas las personas para llevar a cabo una iniciativa emprendedoras asumiendo riesgos para llegar al éxito y evitar el posible fracaso.</p>	
PERFIL	
Preparación	Cualidades
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un comportamiento emprendedor; es decir, tener la actitud para emprender. • Establecer un control de conducta personal; es decir, conocer cuáles son mis habilidades, recursos y oportunidades para establecer y desarrollar una idea de negocio. • Controlar mi actitud ante una respuesta favorable o desfavorable de mi idea de negocio. • Saber analizar las creencias subjetivas; es decir, como tomo las opiniones de mis amigos, familiares y colegas, sobre dicha idea de negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tener actitud. <ul style="list-style-type: none"> - Enfrentar nuevos retos. - Capacidad para genera empleo. - Asumir riesgos - Tener independencia. • Ser auto eficiente. <ul style="list-style-type: none"> - Definir mi idea de negocio. - Mantener bajo control la creación de la idea de negocio. - Negociar y mantener relaciones favorables con inversores potenciales. - Identificar oportunidades en el mercado. - Capacidad para relacionarme con las personas. - Capacidad de crear y poner en funcionamiento una nueva idea de negocio.
BENEFICIOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener la probabilidad de llegar a idear una idea de negocio y ejecutarla algún día. • Tener la disposición a esforzarme lo necesario para convertirme en un empresario. • Tomar mejores decisiones para fortalecer mi idea negocio. • Cumplir con mis objetivos personales de ser un empresario con éxito. 	

8. Conclusiones

- El 1% de los estudiantes varones y mujeres de cuarto a octavo ciclo tienen un nivel de intención emprendedora baja, lo que indica que se encuentran en la fase de desarrollo de una idea de negocio. Por otro lado, el 82% de ambas partes, tienen un nivel alto; además, están dispuestos a asumir riesgos futuros y poseen habilidades, capacidades, fortalezas, recursos y oportunidades para desarrollar una idea de negocio.
- Debido a que, prestan poca atención a sus emociones, los estudiantes de cuarto a octavo ciclo el 18% de varones y el 14% de mujeres tienen un nivel de inteligencia emocional bajo, esto no les permite expresarse de mejor manera ni manejar sus emociones en diferentes ocasiones. Mientras que, el 25% de varones y un 27% de mujeres obtienen un nivel alto en la identificación, diferenciación y comprensión de sus emociones y las de los demás.
- La influencia que se tiene sobre la inteligencia emocional y la intención emprendedora de los estudiantes es positiva, con un valor superior a 0, lo que indica que hay una relación entre ambas variables. Esto significa que los estudiantes pueden controlar sus emociones para tomar decisiones más sensatas sobre sus ideas de negocios o emprendimiento.
- Se creó un plan y un perfil para aumentar la intención a emprender y desarrollar habilidades blandas que tiene que poseer los estudiantes de Administración de Empresas.

9. Recomendaciones

- Participar en proyectos de emprendimiento para que los estudiantes comprendan los conceptos de emprendimiento, enfrentando desafíos, mejoren sus capacidades y desarrollen nuevas habilidades y fortalezas y encuentren oportunidades para convertirse en empresarios.
- Incentivar a los estudiantes a aprender por sí mismos, enseñándoles la importancia de investigar, leer contenido relacionado con el mundo empresarial y su emprendimiento, para poder comprender la industria y estudiar el mercado en el que quieren entrar.
- Fomentar la empatía para que los maestros ayuden a sus estudiantes a conocer, comprender y comprender los sentimientos de ellos mismos y de los demás; esto les permitirá expresarse mejor y manejar cualquier situación de manera adecuada.
- Enseñar a los estudiantes a ser autoconscientes, permitiéndoles reconocer, comprender y reflexionar sobre sus emociones y pensamientos, lo que les ayudará a mejorar su autoestima y tomar mejores decisiones.
- Estudiar y ejecutar el plan y el perfil, plantado para fortalecer el nivel de intención emprendedora e inteligencia emocional de los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas.

10. Bibliografía

- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. McGraw Hill.
- Amaru, A. (2008). *Administración para emprendedores*. Pearson.
- Arrieta, E. (2018). *El hombre es un ser social por naturaleza*. Cultura genial: <https://www.culturagenial.com/es/el-hombre-es-un-ser-social-por-naturaleza/>
- Azqueta, A. (2017). *El concepto de emprendedor: origen, evolución e introducción*. Simposio Internacional El Desafío de Empezar en la Escuela del Siglo XXI (2017): <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/74177/El%20concepto%20de%20emprendedor%20origen%2C%20evoluci%C3%B3n%20e%20introducci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bericat, E. (2012). *Emociones*. Editorial Arrangement of Sociopedia.isa.
- Celis, S. (2022). *El Poder de la Autorrealización Personal*. Éxito personal: <https://www.exitopersonal.com/el-poder-de-la-autorrealizacion-personal/>
- Chamarro, A., & Oberst, U. (2004). Modelos teóricos en inteligencia emocional y su medida. *Aloma: revista de psicología, ciències de l'educació i de l'esport Blanquerna*, (14), 209-217. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=930638>.
- Chávez, E., & Suárez, J. (2017). *Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, filiales Lima, Juliaca y Tarapoto, 2016-II*. Universidad Peruana Unión: https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/409/Erlita_Tesis_bachiller_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Coromines, J. (1981). *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*. Gredos.
- de Noble, A. F., Jung, D., & Ehrlich, B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77.
- Díaz, C. J. (2003). *La creación de empresas en Extremadura*. Universidad de Extremadura.
- Díaz-Sarmiento, C., López-Lambraño, M., & Roncallo-Lafont, L. (2017). Entendiendo las generaciones: una revisión del concepto, clasificación y características distintivas de los baby boomers, X y millennials. *Clío América*, 11(22), 188-204. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6509216>.

- Elías, T. (2015). *El soporte de las empresas pequeñas y medianas que nacen para efectos de sostener el hogar, está en los padres e hijos, afirma economista*. Universidad de Piura: <https://www.udep.edu.pe/hoy/2015/05/el-apoyo-de-la-familia-es-importante-para-el-exito-de-los-emprendedores/#:~:text=%E2%80%9CSi%20el%20empresario%20no%20recibe,emprendedores%E2%80%9D%2C%20remarc%C3%B3%20Silup%C3%BA%20Garc%C3%A9s>.
- Eraso, L. (2018). Evolución y desarrollo de la inteligencia. *Medicina*, 40(2), 273-274.
- Fernández, P., & Extremera, N. (2005). La inteligencia emocional y la educación de las emociones desde el modelo de Mayer y Salovey. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 19(3), 63-93. <https://www.redalyc.org/pdf/274/27411927005.pdf>.
- Fernández-Abascal, E. (2011). *Psicología de la emoción*. Centro de estudios Ramón Areces, S.A.
- Flores, M. (2005). Orígenes, evolución y modelos de inteligencia emocional. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 9-24. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802502.pdf>
- Garambel, H. (2017). *Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la Universidad Nacional del Altiplano*. Universidad Nacional del Altiplano: <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/3277754>
- García-Fernández, M., & Giménez-Mas, S. (2010). La inteligencia emocional y sus principales modelos: propuesta de un modelo integrador. *Espiral*, 3(6), 43-52. <http://www.cepcuevasolula.es/espiral>.
- Gardner, H. (2019). *Inteligencias múltiples*. Barcelona, España: Planeta, S. A. Recuperado el 2022
- Grewal, D., & Salovey, P. (2006). Inteligencia emocional. *Mente y cerebro*, 10-20. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1419071>. <http://amscimag.sigmaxi.org/4lane/Foreignpdf/2005-07grewalspanish.Pdf>
- Guazmán, C. (2020). *¿Por qué es importante que los emprendedores tengan inteligencia emocional?* PQS: <https://pqs.pe/emprendimiento/por-que-es-importante-que-los->

emprendedores-tengan-inteligencia-emocional/#:~:text=Los%20emprendedores%20con%20inteligencia%20emocional,de%20acuerdo%20a%20lo%20planeado.

Ilab. (2018). *Emprendimiento*. <https://ilab.net/habilidades-de-un-emprendedor/>

Jaén, I. (2010). *Una revisión teórica de los valores en el estudio de la intención*. Universidad de Sevilla.

Jiménez, A. (2018). Inteligencia emocional. *Curso de Actualización de Pediatría* (págs. 457-469). Lúa Ediciones 3.0.

Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 593-617.

Longo, B. (2020). *Qué es la emoción en psicología*. Psicología online: https://www.psicologia-online.com/que-es-la-emocion-en-psicologia-5186.html#anchor_0

López, M., Acosta, I., García, L., & Fumero, A. (2007). *La inteligencia emocional y su importancia como competencia psicológica en la policía local*. Infocop: https://www.infocop.es/view_article.asp?id=1357#:~:text=La%20atenci%C3%B3n%20emocional%20se%20refiere,y%20saber%20lo%20que%20significan.

Manosalvas, L. (2017). *Relación de la inteligencia emocional con la intención de emprendimiento y la autoeficacia emprendedora*. <https://core.ac.uk/reader/196535690>

Molero, C., Saiz, E., & Martínez, C. (1998). Revisión histórica del concepto de inteligencia: una aproximación a la inteligencia emocional. *Latinoamericana de Psicología*, 30(1), 11-30. <https://www.redalyc.org/pdf/805/80530101.pdf>.

Moreno, M., & Giraldo, P. (2017). *Factores institucionales que influyen en la intención emprendedora en el departamento del Quindío (Colombia) Grupo de Investigación en Gerencia y Emprendimiento (GIGA)*. Universidad del Quindío: <https://bdigital.uniquindio.edu.co/bitstream/handle/001/6244/Trabajo%20de%20grado%20-%20MARIA%20ELVIRA%20Y%20PAOLA.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Oviedo, H., & Adalberto Campo-Arias. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 572-580.


Papalia, D., Olds, S., & Feldman, R. D. (2009). *Psicología del desarrollo, de la infancia a la adolescencia*. Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. De C.V.

- Real Academia Española. (2022). *Emoción*. <https://dle.rae.es/emoci%C3%B3n>
- Robalino, A., Correa, D., & Vizueté, F. (2014). *Iniciativas de emprendimiento de los egresados de la carrera de Administración de Empresas, de la Universidad Politécnica Salesiana sede Quito, en cumplimiento de la misión de la Universidad*. Universidad Politécnica Salesiana: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6817>
- Ruiz, R. A., de León, A. P., & Eguizabal, J. A. (2018). Actitud de los padres hacia la posibilidad de emprendimiento de sus hijos. *Revista de Educación*, (22), 97-110. <https://doi.org/10.18172/con.3390>.
- Salovey, P., Mayer, J. D., Goldman, S. L., Turvey, C., & Palfai, T. P. (1995). Emotional attention, clarity, and repair: Exploring emotional intelligence using the Trait Meta-Mood Scale. En J. Pennebaker, *Emotion, Disclosure, & Health* (págs. 125-151). American Psychological Association.
- Sarli, R. R., González, S. I., & Ayres, N. (2015). Una herramienta necesaria. *Revista de la Facultad de Odontología*, 17-20. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/645266>.
- Tarapuez, E. (2015). *Factores que influyen en las intenciones de creación de empresas de los estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia)*. Universidad Nacional de Córdoba: <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/2217/Tarapuez%20Chamorro%2C%20Edwin.%20Factores%20que%20influyen%20en%20las%20intenciones%20de%20creacion%20de%20empresas%20de%20los%20estudiantes%20universitarios%20del%20departamento%20del%20quindio%20%28Col>
- Trujillo, M., & Rivas, L. (2005). Orígenes, evolución y modelos de inteligencia emocional. *INNOVAR, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 9-24.
- Ugarriza, N. (2001). La evaluación de la inteligencia emocional a través del inventario de BarOn (I-CE) en una muestra de Lima Metropolitana. *Persona*, (4), 129-160. <https://www.redalyc.org/pdf/1471/147118178005.pdf>.
- Universidad Nacional del Litoral. (s.f.). *Descripción*. https://unl.edu.ec/oferta_academica/facultad-juridica-social-y-administrativa/administracion-de-empresas-1

Universidad Peruana Los Andes. (2021). *¿Qué es la creatividad e innovación? Consejos para impulsarlos*. Universidad Peruana Los Andes: <https://upla.edu.pe/que-es-la-creatividad-e-innovacion-consejos-para-impulsarlos/#:~:text=Empecemos%20diciendo%20que%20la%20creatividad,innovaci%C3%B3n%20est%C3%A1%20en%20el%20enfoque>.

11. Anexos

Anexo 1. Cuestionario de inteligencia emocional e intención emprendedora

 Universidad Nacional de Loja Facultad Jurídica, Social y Administrativa Carrera de Administración de Empresas	UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA CUESTIONARIO PARA LAS CAPACIDADES, HABILIDADES E INTENCIÓN EMPRENDEDORA																		
Objetivo: Medir la inteligencia emocional y la capacidad, habilidades e intención emprendedora de los estudiantes del cuarto a octavo ciclo de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja.																			
A. DATOS GENERALES												Fecha:							
Edad:												Ciclo:							
Género:												Paralelo:							
Estado civil:												Ingreso promedio mensual de tu familia:							
B. ANTECEDENTES FAMILIARES (Marque con un "X")																			
¿Cuál es el nivel de estudios alcanzados por tu padre y/o madre?									¿Cuál es o fue la ocupación de tu padre y/o madre?										
<i>Nivel de Estudios</i>			<i>Padre</i>			<i>Madre</i>			<i>Ocupación</i>			<i>Padre</i>			<i>Madre</i>				
Items			Si	No	No sabe	Si	No	No sabe	Items			Si	No	No sabe	Si	No	No sabe		
Asistió al colegio									Empleado o contratista										
Primaria completo o incompleto									Comerciante, emprendedor										
Secundaria completo o incompleto									Trabajador independiente										
Universidad completo o incompleto									Labores domésticas en su hogar										
Postgrado completo o incompleto									Otra: ¿Cuál es?										
Lea atentamente cada frase y señale con una "X" la respuesta que más se aproxima a su preferencia, de acuerdo a la siguiente escala:																			
Escala:		1			2			3			4			5					
Leyenda:		Definitivamente no			Probablemente no			Indeciso			Probablemente sí			Definitivamente sí					
C. CAPACIDADES Y HABILIDADES EMPRENDEDORAS			1. A menudo tengo ideas originales y las pongo en práctica.						2. Cometo errores y me equivoco, pero sé que puedo hacer las cosas bien.					3. Cuando quiero algo, insisto hasta que lo consigo.					
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
4. Cuando invierto mi dinero, prefiero arriesgarlo en algo que pueda darme más ganancias que en un depósito a plazo fijo.			5. No me resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema.						6. Puedo resolver problemas con rapidez, incluso bajo presión.					7. Veo posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que hago.					
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8. Creo con firmeza en que tendré éxito en todo lo que me proponga hacer.			9. Creo con firmeza que si la primera vez no lo logro, debo intentarlo una y otra vez.						10. Cuando pienso en emprender un negocio, no me asusta la idea de lo desconocido.					11. Cuando enfrento un problema, me gusta encontrar nuevas maneras para resolverlo.					
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
12. Me considero una persona ingeniosa, en especial cuando se presentan situaciones difíciles.			13. Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas.						14. No me desaliento si encuentro obstáculos para alcanzar mis metas.					15. Considero que a veces el riesgo es estimulante.					
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
16. Estoy convencido de mis capacidades y sé muy bien cómo explotarlas.			17. Creo en el refrán: "quien no arriesga no gana".						18. Estoy seguro de mis propias ideas y posibilidades.					19. Aunque no alcance mis objetivos en poco tiempo, no pierdo el interés.					
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
20. Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales.			21. Creo que en la vida hay que tomar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.						22. Con frecuencia encuentro soluciones rápidas y eficaces a los problemas.					23. Soy bueno para enfrentar una gran cantidad de problemas al mismo tiempo.					
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

24. Considero que la perseverancia es importante para llegar al éxito.	25. Me siento seguro, incluso cuando alguien critica lo que he hecho.	D. INTENCIÓN EMPRENDEDORA					26. Algún profesor ha influido en su visión para crear ideas de negocios
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5						1 2 3 4 5
27. Algún miembro de tu familia tiene una empresa y/o negocio.	28. Algún amigo cercano que tenga su propia empresa, ha influido en su visión para los negocios.	29. Tiene alguna experiencia laboral o ha sido contratado por una empresa.	30. Usted admira a quienes tienen sus propios emprendimientos.				
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5				
31. Cree que es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena.	32. Cree que tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto.	33. Es optimista y tiene visión de largo plazo.	34. Es autónomo para desarrollar sus iniciativas.				
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5				
35. Demuestra creatividad e innovación.	36. Tienen capacidad de organización	37. Les gusta trabajar en equipo	38. Cree que la familia desempeña un papel positivo en la creación y desarrollo de un negocio.				
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5				
39. Cree que participar de cursos y programas de asesoría aumenta la intención para crear un negocio.	40. La religión incidiría en su intención para emprender.	41. Cree que el dinero es solo un factor más de los que se requiere para iniciar un negocio.	42. Cree que las asignaturas de la carrera desarrollan su intención de crear una empresa.				
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5				
43. Cree que ser empresario exige más dedicación que si se decide ser empleado en una empresa.	44. Cree que es importante tener un negocio propio.	45. Identificar y superar un reto personal me motiva para crear una idea de negocio.	46. Lograr mi autorrealización y satisfacción personal es una motivación para crear una idea de negocio.				
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5				
47. Ser mi propio jefe y saber manejar mi tiempo me motivaría para crear una idea de negocio.	48. Dar empleo a otras personas es una motivación para crear una idea de negocio.	49. Ser parte activa en la sociedad me motiva para crear una idea de negocio.	50. Apoyar el desarrollo de un determinado lugar es una motivación para crear una idea de negocio.				
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5				
51. Cuando pienso en una idea de negocio me desmotiva tener escaso capital.	52. No ser arriesgado es una desmotivación para crear una idea de negocio.	53. Tener demasiadas obligaciones académicas en la facultad me desmotiva para crear una idea de negocio.	54. La inexperiencia de los docentes en la creación de empresas es una desmotivación para crear una idea de negocio.				
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5				
55. Tener compañeros adversos al riesgo me desmotiva para crear una idea de negocio.	56. Cuando pienso en una idea de negocio me desmotiva no tener claro en qué actividad económica involucrarme.	57. Insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas es una desmotivación para crear una idea de negocio.	58. La formación recibida me permite iniciar un negocio.				
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5				
59. Tengo la posibilidad de tener mi empresa, tan pronto termine la universidad.	60. Mis competencias me permiten aprovechar oportunidades en el mercado.	61. Tengo una idea de negocio con posibilidades de éxito.	62. Mi familia me avalaría ante una entidad financiera para iniciar un negocio.				
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5				
63. Los programas de Gobierno ayudan financieramente para iniciar un negocio.	64. Aprovechar estudios previos de una realidad local me permite descubrir ideas de negocio.	65. Considerar trabajos de investigación desarrollados me da la oportunidad de encontrar ideas de negocio.	66. Identificar negocios y sectores más dinámicos del mercado brinda una oportunidad para descubrir ideas de negocio.				
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5				
67. Tener familiares empresarios o amigos empresarios es una oportunidad para descubrir ideas de negocio.	68. Considera que tener buenas ideas o planes de negocio es un recurso valioso para crear un negocio.	69. Tener habilidades es importante para crear una idea de negocio.	70. Cree que ser capaz de salir siempre adelante es valioso para crear un negocio.				
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5				

71. Considera que obtener recursos económicos de familiares y/o amigos es un recurso valioso para crear un negocio.	E. INTELIGENCIA EMOCIONAL	72. Presto mucha atención a mis emociones.					73. Normalmente dedico tiempo a pensar en mis emociones.				
1 2 3 4 5		1 2 3 4 5	1 2 3 4 5								
74. Pienso que merece la pena prestar atención a mis emociones y estado de ánimo.	75. A menudo pienso en mis emociones.	76. Puedo llegar a comprender mis emociones.					77. Tengo claro mis emociones.				
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5								
78. Frecuentemente puedo definir mis emociones.	79. Normalmente reconozco mis emociones hacia las personas.	80. A menudo me doy cuenta de mis emociones en diferentes situaciones.					81. A veces puedo decir cuáles son mis emociones.				
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5								
82. Dejo que mis emociones afecten a mis pensamientos.	83. Normalmente me preocupo mucho por lo que siento.	84. Presto mucha atención a cómo me siento.					85. Siempre puedo decir cómo me siento.				
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5								
86. Casi siempre sé cómo me siento.	87. Aunque me sienta mal, procuro pensar en cosas positivas.	88. Aunque a veces me siento triste, suelo tener una visión optimista.					89. Pienso en mi estado de ánimo constantemente.				
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5								
90. Cuando estoy triste, pienso en todo lo bonito de la vida.	91. Intento tener pensamientos positivos aun que me sienta mal.	92. Tengo mucha energía cuando me siento feliz.					93. Me preocupo por tener un buen estado de ánimo.				
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5								
94. Si las cosas se complican, trato de calmarme.	95. Cuando estoy enojada(o) intento cambiar mi estado de ánimo.										
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5										

¡GRACIAS POR TU COLABORACIÓN!

Anexo 2. Diseño de un perfil emprendedor de habilidades emocionales

Evaluación de fortalecimiento de la intensión emprendedora e inteligencia emocional.

Este evaluador tiene como finalidad conocer el nivel de intensión emprendedora e inteligencia emocional que poseen los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas					
Para realizarlo de manera adecuada, deberá obtener de uno a cinco puntos cada una de las interrogantes que describen con actitud el perfil emprendedor de las habilidades emocionales de los estudiantes universitarios. La escala de puntuación está representada de la siguiente categoría:					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Definitivamente si 2. Probablemente si 3. Indeciso 4. Probablemente no 5. Definitivamente no 					
Deberá contestar con mayor sinceridad para que los resultados arrojen la realidad del nivel de la habilidad emocionales que poseen los estudiantes de la carrera.					
INTENCIÓN EMPRENDEDORA					
	1	2	3	4	5
Es probable que en el futuro inicie un emprendimiento.					
Mi objetivo profesional es convertirme en un emprendedor.					
Hare lo posible por iniciar y dirigir mi empresa u emprendimiento.					
Estoy dispuesto a esforzarme lo necesario para convertirme en emprendedor					
Tengo serias dudas si en el futuro llegare a crear mi propio negocio.					
Tengo la capacidad para emprender					
Me siento incapaz de iniciar mi propio negocio					
Estoy decidido a crear mi propio negocio en el futuro.					
Tengo la capacidad de controlar el proceso de creación de mi idea de negocio.					
Tiene dificultad para desarrollar una idea de negocio.					
Si tuviera la oportunidad y los recursos iniciaría su propio negocio.					
Prefiere hacer lo que más disfruta, y menos planificar ideas de negocio.					
Prefiere hacer lo que más disfruta, y menos ser emprendedor					
Cree que sus amigos más cercanos y familiares piensan que debería planificar su propio negocio para convertirse en un emprendedor.					
Cree que sus colegas (compañeros de curso) y personas importantes para usted, piensan que idear su propio negocio, podrá convertirse en un emprendedor.					
Los conocimientos adquiridos en su estudio universitario son prácticos y necesarios para iniciar con su idea de negocio.					
INTELIGENCIA EMOCIONAL					
Tiene confianza que tendrá éxito en sus nuevas ideas de negocio.					
Tiene confianza que podrá alcanzar las metas que se a fijado.					
Tiene confianza que tendrá éxito en enfrentar sus obstáculos en el camino.					

Puede identificar y nombrar sus sentimientos.					
Soy consciente de mis reacciones físicas (gestos, dolores, cambios súbitos)					
Son consciente de puntos fuertes y mis puntos débiles					
Cuando fracaso en una actividad, pienso porque he fallado y así aprendo para enfrentar otras situaciones.					
En vez de desistir frente a los obstáculos, permanezco con optimas y esperanza.					
Usted siente empatía con los demás.					
Tiene autoconfianza en sí mismo.					
Tiene autocontrol en lo que realiza.					
Posee habilidades sociales con las personas (responsabilidad, compromiso, paciencia, comunicación, etc.)					

Anexo 3. Proyecto de investigación

1. TÍTULO

Análisis de los factores de inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios del cuarto a octavo ciclo de la carrera de administración de empresas en la universidad nacional de Loja.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

El emprendimiento representa todas aquellas acciones que se llevan a cabo para desarrollar una idea de negocio, que da como resultado final un producto o servicio que satisfaga las necesidades de un público objetivo, en América Latina este concepto ha causado un impacto positivo en el desarrollo de sus economías, ya que ayuda a la generación de empleos, al mejoramiento de la productividad y a lograr un nivel de competitividad más alto en mercados nacionales e internacionales.

De acuerdo al International Center for Entrepreneurs in Barcelona (ICBE), el emprendimiento en América Latina y el Caribe se encuentran lejos de las cifras de emprendimiento que se registran en Norteamérica y en Europa, durante los próximos años la región puede vivir un importante crecimiento en lo que se refiere a emprendimiento. La primera razón es por simple lógica: mientras que en otros países el ecosistema emprendedor está muy maduro y la competencia entre startups resulta a menudo asfixiante, en Latinoamérica la mayoría de programas de apoyo al emprendimiento todavía se encuentran en fases iniciales, por lo que el margen de crecimiento es enorme (Tabla 1, Anexo 1). La segunda razón es puramente demográfica las estadísticas indican que uno de cada cuatro latinoamericanos tiene entre 15 y 29 años, y el hecho de que la población sea notablemente más joven que la de otras regiones puede favorecer la actividad emprendedora, siempre que exista un acompañamiento adecuado tanto por parte de las instituciones como de la propia empresa privada.

Según el informe GEM Global 2019 - 2020, que evalúa a 60 economías, muestra que a nivel mundial América Latina y el Caribe (Latam) presentan las tasas más altas de actividad emprendedora temprana, Chile obtuvo una TEA de 36.7%, teniendo la tasa más alta de toda la región, en segundo lugar, se encuentra Ecuador con una TEA de 36.2%, seguidos por Brasil y Colombia con una TEA de 23.3% y 22,3% respectivamente, (Figura 1&2, Anexo 2&3)

Según el estudio, el GESI o índice de espíritu emprendedor, Ecuador obtiene el segundo mejor puntaje de la región (0.28) después de Perú, evidenciando una percepción positiva frente al emprendimiento y una alta autoconfianza en las capacidades o conocimientos necesarios para emprender.

Sobre las motivaciones que tienen las personas para iniciar una actividad emprendedora, se obtienen que la población ecuatoriana en un 52.65% está motivada por marcar una diferencia en el mundo, proporción mayor que la de Chile (44.93%) y Colombia (44.38%), y menor que países como Guatemala (80.18%) y Panamá (76.84%). Entre los países de América Latina, Ecuador presenta las tasas más bajas de emprender por acumular gran riqueza u obtener altos ingresos (36.53%), sucede lo contrario en Panamá donde el 64.31% de los emprendedores responden a esta motivación. En cuanto a continuar una tradición familiar Ecuador posee un (35.72%), razón que es muy importante en Guatemala (53.17%). Finalmente, la escasez de un empleo es la motivación principal para los países latinoamericanos como es el caso de Ecuador con 82.71% y Colombia con el 90.10%. (Figura 4, Tabla2 / Anexo 4&5)

En este contexto, tomando en cuenta que la decisión de emprender surge en su mayoría surge por la falta de empleo, se pretende descubrir el papel que juega la inteligencia emocional en la toma de esta decisión, entendiéndose a este concepto como la “capacidad para reconocer los sentimientos y de manejar acertadamente las emociones propias y la de los demás” (Brackett y John D. Mayer).

De acuerdo con Goleman (1996), la inteligencia emocional posee un nivel de importancia superior sobre el coeficiente intelectual, no obstante, plantea que ambas no son opuestas entre sí, pero se encuentran separadas la una de la otra, por lo cual la combinación de ambas produce un aprendizaje exitoso al igual que un desempeño exitoso, adicionalmente se ha visto que la inteligencia emocional tiene un mayor impacto en el logro de objetivos y que es el centro del desarrollo de las ventajas competitivas tanto de las personas como de las organizaciones.

La inteligencia emocional es una de las variables que se ha estudiado sobre el campo de la intención emprendedora obteniendo resultados que han permitido crear innovadoras alternativas de estudio dentro del campo del emprendimiento, específicamente sobre aquellos factores que se relacionan con la intención emprendedora en los ámbitos universitarios, ya que es en este lugar donde surgen propuestas interesantes que pueden desembocar o no en la creación de nuevos negocios.

En la ciudad de Loja, específicamente en la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, la vinculación que existe entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora es casi nula, en primer lugar por su propósito: “generar espacios de análisis y reflexión sobre los fundamentos de las ciencias económicas, matemáticas, jurídicas, sociología y ética, para aplicar en la gestión del talento humano, finanzas, producción y marketing, y así resolver problemas de planificación, organización, dirección y control de las organizaciones”, mismo que se enfoca en aplicar y desarrollar conceptos en empresas ya constituidas, limitando de esta manera el desarrollo del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios de la carrera, y por ende a la no creación de nuevos negocios que aporten positivamente al desarrollo de la ciudad.

La Carrera de Administración de Empresas aún no reconoce la importancia del conocimiento que deben poseer los estudiantes sobre sí mismos, antes de crear un negocio pues la globalización exige que se tomen decisiones permanentes respecto a la innovación, al diseño de estrategias de captación de clientes, programas de marketing con valor superior, que promuevan relaciones a largo plazo con los grupos de interés de la empresa, lo que permitirá su crecimiento económico y mejorará su posicionamiento en el mercado.

Teniendo en cuenta la significancia de la inteligencia emocional como factor diferenciado en términos del éxito personal y por tanto del éxito de la puesta en marcha de ideas emprendedoras, se pretende definir la relación que existe entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora de los estudiantes universitarios del cuarto a octavo ciclo de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja, se aplicará dos cuestionarios, el primero será el “TMMS-24” mismo que determinará el nivel de inteligencia emocional en los estudiantes y el cuestionario de “Intención emprendedora”, que ayudará a descubrir las características emprendedoras de la población de estudio.

Además, este trabajo, tienen la intención de crear un perfil emprendedor en donde se plasmen las habilidades emocionales que se debe poseer antes de iniciar un negocio, mismo que sirva como guía para gestionar las propias emociones ante situaciones determinadas, y que no influyan de manera negativa en el desarrollo de un emprendimiento.

1.2. Formulación del problema

Problema general:

¿Qué relación existe entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora de los estudiantes universitarios del cuarto a octavo ciclo de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja?

Problemas específicos:

- ¿La inteligencia emocional de los estudiantes universitarios del cuarto a octavo ciclo de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja, está sustentada en las dimensiones de atención, claridad y reparación de las emociones?
- ¿Las dimensiones de la Intención Emprendedora definen el emprendimiento de los estudiantes universitarios del cuarto a octavo ciclo de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja?
- ¿Qué estrategias se deben promover para potencializar la inteligencia emocional y la intención emprendedora de los estudiantes universitarios del cuarto a octavo ciclo de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja?

2. JUSTIFICACIÓN

La creación de negocios desempeña un papel importante dentro del desarrollo de un país, no solo porque permiten el crecimiento económico del mismo, sino también social, promoviendo de esta manera la creación de nuevas fuentes de trabajo que, fomentan el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes.

Si bien la creación de nuevos negocios trae consigo grandes beneficios, su origen y desarrollo conlleva pasar varios obstáculos en donde influyen un sinnúmero de factores, es aquí donde el conocimiento constituye un elemento de gran importancia para el éxito de los negocios, y no solo aquel conocimiento intelectual, si no aquel conocimiento que se tienen de uno mismo.

En este sentido dentro de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, se presenta un escenario deficiente del conocimiento que se tiene de la inteligencia emocional y del papel que juega en la formación y decisiones que giran en torno al emprendimiento.

La presente investigación se enfoca en determinar la manera en que influyen los factores de inteligencia emocional en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios del cuarto a octavo ciclo de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional

de Loja, utilizando como herramienta de medición dos instrumentos específicos para las distintas variables, de manera que se logre obtener dos cuestionarios uno que abarque los principales aspectos de la intención emprendedora y un test que permita evaluar la inteligencia emocional de los estudiantes universitarios, los resultados obtenidos de los test de evaluación ayudarán a identificar las principales características emocionales y emprendedoras que requieran mayor atención y que permitirán mejorar el nivel humano y profesional de los alumnos.

El presente estudio es viable puesto que, dispone de los recursos económicos, humanos y materiales necesarios para llevarla a cabo, así mismo, tiene una utilidad metodológica, ya que en base a ella podrían realizarse futuras investigaciones que compartan metodologías similares, de manera que se puedan realizar comparaciones en periodos concretos y evaluaciones de los resultados obtenidos.

En el aspecto disciplinario el presente estudio se relaciona con el primero de los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS), mismo que, hace referencia a la Educación de Calidad, enmarcado dentro de la meta “4.4 De aquí a 2030, aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento” (UNL, 2019-2023), de igual manera, se encuentra alineada al cumplimiento de los Objetivos del Plan Estratégico de Desarrollo Institucional de la Universidad, enmarcado específicamente en el eje 2 referente a la Investigación, “OE2. Contribuir a la generación, innovación y transferencia de conocimientos científicos y tecnológicos por dominios, valorando los saberes ancestrales de las diversas culturas y artes, articulados a la docencia y vinculados a la problemática de los sectores sociales del entorno zonal, nacional e internacional” (UNL, 2019-2023).

De igual manera, el presente estudio se engloba dentro la línea 09. de Investigación referente a la Economía, Administración y Desarrollo, y en la sub-línea de Investigación referente a la Gestión Pública y Calidad Institucional, dentro de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, esta investigación aportará con los principales lineamientos que deben seguir para la implementación de programas y talleres de estudio con temas que permitan potenciar la inteligencia y habilidades emocionales de los estudiantes universitarios, ya que de acuerdo a varios estudios la inteligencia emocional aporta en un gran porcentaje al éxito profesional y social de las personas.

3. OJETIVOS

3.1. General

Definir la relación que existe entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora de los estudiantes universitarios del cuarto a octavo ciclo de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja.

3.2. Específicos

- Evaluar el nivel de inteligencia emocional e intención emprendedora en los estudiantes universitarios del cuarto a octavo ciclo de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja.
- Determinar la influencia de las dimensiones de la inteligencia emocional en la intención de emprender de los estudiantes universitarios del cuarto a octavo ciclo de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja.
- Diseñar un perfil emprendedor de habilidades emocionales de los estudiantes universitarios de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja.

2. METODOLOGÍA

En el presente proyecto de investigación se aplicarán diversos métodos, procedimientos y técnicas de investigación que permitirán recolectar la información necesaria para el desarrollo del proceso investigativo.

2.1. Tipo de investigación

La presente investigación será de tipo exploratorio, ya que existe poca información y estudios sobre el tema a desarrollarse, a su vez será de carácter descriptivo y de campo, ya que con ellos se podrá describir, ordenar y analizar la información recolectada mediante la utilización de los métodos analítico que me permitirá establecer la relación que existe entre las variables de estudio, el método sintético me permitirá resumir la información de mayor relevancia de toda la investigación y el método deductivo que permitirá describir las conclusiones a las que se ha llegado con la investigación, todo esto con el fin de que la investigación sea lo más real y confiable posible.

Esta investigación presentará un enfoque cualitativo y cuantitativo, debido a que, se evaluará la realidad de la interacción que existe entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de los cursos profesionalizantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

Por la finalidad del estudio se aplicará un modelo no experimental, debido a que, no se manipularán las variables de estudio durante la investigación, en función a los objetivos a alcanzar será de tipo correlacional; ya que, se intentará descubrir la relación existente entre las

dos variables de estudio, y según la medición de las variables, será transversal, dado que las variables son medidas en una sola ocasión.

2.2. Fuentes de investigación

Para la recolección de información del presente trabajo de investigación, se procederá a obtener la información principalmente de la aplicación de los instrumentos a la muestra de estudio, así como también de libros, tesis, archivos, folletos, artículos entre otros, que servirán de base para la realización del trabajo investigativo.

Se utilizará fuentes de información primaria que consiste en la información directa mediante la interrogación u observación de la población de estudio, se aplicará dos cuestionarios para recabar información útil acerca de la relación que existe entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de los cursos profesionalizantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

También se requerirá fuentes de información secundaria que representan a aquellas que recogen información procesada y previamente elaborada, para la presente investigación se utilizará la ayuda de direcciones electrónicas, tesis y bibliografías relacionadas con el tema de estudio, con el fin de obtener la información básica que permita explicar el nivel de iniciativas emprendedoras en los estudiantes universitarios.

2.3. Población

La población general de estudio estará constituida por todos los estudiantes de cuarto a octavo ciclo pertenecientes a la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja, esto es debido a que el número de estudiantes no es altamente significativo como para segmentarlo.

El número de alumnos universitarios pertenecientes a los ciclos mencionados es de 335, tomando a aquellos matriculados a partir del año 2022, específicamente durante el periodo abril - septiembre 2022. (Tabla 3, Anexo 6)

2.4. Técnicas de recolección y análisis de la información

- **Técnicas**

Con el propósito de recolectar información útil y ordenada que, conduzca al cumplimiento de los objetivos planteados, se utilizará dos instrumentos mismos que se describen a continuación:

- Para la evaluación de la inteligencia emocional se utilizará la TMMS (Trait Meta-Mood Scale): Un test de 24 ítems, que fue diseñado por Salovey, Mayer, Goldman, Turvey y Palfai (1995) y, al mismo tiempo, fue adaptada al castellano por Fernández Berrocal, Extremera y Ramos (2004). Este instrumento evalúa los aspectos intrapersonales de la IE, en concreto, y según Fernández Berrocal y Extremera (2006), está compuesto por tres dimensiones, tales como atención a los sentimientos, la cual se trata del grado en que las personas creen prestar atención a sus emociones y sentimientos (21 ítems en la versión original y 8 en la edición adaptada al castellano); claridad emocional, entendida como la percepción que creen tener las personas sobre sus propias emociones (15 ítems en la versión original y 8 en la adaptación española), y reparación de las emociones que alude a la creencia que tiene el sujeto en su capacidad para interrumpir y regular los estados emocionales negativos y prolongar los positivos (12 ítems en la edición original y 8 en la adaptación al castellano).
- Para la evaluación de la intención emprendedora, se manejará el cuestionario de “intención emprendedora” de Liñan y Chen (2009), que consta de 40 ítems, que servirá para evaluar la intención de convertirse en empresario, es decir tener la intención de crear una empresa. El cuestionario cuenta con 4 subescalas: Atracción Profesional; Norma Subjetiva, Autoeficacia e Intención Emprendedor. En este cuestionario se presentan 4 escalas, que recogen diversas variables que tradicionalmente se han estudiado de manera independiente.

Para la recolección de datos, se obtendrán los permisos necesarios para aplicar los cuestionarios en las aulas a los estudiantes universitarios del cuarto a octavo ciclo de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja, se realizará un cronograma para encuestar en las aulas, de acuerdo a las horas de cursos de la carrera, evitando de esta manera a alumnos no matriculados, ayudando a despejar las dudas que se presenten al momento de responder las pregunta, y de esta manera lograr que todos los alumnos llenen los cuestionarios.

2.5. Instrumentos de recolección de datos

- **Observación Directa**

Se aplicará este método de recolección que consiste en observar al objeto de estudio dentro de una situación particular. Esto se hace sin intervenir ni alterar el ambiente en el que el objeto se desenvuelve, de lo contrario, los datos obtenidos no serán válidos.

- **Encuesta**

Para determinar la relación entre las variables inteligencia emocional e intención emprendedora, se utilizará como herramienta de medición, dos instrumentos: “TMMS-24” y el cuestionario de “Intención emprendedora”. Conformadas por dimensiones e indicadores que permitirán medir el grado de inteligencia emocional e intención emprendedora, respectivamente.

Para la variable inteligencia emocional está el test “TMMS-24”, separado en tres dimensiones: Atención emocional (AE), Claridad emocional (CE) y Reparación emocional (RE); y para la variable intención emprendedora está el cuestionario de “Intención emprendedora”, dividido en seis dimensiones: Antecedentes personales y familiares (APF), Normas Sociales (NS), Características emprendedoras (CEM), Creencias (C), Actitud (A) y Oportunidades y recursos (OR).

El test de inteligencia emocional consta de 24 ítems, y se medirá con la escala de Likert de cinco puntos: En desacuerdo – Algo de acuerdo – Bastante de acuerdo – Muy de acuerdo – Totalmente de acuerdo, de igual manera el cuestionario de Intención emprendedora conformado por 40 ítems, tiene una escala de Likert de cinco puntos: Totalmente de acuerdo - De acuerdo – Neutro - En desacuerdo - Totalmente en desacuerdo.

Estos instrumentos fueron seleccionados mediante el análisis de otros instrumentos, priorizando las dimensiones que favorecieran este estudio.

3. CRONOGRAMA

Para la realización del presente trabajo de investigación denominado “Análisis de los factores de inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios del cuarto a octavo ciclo de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja”, se ha establecido el siguiente cronograma, tomando en cuenta cada una de las actividades a realizar, con los respectivos meses y semanas.

ACTIVIDAD	Abril	Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre		RESULTADOS
	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	
Elaboración del marco teórico																				Fundamentación teórica y metodológica del proyecto de investigación.
Definición de variables																				Variables y Dimensiones a medir dentro de cada variable.
Establecimiento de instrumentos de recolección de información y aplicación de Prueba Piloto																				Test de evaluación para cada variable que, serán aplicados a la población de estudio.
Recolección de la información																				Aplicación de los Test de evaluación para la obtención de información.
Procesamiento y análisis de datos																				Análisis e interpretación de la información recolectada.
Análisis de las puntuaciones obtenidas en los test de evaluación																				Determinación de los niveles de Inteligencia Emocional e Intención Emprendedora de la población
Cruce de variables y resultados																				Establecer la relación e influencia que existe entre la Inteligencia Emocional y la Intención Emprendedora de la población.

Presupuesto de Proyecto

Proyecto Análisis de los factores de inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios del cuarto a octavo ciclo de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja.

Lider Natali Alvarez

Duración del proyecto: 6 meses

Costos directos	\$ 2.311,75
Costos indirectos	25%
Reserva para riesgos	15%

Presupuesto	\$ 2.889,69
Riesgo	\$ 433,45
Total	\$ 3.323,14

COSTOS DIRECTOS

Elemento	Tipo de recurso	Tipo de Unidad	Unidades	Precio por unidad	Costo
Muebles y enseres					
Escritorio personal	Material	Pieza	1	100,00	100,00
Silla	Material	Pieza	1	55,00	55,00
Equipo de oficina					
Telefono móvil	Material	Pieza	1	215,00	215,00
Grapadora	Material	Pieza	1	3,00	3,00
Perforadora	Material	Pieza	1	4,00	4,00
Calculadora	Material	Pieza	1	10,00	10,00
Sacagrapas	Material	Pieza	1	1,00	1,00
Equipo de cómputo					
Computadora	Material	Pieza	1	400,00	400,00
Regulador	Material	Pieza	1	10,75	10,75
Extensión	Material	Pieza	1	7,00	7,00
Sueldo al personal	Humano	Mensual	6	150,00	900,00
Servicios básicos					
Agua potable	Servicio	Mensual	6	4,00	24,00
Energía Eléctrica	Servicio	Mensual	6	5,00	30,00
Suministros y útiles de oficina					
Hojas	Material	Mensual	6	3,00	18,00
Carpeta	Material	Mensual	6	0,50	3,00
Grapas	Material	Mensual	6	1,00	6,00
Clips	Material	Mensual	6	1,00	6,00
Lapiceros	Material	Mensual	6	1,50	9,00
Alimentación	Alimentación	Mensual	6	40,00	240,00
Pasajes	Transporte	Mensual	6	20,00	120,00
Capacitación y asistencia	Servicio	Mensual	6	25,00	150,00
Total costos directos					2.311,75

Financiamiento

El presupuesto para el desarrollo del presente proyecto es de **\$3323,14** dólares americanos, cantidad que será financiado en su totalidad por la autora del presente proyecto de investigación.

Anexo 4. Certificado de Traducción de Resumen.



Loja, 06 de octubre de 2023

Lic. Marlon Armijos Ramírez Mgs.
**DOCENTE DE PEDAGOGIA DE LOS IDIOMAS
NACIONALES Y EXTRANJEROS – UNL**

CERTIFICA:

Que el documento aquí compuesto es fiel traducción del idioma español al idioma inglés del resumen del Trabajo de Titulación: **Análisis de los factores de inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios de cuarto a octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja**, autoría de Natali Jhomayra Alvarez Paccha con CI: 1150865317 de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

Lo certifica en honor a la verdad y autorizo a la parte interesada hacer uso del presente en lo que a sus

Atentamente,



MARLON ARMIJOS RAMÍREZ
DOCENTE DE LA CARRERA PINE-UNL
1031-12-1131340
1031-2017-1905329

Educamos para Transformar