

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



ESCUELA DE POSGRADO



MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LA EDUCACIÓN

Inteligencia Emocional e Intención Emprendedora en los estudiantes de la facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca, 2020

Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para el Grado Académico de Maestro en Gestión de la Educación

Lic. Yesenia Huamán Quispe

Lic. Josué David Torres Requejo

Asesor: Dr. Fernando Martín Vergara Abanto

Cajamarca – Perú

Diciembre – 2020

COPYRIGHT © 2021 por

YESENIA HUAMÁN QUISPE

JOSUÉ DAVID TORRES REQUEJO

Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LA EDUCACIÓN

APROBACIÓN DE MAESTRÍA

**INTELIGENCIA EMOCIONAL E INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN LOS
ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y
ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD ANTONIO GUILLERMO URRELO DE
CAJAMARCA, 2020**

Presidente: DR. HOMERO BAZÁN ZURITA

Secretario: DR. VÍCTOR HUGO MONTENEGRO DÍAZ

Vocal: DR. LUZ CHAVEZ TOLEDO

Asesor: DR. FERNANDO MARTÍN VERGARA ABANTO

Cajamarca, mayo 2021.

A:

A Dios por brindarnos la vida y a nuestros padres por su apoyo incondicional y por permitirnos concluir con esta etapa de formación profesional.

Si tu no trabajas por tus sueños, alguien te contratará para que trabajes por los suyos

Steven Jobs

AGRADECIMIENTOS

- A Dios, por la vida y salud que nos brinda, por habernos dado la fortaleza para seguir adelante en aquellos momentos difíciles.
- A nuestros padres por el gran apoyo, por impulsarnos siempre a ser mejores cada día.
- A la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo por acogernos, permitir que culminemos exitosamente con este gran reto.
- Al personal docente de calidad que ha contribuido con nuestra formación continua.
- Al Ing. Stanly Huamán, gerente de informática de la UPAGU, por su gran apoyo incondicional para hacer llegar las encuestas a los estudiantes.
- A nuestro asesor Dr. Fernando Martín Vergara Abanto, por habernos guiado y brindado su tiempo y espacio en la elaboración, ejecución y culminación del presente informe de tesis.

Contenido

Contenido.....	7
Resumen.....	11
Abstract.....	12
Introducción.....	13
Capítulo 1.....	15
Planteamiento del problema de investigación.....	15
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	15
1.2. Formulación del problema.....	17
1.2.1. Pregunta general.....	17
1.2.2. Preguntas específicas.....	18
1.3. Justificación.....	18
1.4. Objetivos de la investigación.....	20
1.4.1. Objetivo general.....	20
1.4.2. Objetivos específicos.....	20
Capítulo 2.....	21
Marco teórico.....	21
2.1. Antecedentes de la investigación.....	21
2.2. Bases teóricas.....	25
2.2.1. Habilidades directivas.....	25
2.2.2. Relaciones interpersonales.....	34
2.4. Hipótesis.....	40
2.5. Operacionalización de las variables.....	42
Tabla 1.....	¡Error! Marcador no definido.
<i>Matriz operacional de variables e indicadores</i>	¡Error! Marcador no definido.
Capítulo 3.....	43
Método o estrategias metodológicas.....	43
3.1. Tipo y alcance de la investigación.....	43
3.2. Diseño de la investigación.....	43
3.3. Población y muestra.....	45
3.3.1. Población.....	45
3.3.2. Muestra.....	¡Error! Marcador no definido.
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	¡Error! Marcador no definido.

3.4.1. Técnica.....	46
3.4.2. Instrumento.....	46
3.5. Técnica de análisis de datos.....	50
3.6. Aspectos éticos de la investigación.....	52
Capítulo 4.....	54
Resultados y discusión.....	54
4.1. Resultados de la investigación.....	54
4.2. Discusión.....	59
Capítulo 5.....	61
5.1. Conclusiones.....	61
5.2. Recomendaciones.....	¡Error! Marcador no definido.
Apéndices.....	67
Glosario.....	76
Referencias.....	63
Referencias.....	¡Error! Marcador no definido.

Lista de tablas

Tabla 1 Matriz Operacional de Variables Inteligencia Emocional	42
Tabla 2 Matriz Operacional de Variables Intención Emprendedora.....	42
Tabla 3 Estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, 2020.	45
Tabla 4 Puntajes Baremados del Inventario de Inteligencia Emocional	48
Tabla 5 Confiabilidad del Inventario de Competencias Emocionales	48
Tabla 6 Puntajes Baremados para el Cuestionario de Intención Emprendedora.....	50
Tabla 7 Confiabilidad del cuestionario de relaciones interpersonales.	50
Tabla 8 Resultados por Puntajes del Cuestionario de Intención emprendedora	54
Tabla 9 Resultados por Puntajes del Inventario de Inteligencia Emocional	55
Tabla 10 Correlación entre Variables	56
Tabla 11 Confiabilidad de los Instrumentos	57
Tabla 12 Prueba de Normalidad.....	59

Lista de figuras

Figura 1. Intención Emprendedora.....	54
Figura 2. Inteligencia Emocional.....	55

Resumen

El presente estudio tuvo por finalidad determinar la relación existente entre inteligencia emocional e intención emprendedora en los estudiantes de la facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca. La población estuvo constituida 177 de 325 estudiantes de las carreras de Administración de Empresas, Contabilidad y Finanzas, Administración Turística, Hotelería y Gastronomía, Administración y Negocios Internacionales, carreras de la facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas. Según su propósito la investigación fue cuantitativa, por su alcance correlacional – descriptiva. Para el recojo de los datos y medir las variables del estudio se utilizó dos cuestionarios, uno para medir la variable “Inteligencia Emocional” y otro “Intención Emprendedora”, ambos instrumentos fueron validados y se determinó su confiabilidad a través del Juicio de expertos sobre la pertinencia de las encuestas que se aplicaron a los estudiantes, determinando buena la congruencia de ítems, amplitud de contenido, redacción de los ítems, claridad, precisión y pertinencia en ambos cuestionarios. En los resultados observamos que, el p-valor es menor que 0,01; por lo que se rechaza la hipótesis nula. Asimismo, el valor del coeficiente de correlación de Pearson es de 0,69 y es significativo en el nivel de 0,01; lo cual indica una correlación positiva fuerte entre las variables Inteligencia emocional e intención emprendedora. Por lo tanto, se concluye que la Inteligencia Emocional se relaciona de forma directamente proporcional con la Intención Emprendedora en los estudiantes de la facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo.

Palabras clave: inteligencia emocional, intención emprendedora.

Abstract

The purpose of this study was to determine the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial intention in students of the Faculty of Business and Administrative Sciences of the Antonio Guillermo Urrelo University of Cajamarca. The population consisted of 177 out of 325 students from the careers of Business Administration, Accounting and Finance, Tourism Administration, Hospitality and Gastronomy, Administration and International Business, careers of the Faculty of Business and Administrative Sciences. According to its purpose, the research was quantitative, due to its correlational - descriptive scope. To collect the data and measure the study variables, two questionnaires were used, one to measure the variable "Emotional Intelligence" and the other "Entrepreneurial Intent". Both instruments were validated and their reliability was determined through expert judgment on the relevance of the surveys that were applied to the students, determining good the congruence of items, breadth of content, writing of the items, clarity, precision and relevance in both questionnaires. In the results we observe that the p-value is less than 0.01; so the null hypothesis is rejected. Likewise, the value of the Pearson correlation coefficient is 0.69 and is significant at the 0.01 level; which indicates a strong positive correlation between the variables Emotional intelligence and entrepreneurial intention. Therefore, it is concluded that Emotional Intelligence is directly proportionally related to Entrepreneurial Intention in students of the Faculty of Business and Administrative Sciences of the Antonio Guillermo Urrelo University.

Keywords: emotional intelligence, entrepreneurial intention.

Introducción

La presente investigación tiene como propósito, estudiar la relación entre la Inteligencia Emocional y la Intención de Emprendimiento en alumnos de la Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de una Universidad Privada de Cajamarca. La Intención de Emprendimiento ha sido muy investigada por su capacidad para ser el inicio de una dinámica económica. Ha sido variable de diversas investigaciones relacionada con variables del área empresarial y económica, sin embargo, el equilibrio que se requiere para emprender una empresa está enfocado en indicadores propios de una persona para poder desenvolverse ante dificultades o inconvenientes, por lo cual en esta investigación queremos demostrar su relación con Inteligencia Emocional, lo cual nos permitirá tener un panorama amplio de dichas variables.

La investigación se origina a partir de la siguiente interrogante ¿Cómo se relaciona la Inteligencia emocional con la intención emprendedora en los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales y Administrativas de Universidades de Cajamarca, 2020? La investigación se justifica, puesto que está dirigida a contribuir información científica sobre las variables de estudio; además de profundizar en la correspondencia existente entre ellos y permitir, como consecuencia, comprender sus vínculos. Los resultados a los que se arribaron servirán de fundamento o base para nuevos estudios y que pueden tener otra connotación y alcance, siendo el objetivo general de estudio fue Determinar la relación entre la Inteligencia emocional y la intención emprendedora en los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales y administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca, 2020.

La hipótesis se planteó en los siguientes términos: Existe relación entre la Inteligencia emocional y la intención emprendedora en los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales y administrativas de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, 2020.

El presente estudio está estructurado en tres partes, la primera está destinada a las páginas en la que podemos determinar las páginas preliminares, la segunda está constituida por la introducción y los capítulos en los cuales se menciona detalladamente: el capítulo uno está destinado al enfoque del problema de investigación en la que se describe la realidad problemática, se justifica y se plantean los objetivos, en el segundo capítulo se refiere al marco teórico en la que se describe los antecedentes, bases teóricas, las hipótesis y la operacionalización de las variables, el tercer capítulo destinado al desarrollo metodológico de la investigación, así como las técnicas e instrumentos de recolección de datos y análisis de datos, teniendo en cuenta los aspectos éticos de la investigación, en el capítulo cuatro se presenta los resultados de la investigación y la discusión; y finalmente en el último capítulo se presenta las conclusiones arribadas en el estudio. de la investigación en las que se incluye las páginas finales las que contiene los apéndices, glosario y las referencias.

Capítulo 1.

Planteamiento del problema de investigación.

1.1. Descripción de la realidad problemática.

La intención de emprendimiento está influenciada por variables psicológicas que sugieren un papel importante en el desarrollo de modelos alternativos para el proceso emprendedor. Uno de estos posibles modelos puede estar relacionado con las emociones, específicamente con la inteligencia emocional, que influye en el perfil emocional del emprendedor y lo conduce a tener una actitud e intención emprendedora. Según Mortan (2014), la inteligencia emocional, al relacionarse con características de emprendimiento personal, necesita evaluarse en los diferentes contextos culturales y regionales.

A nivel mundial, Singer (2014), informaron en el GEM 2014, que las economías con mayores tasas de intenciones emprendedoras, son Uganda (60,2%), Camerún (55,6%), Qatar (50,4%), Perú (50,6%) y Chile (50,1%). Una de las causas del emprendimiento a nivel mundial se evidencia en el crecimiento económico sustentado de los países, siendo uno de los comportamientos del emprendedor que ha generado mucho interés en los últimos años la intención de emprendimiento; es por ello que en la actualidad existen diversos trabajos científicos orientados a comprender cómo se desarrolla ese interés, en diferentes actores y países. Engle (2011); Liñán (2013); Moriano (2012).

En Sudamérica la tasa de actividad emprendedora (TAE), en el año 2014 según Reátegui (2015), fue en Ecuador con un 32,6%, fue líder en la región y considerado el cuarto a nivel mundial, seguido de Perú con 28,8% superando a Bolivia (27,4%) y Chile (26,6%). Sin embargo, en el reporte del GEM 2015, el porcentaje de la TAE en el Perú disminuyó a un 22,2%, ubicándose en el ranking número nueve de las sesenta economías

evaluadas. Kelley (2015). Por otro lado, los países en proceso de desarrollo como el nuestro, enfrentan grandes retos como la generación de empleos de calidad, mejora de la competitividad y exportación; los emprendedores han encontrado en la actividad empresarial una forma de vida; teniendo a las pequeñas y medianas empresas (Pymes), como protagonistas fundamentales en su economía, disminuyendo la pobreza e incrementando el Producto Bruto Interno del país. Bardales (2015), indico que, a pesar de los avances en el apoyo al emprendimiento, el informe del INEI (2016), durante el cuarto trimestre del año 2015, muestra la creación de 62 mil 581 empresas, dándose de baja 45 393 (73%) y quedando solo 17 mil 188 unidades económicas (27%). Según un estudio realizado por el Ministerio de la Producción, en el 2007, las microempresas ocupaban el 97.8% mientras que las pequeñas empresas comprendían el 2.1%, mientras que, en el año 2014, la asamblea de emprendedores del Perú (ASEP), realizó una investigación, obteniendo resultados de un 87.8% y un 10.9%, respectivamente. Por ello la ASEP (2015), determino que a las microempresas les cuesta avanzar al siguiente nivel, siendo como común denominador que mayormente las pequeñas empresas retrocedan hacia una microempresa, en lugar de avanzar hacia una mediana; todo esto es causado según, Salazar García (2016), porque las empresas están enfocadas en sobrevivir y no pueden crecer y mucho menos innovar y no son conscientes de su rol en el mercado.

Múltiples investigadores en el campo de la creación de empresas han intentado identificar las características distintivas del individuo emprendedor frente a aquél que no lo es, al asumir que la persona es el elemento central en el proceso emprendedor Pihie (2009). En la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la UPAGU, se tiene una malla académica donde existen pocos cursos de emprendimiento, siendo esta una de las

debilidades dentro de la facultad la cual se revertiría al implementar por lo menos cuatro a más cursos o incluir capítulos sobre inteligencia emocional y el emprendimiento.

Asimismo, se puede observar que hay pocas actividades que promuevan el espíritu emprendedor en los estudiantes, siendo una de las causas que los encargados de diseñar la malla curricular en la facultad se basan más en lo técnico o en cursos como el marketing exportaciones, talento humano etc. descuidando los temas que son netamente de emprendimiento e inteligencia emocional.

Es decir, el ecosistema emprendedor en la facultad, se mantiene alejado de todo el auge que actualmente tiene el emprendimiento en el mundo y en el Perú; existen muchos programas de emprendimiento que los estudiantes deberían conocer y porque no participar de ellos. Todo lo planteado corresponde al entorno y la condiciones para promover el espíritu emprendedor y la intención emprendedora. Por todo ello, el presente trabajo cuestiona, si solo será necesario implementar un ecosistema para el emprendimiento cuyos factores son netamente externos para inspirar el espíritu emprendedor o si será necesario conocer los factores internos que influyen en una persona para emprender.

Por los hechos descritos anteriormente, el estudio estuvo orientado a resolver la siguiente interrogante: ¿Existe relación entre la inteligencia emocional y la intención de emprendimiento en los estudiantes de la facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas en una Universidad de Cajamarca?

1.2. Formulación del problema.

1.2.1. Pregunta general.

¿Cómo se relaciona la Inteligencia emocional con la intención emprendedora en los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales y

Administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca, 2020?

1.2.2. Preguntas específicas.

¿Cuál es el nivel de Inteligencia emocional en los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales y administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca, 2020?

¿Cuál es la intención emprendedora en los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales y administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca, 2020?

¿Cuál es la relación significativa entre la Inteligencia emocional y la intención emprendedora en los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales y administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca, 2020?

1.3. Justificación.

El Perú es un país con mayor intención para emprender en el mundo. Somos un país de emprendedores; esto ha quedado demostrado en el ranking 2019 del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), donde Perú ocupa el cuarto lugar con mayor intención para emprender de América Latina y el octavo lugar en el mundo, la INEI informó que en el 2019, en el trimestre de análisis, se constituyeron 77 mil 634 empresas y se dieron de baja 34 mil 529 registrándose una variación neta de 43 mil 105 empresas, por la cual nos preguntamos existe la relación entre Inteligencia Emocional e Intención Emprendedora.

Puesto que nuestra inteligencia Emocional es un factor importante en la determinación de la habilidad para tener éxito en la vida, influyendo directamente en el bienestar general y en la salud emocional.

El componente interpersonal evalúa el sí mismo, el yo interior, y las personas que destacan en este ámbito, se sienten bien consigo mismo se sienten positivos con respecto a lo que están haciendo con su vida experimentando confianza y realización de sus ideas, demostrando su habilidad emprendedora y que finalmente contribuirá con un resultado determinado en la calidad de vida. Asimismo, el comportamiento emprendedor se asocia a los comportamientos intencionales, pues se requiere de hacerse planes a futuro para alcanzar esa meta. El MINEDU al igual que la Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo buscan lograr un profesional que, a través del aprendizaje y la práctica, desarrolle capacidades de emprendimiento, liderazgo, trabajo en equipo, negociación, innovación, entre otras.

Vemos que también desde el punto Cosmovisión filosófica, la gran importancia que se da a la inteligencia emocional e intención emprendedora, “Y lo ha llenado del Espíritu de Dios en sabiduría, en inteligencia, en conocimiento y en toda clase de arte, para proyectar inventos...” Éxodo 35:31-32, enseñándonos a través de diferentes personajes bíblicos, las virtudes que pusieron en práctica para alcanzar el éxito. En la actualidad existen tesis que demuestran la relación de la inteligencia emocional e intención emprendedora, sin embargo, el presente trabajo de investigación es importante desarrollarlo ya que servirá mucho en el campo de investigación porque no existen investigaciones que relacionen ambas variables en esta región. Asimismo, la información obtenida servirá como una orientación para los directivos de dicha facultad, a partir de esta

investigación se podrá desarrollar proyectos que refuercen tanto la inteligencia emocional como la intención emprendedora de los estudiantes de los últimos años académicos dentro de sus escuelas. Además, este trabajo, formará parte de la base de datos de la Dirección de Investigación de la Universidad.

1.4. Objetivos de la investigación.

1.4.1. Objetivo general.

Determinar la relación entre la Inteligencia emocional y la intención emprendedora en los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales y administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca, 2020.

1.4.2. Objetivos específicos.

Determinar la inteligencia emocional en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca.

Determinar la intención de emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca.

Establecer la correlación entre inteligencia emocional e intención de emprendimiento en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca.

Capítulo 2.

Marco teórico.

2.1. Antecedentes de la investigación.

A nivel internacional.

Montiel Méndez (2016), realizaron la investigación “Inteligencia emocional, actitud e intención emprendedora universitaria en estudiantes universitarios de diferentes carreras de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez”, en el cual tuvieron como objetivo, determinar el nivel de inteligencia emocional, actitud e intención emprendedora en estudiantes universitarios de diferentes carreras de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ). Se aplicó un cuestionario Ali Hassan (2016) en el cual se evalúa a la Inteligencia Emocional, actitud emprendedora e Intención Emprendedora, en una muestra de 161 estudiantes de las carreras de Nutrición, Publicidad, Administración de Empresas, Contaduría, Ing. Industrial y de Sistemas, en la División Multidisciplinaria de Ciudad Universitaria.

Las conclusiones fueron que los contenidos de naturaleza emprendedora son necesarios a lo largo de la carrera universitaria, y no solo bajo el actual formato en donde se ofrece una sola materia al respecto, la cual pareciera es insuficiente para aquellas carreras cuyos contextos profesionales son aquellos menos directamente relacionados con el empresarial, a fin de realmente promover el emprendimiento como agente de cambio y vía alterna de desarrollo profesional, incluso personal. Por lo tanto, se logró como resultado reconocer que los contenidos curriculares de programas educativos específicos pudieran influir en el desarrollo y convergencia de estas tres variables en el estudiante durante su carrera universitaria.

A nivel nacional.

Arenas Ancco (2019), presentaron la investigación “La Inteligencia Emocional y su relación con la Intención Emprendedora en los estudiantes de la escuela profesional de Administración - Unamba 2019”, en la cual tuvieron como objetivo general determinar la relación entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac. El método utilizado fue el hipotético deductivo con enfoque cuantitativo; el tipo de investigación fue básica, diseño no experimental transversal correlacional. La población estuvo conformada de 515 estudiantes matriculados en el semestre académico 2018-II y la muestra de estudio se cuantificó en 206 estudiantes matriculados en las asignaturas de Prácticas Pre-Profesionales I, Prácticas Pre-Profesionales II, Prácticas Pre-Profesionales III y Prácticas Pre-Profesionales IV.

En relación al instrumento de investigación se utilizó un cuestionario conformado por un total de 64 interrogantes, de las cuales 33 pertenecen a la variable de inteligencia emocional y 31 pertenecen a la variable de intención emprendedora, basado en la escala de Likert (Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, Siempre) reagrupándolos estos en tres escalas de medición bajo, medio y alto, para su respectivo análisis. La confiabilidad y validez del instrumento de investigación se realizó mediante el Coeficiente de Alfa de Cronbach, cuyo resultado obtenido para la variable inteligencia emocional fue de un valor de 0.894 con un coeficiente de fiabilidad Bueno; mientras que el resultado obtenido de la variable intención emprendedora fue de un valor de 0.901 con un coeficiente de fiabilidad Excelente; por lo cual decimos que los instrumentos utilizados para la investigación son fiables y consistentes.

De acuerdo a los resultados se puede señalar que es significativa la relación entre las variables en contraste, por lo cual podemos decidir que se acepta la hipótesis alterna (H_a), por lo tanto, podemos afirmar con un nivel confianza del 95% que existe relación significativa entre inteligencia emocional e intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac. Además de acuerdo al baremo del coeficiente de correlación de Rho-Spearman nos muestra que es igual a 0.627 por medio del cual podemos señalar que existe un nivel correlación directa, positiva y alta entre las variables en contraste.

Chávez Paz (2017), en su trabajo de investigación titulada “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 como objetivo general determinar qué relación existe entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora, para ello el trabajo se realizó con los estudiantes universitarios de sexto y octavo ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, filiales Lima, Juliaca y Tarapoto. Los resultados obtenidos demostraron una relación positiva, directa y significativa entre las variables y las dimensiones, los niveles de intención emprendedora en los estudiantes de la sede y sus dos filiales fue de 68.8%, mientras que el de intención emprendedora fue de 70.2%.

Los resultados obtenidos mediante los análisis estadísticos, comprueban las Hipótesis presentadas en la investigación, demostrando una relación positiva, directa y significativa entre las variables y las dimensiones. Finalmente se concluye que los niveles de intención emprendedora e inteligencia emocional de los estudiantes del ciclo sexto y

octavo de la Facultad de Ciencias Empresariales en la Universidad Peruana Unión, con sede en Lima y sus filiales en Tarapoto y Juliaca, presentan una correlación positiva y significativa, demostrando que, a mayor nivel de inteligencia emocional, los estudiantes unionistas tienen mayor intención de emprender.

Escobar Quinteros (2019), en su trabajo de investigación titulada “La Inteligencia Emocional y su influencia en la Intención de Emprendimiento en los Estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna, Periodo 2018”, tuvo como objetivo general, determinar la influencia de la inteligencia emocional en la intención de emprendimiento, para ello el trabajo lo realizó con estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna. Los resultados obtenidos indican que existe una influencia significativa entre la variable Inteligencia Emocional sobre la variable Intención de Emprendimiento. Las principales conclusiones fueron que, los estudiantes han desarrollado un nivel promedio de su capacidad emocional y social, por otro lado, tienen un nivel alto en su comportamiento hacia la intención de emprender.

Garambel Pérez (2018), realizó una investigación “Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes de la facultad de ciencias contables y administrativas de la universidad nacional del altiplano Puno”, teniendo como objetivo, analizar las capacidades de la inteligencia emocional y las características de la intención emprendedora en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la Universidad Nacional del Altiplano Puno. El estudio fue de tipo descriptivo, de diseño no experimental y de corte transversal. La población estuvo conformada por los estudiantes de los últimos semestres octavo, noveno y décimo de la Facultad de Ciencias

Contables y Administrativas, en base a ello la muestra para la investigación fue de 222 universitarios, calculados de manera no probabilística.

Los instrumentos utilizados fueron el test TMMS-24, conformado por tres dimensiones: Atención, claridad y reparación emocional y el cuestionario sobre Intención emprendedora, compuesto por seis dimensiones: Antecedentes personales y familiares, normas sociales, características emprendedoras, creencias, actitud y oportunidades y recursos. Los resultados obtenidos mediante los análisis estadísticos, comprueban que si existe relación entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora.

A nivel local.

A nivel local no se han realizados trabajos referidos al tema del presente estudio.

2.2. Bases teóricas.

2.2.1. Inteligencia Emocional.

2.2.1.1. Teorías sobre la Inteligencia Emocional.

Mayer (1990), la referenciaron por primera vez, describiéndola como la parte de la inteligencia social que consistía en la habilidad para observar las emociones tanto nuestras como las de los demás para usar esa información en la resolución de conflictos. Según Mayer (1990), puede definirse la inteligencia emocional como “la capacidad para percibir, valorar y expresar emociones con exactitud, la capacidad para acceder a sentimientos (o generarlos) que faciliten el pensamiento, la capacidad para comprender las emociones y el conocimiento emocional y la capacidad para regular las emociones promoviendo el crecimiento personal e intelectual”.

Este concepto fue también introducido dentro de la teoría de las inteligencias múltiples de Gardner (1993). Para este autor existen ocho tipos de inteligencias diferenciadas en función del espacio cognitivo utilizado: inteligencia lógico-matemática, lingüística, corporal-kinestésica, espacial, musical, naturalista, intrapersonal e interpersonal. Estos dos últimos tipos de inteligencia son los que definirían también el significado de inteligencia emocional, por un lado, la inteligencia intrapersonal es la capacidad de percibirnos a nosotros mismos y dirigir nuestra propia vida mediante constructos como la autodisciplina, la autocomprensión, y la autoestima. A su vez, la inteligencia interpersonal sería la capacidad de percibir en las demás diferencias en relación a sus estados de ánimo, motivaciones o temperamento.

Sin embargo, Goleman (1995), acuñó la palabra inteligencia emocional como una palabra compuesta pero independiente, luego de un estudio amplio sobre las emociones y como las manejamos los humanos, definiéndola de la siguiente manera: La capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos y los de los demás, de motivarnos y de manejar adecuadamente las relaciones; implica cinco capacidades básicas: descubrir las emociones y sentimientos propios, reconocerlos, manejarlos, crear una motivación propia y gestionar las relaciones personales.

Actualmente se han propuesto otras definiciones para dar un panorama más amplio de lo que implica la Inteligencia Emocional. La Federación de Enseñanza (2011), se refiere a la inteligencia emocional como la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos y los ajenos, de motivarnos y de

manejar bien las emociones, en nosotros mismos y en nuestras relaciones; describe aptitudes complementarias, distintas de la inteligencia académica, la cual se enfoca en el Coeficiente Intelectual (C.I). De este modo, personas de gran preparación intelectual, pero con ausencia o baja capacidad de inteligencia emocional, termina trabajando a las órdenes de personas que tienen un CI menor, pero mayor inteligencia emocional.

Asimismo, Olguín (2013), menciona que la inteligencia emocional es la capacidad de comprender emociones y conducirlas, de tal manera que podamos utilizarlas para guiar nuestra conducta y nuestros procesos de pensamiento, para producir mejores resultados. Incluye las habilidades de: percibir, juzgar y expresar la emoción con precisión; contactar con los sentimientos o generarlos para facilitar la comprensión de uno mismo o de otra persona; entender las emociones y el conocimiento que de ellas se deriva y regular las mismas para promover el propio crecimiento emocional e intelectual. Es un conjunto de capacidades mentales que puede ayudar a los individuos a entender el papel de las emociones en su vida diaria

Por lo tanto, consideramos que la Inteligencia Emocional es la habilidad para comprender, reconocer y sobrellevar las emociones adecuadamente, de un modo que agilice las relaciones con los demás de manera práctica, logrando la consecución de objetivos, el manejo del estrés y/o la superación de obstáculos. Desde 1995, han surgido diferentes modelos conformados por la percepción personal de sus autores. Según Frangoso Luzuriaga (2015), estos pueden clasificarse en dos grandes grupos: El modelo mixto y los modelos de habilidad.

a) Modelos Mixtos

Los modelos mixtos combinan dimensiones de personalidad y la capacidad de automotivación con habilidades de regulación de emociones. Estas se establecen de acuerdo con el contexto que se desea estudiar. Este modelo representado por los autores Goleman y Bar-On, se centró en rasgos estables de comportamiento y en variables de personalidad Jiménez Morales (2009), relacionadas con las habilidades emocionales Trujillo Flores (2005), Extremera Pacheco (2003), y caracterizadas por una serie de contenidos que trascienden el análisis teórico hacia su conocimiento directo y aplicativo.

b) Modelo de Bar-On

) El modelo está compuesto por cinco componentes principales: Intrapersonal, Interpersonal, Adaptabilidad, Manejo del estrés y Estado de ánimo en general, Zambrano Vargas (2011), Bekendam Blanco (2013), Cantero Vicente (2012), los cuales a su vez se subdividen en 15 componentes de orden mayor. Por sus subcomponentes, como aprobación de la realidad, manejo de estrés, control de impulso entre otros, se clasifica como modelo mixto. No obstante, como sus propios autores han afirmado, se trata de un inventario sobre una amplia gama de habilidades emocionales y sociales.

- **Habilidades intrapersonales:** Evalúa el sí mismo, el yo interior, es el auto conocimiento de los aspectos internos, el acceso a los sentimientos y las emociones individuales.
 - Auto comprensión: Reconocer y comprender nuestros sentimientos y emociones.
 - Asertividad: Expresar sentimientos creencias y pensamientos sin dañar los sentimientos de los demás.
 - Auto concepto: Aceptarse y respetarse, reconociendo nuestras limitaciones y posibilidades.
 - Autorrealización: Realizar lo que podemos, queremos y disfrutamos hacer.
 - Independencia: Dirigir nuestros pensamientos y acciones, sintiéndonos seguros para tomar buenas decisiones.
- **Habilidades interpersonales:** Habilidades para interactuar con los demás, sensibilidad hacia los estados de ánimos, temperamentos, motivación y el desempeño interpersonal.
 - Empatía: Comprender, apreciar y mostrar interés por los sentimientos de los demás.
 - Relaciones interpersonales: Establecer y mantener relaciones con los que nos rodean, respetando las reglas sociales.
 - Responsabilidad social: Cooperar y contribuir con la sociedad, sentirse a gusto por el dar y recibir afecto.

- Adaptabilidad: Permite apreciar cuán exitosa es la persona para adecuarse a las exigencias del entorno, evaluando y enfrentando de manera efectiva las situaciones problemáticas.
- Solución de problemas: Identificar y definir los problemas generando soluciones efectivas. Esta habilidad está compuesta de 4 partes; ser consciente del problema, definir y formular el problema, generar soluciones y usar la más correcta.
- La prueba de la realidad: Evalúa si lo que experimentamos corresponde a lo que en realidad existe.
- La flexibilidad: Regula nuestras emociones, pensamientos y conductas a situaciones y condiciones cambiantes.
- Manejo del estrés: Comprende los siguientes subcomponentes:
 - o Tolerancia al estrés: Capacidad de soportar eventos adversos, situaciones estresantes y emociones fuertes, enfrentándolos de forma activa y positiva.
 - o Control de impulsos: Resistir o retardar un impulso, controlando las emociones para conseguir un objetivo de mayor interés.

- Estado de Ánimo: Mide la capacidad de la persona para disfrutar de la vida y tener una perspectiva de su futuro.
- Optimismo: Actitud positiva ante las adversidades y sentimientos negativos y mirar siempre el lado bueno de la vida.
- Felicidad: Disfrutar y sentirse satisfecho con la vida, divertirse y expresar sentimientos positivos.

c) Modelo de Goleman

Según este modelo, la inteligencia emocional comprende cinco elementos esenciales: Los tres primeros actúan en el área intrapersonal y constituyen una mirada hacia dentro del propio individuo, permitiendo un mayor conocimiento y mejor manejo de las fortalezas y debilidades emocionales: Autoconocimiento, autocontrol y automotivación. Cordero Magán (2015) & Fraile Diego (2014). Y los otros dos actúan en el área interpersonal, proyectando una mirada hacia fuera y refiriéndose al individuo en relación con los otros: Empatía y el manejo de relaciones de Frangoso Luzuriaga (2015).

2.2.1.2. Definiciones sobre Inteligencia Emocional.

La inteligencia emocional “Es el uso inteligente de las emociones: de forma intencional hacemos que nuestras emociones trabajen para nosotros,

utilizándolas con el fin de que nos ayuden a guiar nuestro comportamiento y a pensar de manera que mejoren nuestros resultados” (Weisinger, 2000).

La inteligencia emocional es definida también como “la capacidad de motivarse y persistir frente a las decepciones; controlar el impulso y demorar la gratificación, regulando el humor y evitando que los trastornos disminuyan la capacidad de pensar, mostrando empatía y abrigando esperanzas” (Goleman, 1995).

Goleman (1998) afirma también que la inteligencia emocional es el “Lubricante que necesita la mente del grupo para pensar y actuar con eficacia ya que, por sí solos, el intelecto y las habilidades técnicas no convierten a las personas en miembros relevantes de un equipo”.

2.2.1.3. Dimensiones de Inteligencia Emocional.

Autoconocimiento

Es la capacidad de conocer los propios estados emocionales que se manifiestan a través de las emociones. Cuando esto se obtiene, la persona adquiere capacidad para reconocer cuales de estas emociones son propias y cuales son de los demás, de manera que pueda controlarlas. Este autoconocimiento proporciona seguridad a la persona en su propio desempeño y permite acceder a las opciones para reaccionar frente a una emoción” (López de Bernal & González Medina, 2005).

Autorregulación

La autorregulación consiste en la capacidad de saber controlar los impulsos y emociones propias antes de poder realizar algo, actuando y determinando porque en cierta situación se fracasó y como se podría solucionar. Es decir, ser capaces de poder tranquilizarse y darse aliento a uno mismo ante la ansiedad, la tristeza, furia, entre otros cambios emocionales negativos las cuales podrían afectar considerablemente a las personas en cierto momento. (López de Bernal & González Medina, 2005).

Motivación

“Hace referencia a un esfuerzo optimista por mejorar continuamente el rendimiento siendo el optimismo el ingrediente clave” (Goleman, Cary, & Warren, 2005).

Empatía

Es la habilidad para entender las necesidades, los sentimientos y problemas de los demás, poniéndose en su lugar y respondiendo correctamente a sus reacciones emocionales. Las personas empáticas son aquellas capaces de escuchar a los demás y entender sus problemas y motivaciones, y que por lo regular tienen mucha popularidad y reconocimiento social, que se anticipan a las necesidades de los demás y que aprovechan las oportunidades que les ofrecen otras personas. (Madrigal Torres, 2009)

Habilidades sociales

Es el talento en el manejo de las relaciones con los demás; es saber persuadir e influenciar en los demás. Quienes poseen habilidades sociales son

excelentes negociadores, tienen gran capacidad para liderar grupos y para dirigir cambios, y son capaces de trabajar colaborando en un equipo y creando sinergias grupales. (Madrigal Torres, 2009)

2.2.2. Intención Emprendedora.

2.2.2.1. Teoría referente a Intención Emprendedora.

Teoría de la Intención Emprendedora

La teoría del comportamiento planificado, sostiene que la intención depende de la actitud, de la norma subjetiva y del control sobre la conducta que es percibido por el individuo. Ajzen I. (1991). Por lo cual, la actitud está compuesta por la creencia y la percepción con relación a su conveniencia personal de ejecutar una determinada acción, que a la vez está relacionada con la expectativa sobre el impacto que tiene sobre el individuo los resultados de su comportamiento. Ajzen I. (1985)

Bird (1988), Argumenta que, intención es un proceso necesario antes de llevar a cabo una acción. La investigación sobre comportamiento afirma que la intención tiene una capacidad de mayor explicación que otros factores, como, por ejemplo, el carácter psicológico

Según Krueger (2000), la decisión de convertirse en emprendedor es una decisión premeditada y consciente. Es decir, es el estado mental consciente que precede a la acción que dirige la atención hacia un objetivo, como por ejemplo comenzar un nuevo negocio.

Asimismo, Prodan (2010), dicen que la intención emprendedora puede ser definida como el estado de la mente en el que la atención de una persona se

centra en el cumplimiento de un objetivo, en este caso la creación de una empresa o negocio lo cual tiene cierta influencia en las acciones a tomar por el individuo para llegar a dicho objetivo.

Por lo tanto, la intención emprendedora es considerada un área consolidada de investigación con una rápida evolución y un número creciente de estudios. Por lo cual, sigue atrayendo el interés de investigadores, provocando así la generación de conocimientos de manera progresiva Fayolle (2014)

Por lo expuesto, la intención emprendedora se podría definir como la auto convicción y decisión de crear un negocio; además la planificación realista, elaborando un plan de trabajo para su realización en un tiempo futuro.

Por otro lado, existen varias teorías y modelos que buscan explicar el proceso que siguen los individuos para crear una empresa; entre las más importantes están:

a) Modelo del evento emprendedor desarrollado por Shapero (1982)

Donde formula que la decisión de iniciar una actividad emprendedora depende de tres elementos: deseabilidad, viabilidad y propensión a actuar ante nuevas oportunidades.

Asimismo, expone que la decisión de iniciar una actividad emprendedora requiere de una creencia preexistente de que dicha actividad es anhelada y realizable, unida con alguna propensión personal a actuar sobre las oportunidades y algún tipo de factor predominante. En el ámbito psicológico relacionado al fenómeno emprendedor, existen algunas variables enfocadas a la actitud conductual hacia el emprendimiento tal como la autoeficacia, la proactividad y la propensión al riesgo, pero a su vez no existen muchos estudios que se centren específicamente en las intenciones emprendedoras.

b) Teoría de la conducta planificada de Liñán F (2005)

Describen como un modelo psicológico aplicable a todos los comportamientos voluntarios de las personas. Esta teoría plantea que el mejor predictor de la acción es la intención, esta depende de tres factores: Actitud hacia la conducta, Norma Subjetiva y Control Percibido sobre la conducta. Explica y predice cómo el entorno cultural y social influye en el comportamiento humano, para determinar su intención de emprender. El objetivo principal es probar si la valoración social percibida del emprendedurismo y las habilidades personales percibidas tienen un impacto significativo en la intención emprendedora, ya sea directamente o a través de los factores de motivación que la determinan (atracción personal, control de comportamiento percibido y normas subjetivas).

- a) La Atracción Personal o Actitud percibida hacia o sobre el comportamiento de emprender, que es una evaluación personal del individuo.
- b) Las normas subjetivas sobre ese comportamiento, que es lo que piensan los demás o la presión social sobre ese comportamiento que percibe el individuo.
- c) El Control percibido sobre su conducta, o sea la capacidad de hacerlo y si puede controlarlo, que depende en gran parte de su Autoeficacia percibida.

2.2.2.2. Definiciones sobre Intención Emprendedora.

Según Schumpeter es una “fuente de cambio en la sociedad que impulsa el desarrollo económico de las regiones a través de la innovación de productos, procesos o servicios, que implica el nexo entre la presencia de oportunidades lucrativas y de individuos con iniciativa propia” (Borrás Atiénzar, Fernández Laviada, & Martínez García, 2015).

Para Kuratko y Morris es un proceso dinámico de visión, cambio y creación, el cual debe ir acompañado de una alta dosis de pasión y energía, para crear e implementar nuevas ideas y soluciones creativas” (Parra Alviz, Rubio Guerrero & López Posada, 2017).

La intención emprendedora es el compromiso de comenzar un nuevo negocio; comprender estas intenciones es importante y fundamental, ya que nos ayuda a identificar características claves de las nuevas y futuras empresas, las cuales requieren de la percepción de que iniciar o comenzar un nuevo negocio es creíble y es vista como el primer paso en el proceso emprendedor (Krueger, 1993).

2.2.2.3. Dimensiones de la Intención Emprendedora.

Intención emprendedora

La intención es un proceso necesario antes de llevar a cabo una acción. La investigación sobre comportamiento afirma que la intención tiene una capacidad de mayor explicación que otros factores, como, el carácter psicológico (Bird, 1988).

La intención emprendedora es un estado mental que las personas poseen en favor de optar por la creación de una nueva empresa o la creación de valor al interior de organizaciones existentes. Es el compromiso para desempeñar el comportamiento necesario para llevar a cabo una iniciativa emprendedora (Krueger, 1993).

Atracción personal

La percepción que tienen los individuos sobre que tanto les interesa o sienten atracción por ser un emprendedor. Denominada por Liñán (2008) como Personal Attraction (PA) y Miralles F (2015) como Personal Attitude (PA).

Norma subjetiva

Según Shapero y Sokol también llamada por Ajzen norma social, afirma que la norma subjetiva es el grado de incidencia que impone el entorno social del individuo para emprender. Corresponde a la presión social percibida que facilita o impide tomar una decisión o ejecutar determinada acción. Es el grado de aprobación o desaprobación percibido en las personas del entorno del individuo hacia la decisión de éste de crear o no empresa (Rodríguez & Prieto Pinto, 2009).

Autoeficacia

El término autoeficacia se refiere a la capacidad de un individuo para lograr el rendimiento deseado, Bandura, quien hizo mención por primera vez a la autoeficacia en 1977 con su publicación Self-Efficacy: Toward a Unifying

Theory of Behavioural Change, especifica que dicho término no hace referencia a las capacidades que un individuo posee, sino a lo que se considera capaz de lograr gracias a ellas. Más concretamente, define este término como "los juicios de cada individuo sobre sus capacidades, en base a los cuales organizará y ejecutará sus actos de modo que le permitan alcanzar el rendimiento deseado" (Bandura, 1987, p. 416).

"Es la confianza que tiene una persona de que posee la capacidad para hacer las actividades que trata de hacer" (Blanco et al., 2011). Consiste, por tanto, en una autopercepción sobre las propias capacidades que se construye en función de la tarea o actividad concreta que se pretende desarrollar.

2.3. Definición de términos básicos.

Intención: Es la voluntad hacia un determinado propósito. Y además es un proceso necesario antes de llevar a cabo una acción. Diccionario de la lengua española (2019)

Emprendimiento: proviene del francés ‘entrepreneur’, que significa pionero, y se refiere etimológicamente a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta. Salem (2014)

Inteligencia: Inteligencia es la capacidad o facultad de entender, razonar, saber, aprender y de resolver problemas. Binet (2010)

Emociones: Reacciones orgánicas que experimenta un individuo cuando responden a ciertos estímulos externos que le permiten adaptarse a una situación con respecto a una persona, objeto, lugar, entre otros. Goleman (1995).

2.4. Hipótesis.

Hipótesis de investigación:

Existe relación entre la Inteligencia emocional y la intención emprendedora en los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales y administrativas de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, 2020.

Hipótesis nula:

No existe relación entre la Inteligencia emocional y la intención emprendedora en los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales y administrativas de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, 2020

2.5. Operacionalización de las variables.

Tabla 1

Matriz Operacional de Variables Inteligencia Emocional

Dimensiones	Indicadores	Escala	Instrumento
Autoconocimiento	Positivo 1,3-45	Valoración del 1 al 5	Cuestionario
Autorregulación	Negativo 2	Capacidad en grado muy bajo: 1	
Motivación		Capacidad en grado bajo: 2	
Empatía		Capacidad en grado medio: 3,	
Habilidades sociales		Capacidad en grado alto: 4	
		Capacidad en grado muy alto: 5	

Tabla 2

Matriz Operacional de Variables Intención Emprendedora

Dimensiones	Indicadores	Escala	Instrumento
Atracción Personal	Positivo 2 - 23	Grado de acuerdo:	Cuestionario
Norma Subjetiva	Negativo 1	Donde 1 corresponde	
Autoeficacia		“Desacuerdo total” y 7	
Intención Emprendedora		corresponde a “Acuerdo total”	

Capítulo 3.

Método o estrategias metodológicas.

3.1. Tipo y alcance de la investigación.

El tipo de investigación que se utilizó tomando como referencia a Hernández (2014), el cual tiene un propósito descriptivo, en este caso de las variables a investigar; tiene un corte transversal, al analizar las variables propuestas en el marco conceptual, en un tiempo determinado.

El presente estudio por su finalidad es aplicada, por el control de la variable no experimental y en función de los objetivos que se tratan de lograr es del tipo descriptivo correlacional; en éste tipo de estudios, se intenta probar la relación entre dos variables; según la planificación de la toma de datos, corresponde a una investigación prospectiva, debido a que los datos para el estudio son recogidos a propósito de la investigación; según el número de ocasiones en que mide la variable de estudio, es transversal, dado que las variables son medidas en una sola ocasión; y según el número de variables de interés la investigación es analítica pues el análisis estadístico es bivariado, pone a prueba la hipótesis.

3.2. Diseño de la investigación.

El presente estudio es una investigación que fue desarrollada bajo un modelo no experimental porque no se manipularon las variables de estudio durante la investigación. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos. Hernández (2014). Se requerirá un análisis estadístico descriptivo que obtenga resultados de la relación de las variables para poder

interpretarlas y desarrollar conclusiones mediante la comparación con investigaciones anteriores.

La aplicación de los instrumentos se realizará en las tres primeras semanas del mes de abril del 2020, una sola vez cada instrumento. La aplicación de las pruebas será en dos etapas, en un primer acceso a las aulas se aplicará el Cuestionario de Intención Emprendedora y en la segunda autorización se aplicará el Inventario de Competencias Emocionales.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), “la gestación del diseño del estudio representa el punto donde se conecta las etapas conceptuales del proceso de investigación como el planteamiento del problema, el desarrollo de la perspectiva teórica y las hipótesis, con las fases subsecuentes cuyo carácter es más operativo” (p.126).

Con respecto al diseño de la investigación se optó por un diseño no experimental, descriptivo, correlacional de corte transversal, como refieren Hernández et al. (2014) este diseño no solo se centra en la descripción de las variables de manera individual, sino más bien, de la relación entre ellas. En el presente estudio se realizará una descripción de las variables inteligencia emocional e intención emprendedora, luego se establecerá la relación entre ellas.

El esquema es el siguiente:

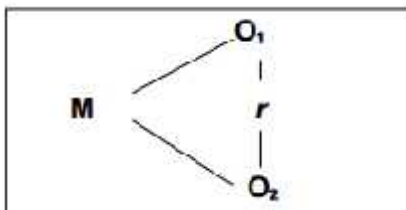


Figura 1. Diseño de investigación

Donde:

M: Muestra

O1: Inteligencia emocional

O2: Intención emprendedora

r : relación entre las variables

3.3. Población y muestra.

3.3.1. Población.

La Población general estuvo constituida por todos los alumnos del último año de estudios de la Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, 2020. Como se detalla a continuación.

Tabla 3

Estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, 2020.

<i>Hombres</i>		<i>Mujeres</i>	
<i>h</i>	<i>%</i>	<i>m</i>	<i>%</i>
<i>139</i>	<i>42.77%</i>	<i>186</i>	<i>57.23%</i>
<i>325</i>			

Fuente: nóminas de matrícula 2020.

3.3.2. Muestra.

Para determinar la muestra se ha utilizado la técnica del muestreo no probabilístico de forma intencionada. Utilizando la formula como se detalla a continuación:

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 Npq}{(e^2 (N-1) + Z^2 pq)}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población o universo

Z = Nivel de confianza

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = Error muestral

Obteniendo una Muestra = 177 estudiantes de la facultad de Ciencias empresariales y administrativas de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo.

3.3.3. Técnica.

Para el presente trabajo de investigación se utilizó como técnica para el recojo de información la encuesta.

3.3.4. Instrumento.

Para evaluar las variables del estudio se elaboró dos cuestionarios, uno para medir la variable “Inteligencia Emocional” y otro “Intención Emprendedora”. Ambos instrumentos fueron sometidos a la validez por juicio de expertos; tomando en consideración la validez de juicio por expertos de 4 profesionales especialistas en investigación y con una maestría en su curriculum. Asimismo, se estimó su confiabilidad mediante la determinación de su consistencia interna a través del alfa de Cronbach.

CUESTIONARIO DE INTELIGENCIA EMOCIONAL

Ficha técnica

Nombre del instrumento: Inventario de competencias emocionales

Autores: Daniel Goleman; adaptado por M. Huacac en Tacna - Perú

Año: 2014

Objetivo: Establecer el nivel de inteligencia emocional.

Aplicación: Adultos mayores de 18 años

Tipo de aplicación: individual y colectiva

Tiempo de aplicación: 15 minutos aproximadamente

Total, de ítems: 45

Descripción del instrumento

El inventario de competencias emocionales de Daniel Goleman, se ha elaborado con la finalidad de determinar el nivel de inteligencia emocional basado en la teoría de Goleman. El cuestionario considera cinco dimensiones (autoconocimiento, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales) y 45 ítems que permiten evaluar la inteligencia emocional en adultos.

Calificación

Para la calificación del cuestionario se asigna los siguientes puntajes a las respuestas por ítems:

Capacidad en grado muy bajo: 1

Capacidad en grado bajo: 2

Capacidad en grado medio: 3

Capacidad en grado alto: 4

Capacidad en grado muy alto: 5.

Al obtener el puntaje respectivo, se categoriza de acuerdo a la siguiente tabla.

Tabla 4

Puntajes Baremados del Inventario de Inteligencia Emocional

Niveles	Inteligencia emocional	Autoconocimiento	Autorregulación	Motivación	Empatía	Habilidades sociales
Alto	167 - 225	44 – 60	38 – 50	30 – 45	74 –	48 – 65
Medio	106 - 166	28 – 43	24 – 37	19 – 29	100	31 – 47
Bajo	45 - 105	12 – 27	10 - 23	8 - 18	48 – 73 20 - 47	13 - 30

Confiabilidad

Para el desarrollo del estudio se utilizó la versión validada en el Perú en el estudio de Huacac, realizado en Tacna.

Tabla 5

Confiabilidad del Inventario de Competencias Emocionales

Alfa de Cronbach	N de elementos
,85	45

De la tabla 3 se puede concluir que el instrumento es altamente confiable, dado que el valor obtenido del alfa de Cronbach es 0,85, por lo que es recomendable aplicar a la muestra de estudio.

CUESTIONARIO DE INTENCION EMPRENDEDORA

Ficha técnica

Nombre del instrumento: Cuestionario de intención emprendedora

Autor: Liñan y Chen; adaptado por I. Liza en Lima - Perú

Año: 2011

Objetivo: Establecer el nivel de intención emprendedora.

Aplicación: Personas mayores de 20 años

Tipo de aplicación: individual y colectiva

Tiempo de aplicación : 5 minutos aproximadamente

Total, de ítems: 23

Descripción del instrumento

El cuestionario de intención emprendedora de Liñan y Chen, se ha realizado 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.

Calificación

Para la calificación del cuestionario se asigna los siguientes puntajes a las respuestas por ítems según el grado de acuerdo:

1 corresponde a “Estoy muy en desacuerdo” y

7 corresponde a “Estoy totalmente de acuerdo”. Siendo los números de 2 a 6 el grado de acuerdo más próximo a los extremos 1 y 7.

Al obtener el puntaje respectivo, se categoriza de acuerdo a la siguiente tabla.

Tabla 6

Puntajes Baremados para el Cuestionario de Intención Emprendedora

Niveles	Intención Emprendedora	Atracción Personal	Norma Subjetiva	Autoeficacia	Intención Emprendedora
Alto	116 – 161	26 – 35	31 – 42	36 – 49	36 – 49
Medio	70 – 115	16 – 25	19 – 30	22 – 35	22 – 35
Bajo	23 - 69	5 - 15	6 - 18	7 - 21	7 - 21

Tabla 7

Confiabilidad del Cuestionario de Relaciones Interpersonales.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,94	23

En la tabla 4 se observa que el valor obtenido en el alfa de Cronbach es 0,94, lo que estadísticamente indica que el instrumento es altamente confiable.

3.4. Técnica de análisis de datos.

El estudio recabó datos por medio de dos instrumentos psicométricos los cuales se han codificado a nivel numérico y ordenados (sociodemográficos y datos de instrumentos) en el programa Microsoft Office Excel[®] para tener una mejor visibilidad, luego suprimir aquellos datos que no cumplan con los estándares de calidad como ítems marcados al azar, aquiescencia, por deseabilidad social y valores perdidos o atípicos (*outliers*) (Bologna et al., 2013) y aquellos que tengan efecto piso – techo (Terwee et al., 2007) para luego ser exportados como base de datos al paquete estadístico IBM SPSS[®] v.

25.0, el que fue seleccionado por su capacidad intuitiva y analítica para datos de ciencias sociales y del comportamiento (Amon, 2003; Gutiérrez, Martínez, & Moreno, 2010). La data fue procesada desde la estadística clásica descriptiva e inferencial; la primera con la intención de mostrar de manera sintética y próxima para el entendimiento general del comportamiento de los datos, implicando un alejamiento de la matriz bruta de información (Bologna et al., 2013; Amon, 2003), en tanto, la estadística inferencial tendrá la finalidad de ahondar en la significancia estadística a fin de aprobar o rechazar las hipótesis de investigación y generalización de resultados (Axinn, 1965; Rosnow & Rosenthal, 1989).

Con respecto a la estadística descriptiva se utilizarán medidas de tendencia central como la media aritmética (M) con sus respectivos intervalos de confianza al 95% (IC 95%) y la mediana (Md) para determinar valores medios de puntuación. Las medidas de dispersión estarán compuestas por la desviación estándar (DE), el rango intercuartílico (Ric') y el error estándar de la media (EEM); medidas de posición como el valor mínimo ($Mín$) y máximo ($Máx$), los cuartiles (Q_1 y Q_3), y de forma como la asimetría (G_1) y curtosis (G_2) (± 0.50 ; Bologna et al., 2013). Por último se determinó valores de confiabilidad de las puntuaciones por cada dimensión (Wilkinson et al., 1999) por medio del coeficiente (Merino-Soto, 2016) y para obtener sus intervalos de confianza se recurrió a un módulo en Microsoft Office Excel[®] mediante el cual se obtuvo los intervalos al 95% por medio del método Fisher (Dominguez-Lara & Merino-Soto, 2015; Viladrich, Angulo-Brunet, & Doval, 2017). Se tomó como punto referencia el .70 para considerar una fiabilidad optima; sin embargo, no se tomará como decisivo (Cho & Kim, 2015).

Con respecto a la estadística inferencial, como primer paso, se determinó las medidas de forma de la distribución muestral, para luego realizar el análisis de normalidad de los datos por medio de la prueba de Z de Kolmogorov - Smirnov y W de Shapiro – Wilk; haciendo un análisis conjunto, determinar si la distribución de los datos se asemeja a la curva de teórica Gauss-Laplace ($M=Md$) evidenciado así el nivel de sesgo a fin de tenerlo en cuenta para la toma de decisiones. Se optó por el uso de la prueba de Producto-Momento de Pearson para efectos de la correlación; así mismo, se presentarán los intervalos de confianza de los índices (Wilkinson et al., 1999; Chen & Popovich, 2002). La evidencia de correlación estará sujeta al análisis de tamaños de efecto los cuales clasifica los índices en: $r < .10$ =TE pequeño; $r < .30$ =TE mediano; $r < .50$ =TE grande (Cohen, 1988; Wilkinson et al., 1999; Castillo-blanco, 2015; Ellis, 2010).

Los datos serán reportados en tablas acorde al modelo sugerido por la APA (Nicol & Pexman, 2010) además de cumplir con los parámetros establecidos por Chen y Popovich (2002) para estudios de correlación y los sugerencias por Wilkinson et al., (1999) para investigación en psicología.

3.5. Aspectos éticos de la investigación.

Para obtener los datos en primer lugar, se realizó las coordinaciones con el decano de la facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca, brindándoles una explicación clara del propósito, metodología y beneficios de la investigación.

Obteniendo de esta manera los principios aplicados:

Consentimiento del participante: Todo participante debe consentir en ser sujeto de estudio antes de comenzar el estudio.

Confidencialidad y privacidad: La información recogida es confidencial. Nadie, excepto el investigador y sus asociados, tendrán acceso a la información. Al utilizar los datos, el investigador debe asegurarse que nadie identifique, o relacione la información con el participante.

Principios: El investigador será responsable de conducir el estudio con honestidad, responsabilidad y prudencia.

Respeto: Considerando que el principal principio ético a tener en cuenta en la investigación, refiere al respeto por las personas. La investigación a realizar responde a las necesidades de la profesión, considerando que lo más importante es promocionar el bienestar de estas buscando mejorar su calidad de vida.

Autonomía: Principio ético que propugna la libertad individual que cada uno tiene para determinar sus propias acciones, de acuerdo con su elección.

Veracidad: Principio sencillo, en esencia el más vulnerado en la investigación científica. No incluye el error honesto o las diferencias honestas en la interpretación o juicio de los datos. La palabra honestidad, sinónimo de verdad, nos invita a presentar a las autoridades la información sin ser manipulada.

No maleficencia: Se refiere a la obligación de evitar hacer daño a otros.

Beneficencia: Consideramos este principio, pues buscamos con el desarrollo del proyecto actuar en beneficio de otros.

Tratando profesionalmente los resultados y las conclusiones a las que se lleguen.

Capítulo 4.

Resultados y discusión

4.1. Resultados de la investigación.

Tabla 8

Resultados por Puntajes del Cuestionario de Intención emprendedora

	Intención Emprendedora	Dimensión			
		Atracción	Norma	Autoeficacia	Intención
		Personal	Subjetiva		Emprendedora
Alto	43	51	50	52	40
Medio	101	90	98	93	91
Baja	33	36	29	32	46
TOTAL	177	177	177	177	177

Fuente: Elaboración propia, en base a los resultados del cuestionario de intención emprendedora.

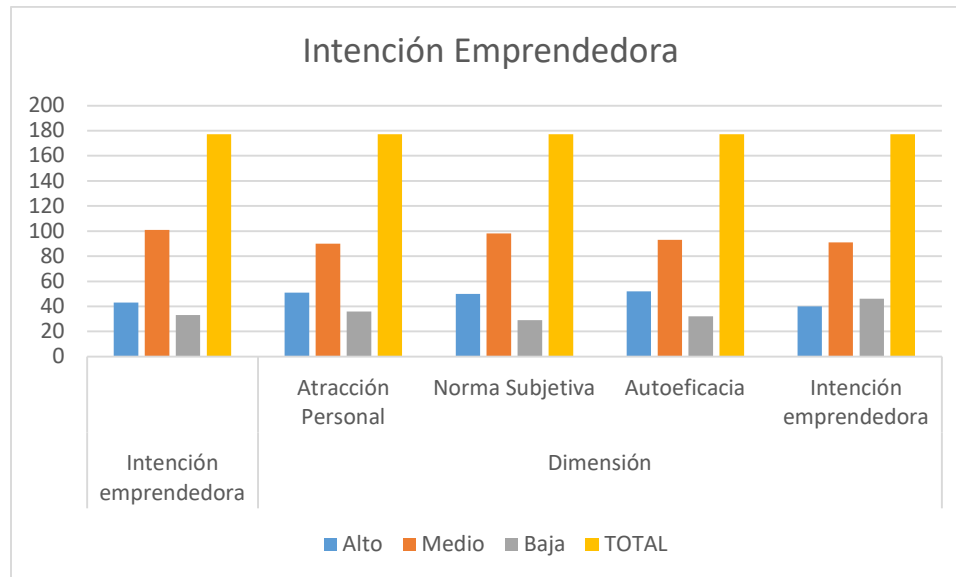


Figura 1. *Intención Emprendedora*

Fuente: Tabla 8

En la tabla se aprecia que el resultado más resaltante en la variable Intención emprendedora es nivel medio con 101 de puntaje. En las dimensiones de Intención

empresarial los puntajes más resaltantes son nivel medio con puntajes entre 90 a 98. El menor puntaje de todos es en la dimensión norma subjetiva con 29 de puntaje.

Tabla 9

Resultados por Puntajes del Inventario de Inteligencia Emocional

	Inteligencia Emocional		Dimensiones			
	Autoconocimiento	Autoregulacion	Motivacion	Empatia	Hab. Social	
Alto	44	45	40	45	43	47
Medio	98	100	95	101	106	104
Bajo	35	32	42	31	28	26
TOTAL	177	177	177	177	177	177

Fuente: Elaboración propia, en base a los resultados del cuestionario de habilidades interpersonales

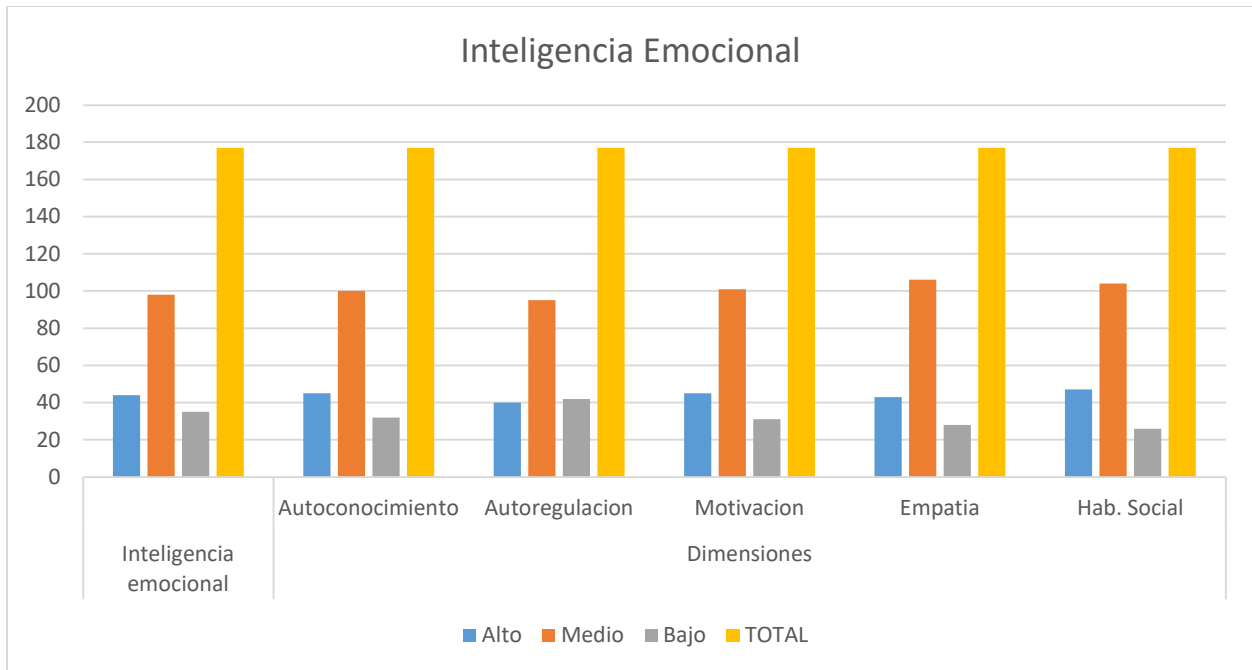


Figura 2. Inteligencia Emocional

Fuente: Tabla 8

En la tabla se aprecia que el resultado más resaltante en la variable Inteligencia emocional es nivel medio con 98 de puntaje. En las dimensiones de Inteligencia emocional los puntajes más resaltantes son nivel medio con

puntajes entre 95 a 106. El menor puntaje de todos es en la dimensión habilidades sociales con 26 de puntaje.

Tabla 10

Correlación entre Variables

Análisis de correlación entre inteligencia emocional e intención emprendedora (n=177)

Mediciones		Intención emprendedora	Atracción personal	Norma subjetiva	Autoeficacia	Dimensión intención emprendedora
Inteligencia emocional	R	,69**	,68**	,68**	,66**	,70**
	IC 95%	[.69; .76]	[.59; .75]	[.59; .75]	[.56; .73]	[.61; .77]
Autoconocimiento	R	,67**	,65**	,65**	,63**	,68**
	IC 95%	[.58; .74]	[.55; .72]	[.56; .73]	[.54; .72]	[.59; .75]
Autorregulación	R	,63**	,62**	,62**	,60**	,64**
	IC 95%	[.53; .71]	[.52; .70]	[.52; .70]	[.50; .69]	[.54; .72]
Motivación	R	,65**	,64**	,64**	,62**	,67**
	IC 95%	[.56; .73]	[.54; .72]	[.54; .72]	[.52; .70]	[.57; .74]
Empatía	R	,69**	,68**	,67**	,65**	,69**
	IC 95%	[.60; .76]	[.59; .75]	[.58; .74]	[.55; .73]	[.60; .76]
Habilidades Sociales	R	,67**	,65**	,65**	,63**	,67**
	IC 95%	[.57; .74]	[.56; .73]	[.56; .73]	[.53; .71]	[.58; .74]

Nota: r = coeficiente de correlación de producto - momento de Pearson; IC 95% = intervalo de confianza al 95%

*(**) p < .01*

() p < .05*

En la tabla se muestra el análisis de correlación entre las dimensiones de intención emprendedora e inteligencia emocional en una muestra de 177 participantes a través del estadístico r de Pearson o Producto - Momento de Pearson. Entre las dimensiones de ambas variables se han hallado correlaciones directamente proporcionales mayores al .60 ($r > .60$) implicando un tamaño de efecto grande; así mismo, los valores se traducen como altamente

significativos ($p^{**} < .01$). La relación entre variables es representada por un .69 ($r = .69$), no mayor al valor crítico, implicando una significancia estadística ($p^{**} < .01$). Del mismo modo, los intervalos de confianza en ninguna de las correlaciones acogen a un tamaño de efecto menor al logrado, aseverando el alto efecto de las correlaciones.

Tabla 11

Confiabilidad de los Instrumentos

Análisis descriptivo de las dimensiones de intención emprendedora e inteligencia emocional (n=177)

Mediciones	M	M IC 95%		DE	IC						Pc		
		LI	LS		95%		Me	Mín.	Máx.	Ric'	Q1	Q3	
					LI	LS							
Intención emprendedora (23)	101.8	97.8	105.9	27.5	.69	.69	.69	103	47	152	35	81	115
Atracción personal (5)	22.1	21.1	23	6.4	.66	.65	.67	22	8	33	9	17	26
Norma subjetiva (6)	26.4	25.4	27.5	7.2	.65	.63	.66	27	12	40	10	21	31
Autoeficacia (7)	31.3	30	32.5	8.3	.66	.65	.67	32	15	48	11	25	36
Dimensión intención emprendedora (7)	30.8	29.5	32.1	8.7	.67	.66	.68	32	14	48	12	25	36
Inteligencia emocional (45)	134	128.7	139.3	35.5	.68	.67	.69	118	69	207	57	110	167
Autoconocimiento (12)	35.1	33.6	36.5	10	.66	.65	.67	31	18	55	15	29	44
Autorregulación (10)	29.2	27.9	30.4	8.4	.64	.62	.66	26	15	47	12	24	36
Motivación (8)	23.8	22.8	24.8	6.7	.63	.61	.65	21	11	38	11	19	30
Empatía (20)	60.5	58.1	62.8	15.9	.65	.63	.66	53	31	94	24	50	74
Habilidades Sociales (13)	39.5	37.9	41	10.3	.61	.58	.63	35	20	63	16	32	48

Nota: M= media; M IC95%= intervalo de confianza al 95% de la media; LI = límite inferior; LS = límite superior; DE = desviación estándar; α = coeficiente alfa; IC95% = intervalo de confianza al 95% del coeficiente alfa; Me = mediana; Mín = mínima; Máx = máximo; Ric' = rango intercuartílico; Pc = percentil; Q1 = primer cuartil; Q2 = tercer cuartil.

En la tabla 11 se efectuó el análisis estadístico descriptivo de las dimensiones que componen las variables intención emprendedora e inteligencia emocional en una muestra de 177 participantes. Se ha obtenido una confiabilidad mayor a .65 mediante el coeficiente alfa en las

dimensiones de intención emprendedora; del mismo modo, la confiabilidad supera el .61 en las dimensiones de inteligencia emocional. En la variable de intención emprendedora, la media en la dimensión Autoeficacia fue de 31.3 (± 8.3) con un intervalo de confianza de 30 y 32.5 siendo este el más alto entre dimensiones, en tanto, la dimensión Atracción personal logró una media de 22.1 (± 6.4) y un intervalo de confianza de 21.1 y 23. Con respecto a la variable Inteligencia emocional; la dimensión Empatía fue de 60.5 (± 15.9) con un intervalo de confianza de 58.1 y 62.8 siendo este el más alto entre dimensiones, en tanto, la dimensión Motivación logró una media de 23.8 (± 6.7) y un intervalo de confianza de 22.8 y 24.8, siendo la dimensión con la media más baja.

El valor mínimo obtenido en las dimensiones de Intención emprendedora fue de 8, perteneciente a la dimensión Atracción personal, mientras que el más alto fue de 48, en las dimensiones de Autoeficacia y dimensión de intención emprendedora. En inteligencia emocional, se logró un valor mínimo de 11 para la dimensión de motivación, y el máximo puntaje fue logrado por la dimensión empatía, con 94. Se han obtenido los cuartiles de cada dimensión a partir de sus puntuaciones brutas, considerándose solo los cuartiles extremos.

Tabla 12*Prueba de Normalidad*

Análisis de distribución muestral de las dimensiones de intención emprendedora e inteligencia emocional (n=177)

Mediciones	G ₁	G ₂	Z		W	
	EE=.18	EE=.36	gl=.18	p	gl=.18	p
Intención emprendedora	-.13	-.81	.08	.01	.97	.00
Atracción personal	-.19	-.77	.10	.00	.96	.00
Norma subjetiva	-.13	-.77	.08	.01	.97	.00
Autoeficacia	-.09	-.85	.09	.00	.97	.00
Dimensión intención emprendedora	-.12	-.85	.10	.00	.96	.00
Inteligencia emocional	.64	-.81	.21	.00	.90	.00
Autocontrol	.54	-.89	.21	.00	.91	.00
Autorregulación	.55	-.72	.17	.00	.93	.00
Motivación	.49	-.80	.20	.00	.92	.00
Empatía	.60	-.82	.22	.00	.90	.00
Habilidades Sociales	.63	-.74	.18	.00	.91	.00

Nota: G₁ = asimetría; G₂ = curtosis; EE = error estándar; Z = coeficiente de Kolmogorov - Smirnov; W = coeficiente Shapiro - Wilk; gl = grados de libertad.

(*) p<.05

(**) p<.01

4.2. Discusión.

Luego de haber realizado la aplicación de los instrumentos a los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales y administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca, tanto de la variable relacionada a la inteligencia emocional, como a la intención emprendedora, se ha podido determinar que existe una relación directamente proporcional con la investigación de Arenas Ancco (2019), quienes en su investigación “La Inteligencia Emocional y su relación con la Intención Emprendedora en los estudiantes de la escuela profesional de Administración - Unamba 2019” determinaron que si existe relación entre ambas variables, de

acuerdo a sus resultados se puede señalar que es significativa la relación entre las variables en contraste, por lo cual podemos decidir que se acepta la hipótesis alterna (H_a), por lo tanto, afirman con un nivel confianza del 95% que existe relación significativa entre inteligencia emocional e intención emprendedora; al igual que nuestra investigación, donde concluimos que existe un nivel de confianza de 95%. Además de acuerdo al baremo del coeficiente de correlación de Rho-Spearman nos muestra que es igual a 0.627 por medio del cual podemos señalar que existe un nivel correlación directa, positiva y alta entre las variables en contraste. Teniendo relación con nuestra investigación, pues nuestra correlación es de 0.69.

Además, también guarda relación con la investigación de Chávez Paz (2017), quienes en su trabajo de investigación titulada “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”, llegaron a las siguientes conclusiones: existe una relación positiva, directa y significativa entre las variables y las dimensiones, además presentan una correlación positiva y significativa, demostrando que, a mayor nivel de inteligencia emocional, los estudiantes unionistas tienen mayor intención de emprender. Lo cual es corroborado por nuestra investigación, donde consideramos que existe una correlación positiva y significativa entre ambas variables.

Con respecto a la investigación de Garambel Pérez (2018): “Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes de la facultad de ciencias contables y administrativas de la universidad nacional del altiplano Puno”, los resultados que obtuvieron mediante los análisis estadísticos, comprueban que si existe relación entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora. Lo cual se relaciona con nuestra investigación, donde concluimos que si hay relación entre ambas variables.

Sin embargo, comparando los resultados de nuestra investigación con Escobar Quinteros (2019), quien en su trabajo de investigación titulada “La Inteligencia Emocional y su influencia en la Intención de Emprendimiento en los Estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna, Periodo 2018”, llego a concluir que los estudiantes han desarrollado un nivel promedio de su capacidad emocional y social, por otro lado, tienen un nivel alto en su comportamiento hacia la intención de emprender; nuestra investigación no guarda relación con esta investigación pues en ambas variables nuestros resultados promedios fueron el término medio, por lo cual no existe un nivel alto en la intención de emprender en nuestra población.

Capítulo 5.

5.1. Conclusiones.

La inteligencia emocional se relaciona de forma directamente proporcional con la intención emprendedora de los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales y administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca, 2020 (ver tabla 8), con un nivel de confianza del 95%, además de acuerdo al baremo del coeficiente de correlación de Rho-Spearman nos muestra que es igual a 0.627 por medio del cual podemos señalar que existe un nivel correlación directa, positiva y alta entre las variables.

Existe una correlación positiva y fuerte entre la inteligencia emocional e intención emprendedora en los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales y administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca, 2020. (ver tabla 9)

El nivel más resaltante en Inteligencia emocional es el nivel medio con 98 de puntaje. Y el nivel de más relevancia en intención emprendedora es el nivel medio con 101 de puntaje. Por lo cual en nuestras variables el nivel medio es el más ponderante.

5.2. Recomendaciones

A partir de los resultados y conclusiones obtenidos durante el proceso de investigación se propone las siguientes recomendaciones:

Se sugiere al decano, director y docentes de la facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca potenciar las capacidades de futuros emprendedores promoviendo e incentivando su desarrollo personal y empresarial.

Se debe priorizar fortalecer las capacidades de habilidades sociales, norma subjetiva mediante diversas técnicas permitiendo el desarrollo de la inteligencia emocional e intención emprendedora.

Desarrollar talleres dentro de la institución que estimulen el talento de los estudiantes mediante el desarrollo de la inteligencia emocional y emprendimiento.

Promover concursos de proyectos innovadores que permitan el desarrollo de la creatividad empresarial y personal.

Referencias.

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In I. Ajzen, *In Action control* (pp. 11-39). Berlin: Springer Berlin Heidelberg.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50, 179-211.
- Ali Hassan, R. &. (2016.). The Effect of emotional intelligence and entrepreneurial attitude on entrepreneurial intention. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 5(12), 1 - 10.
- Arenas Ancco, G. C. (2019). *La Inteligencia Emocional y su relación con la intención emprendedora en los estudiantes de la escuela profesional de administración - Unamba 2018*. Apurimac: Universidad Micaela Bastidas.
- Bagozzi, R. P. (1980). *Causal modeling in marketing*. New York: Wiley & Sons.
- Bardales, E. (2015). *El emprendimiento en el Perú: De la necesidad a la oportunidad*. Gestion .
- Bazán Zurita, H. (2018). *Código de Ética para la Investigación*. Cajamarca: UPAGU.
- Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: Towards a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215. doi: [http://doi.org/10.1016/0146-6402\(78\)90002-4](http://doi.org/10.1016/0146-6402(78)90002-4)
- Blanco, H., Martínez, M., Zueck, M. C. & Gastélum, G. (2011). Análisis psicométrico de la escala autoeficacia en conductas académicas en universitarios de primer ingreso. *Revista electrónica actualidades investigativas en educación*, 11(3), 1-27. doi: <http://doi.org/10.15517/aie.v11i3.10214>
- Bandura, A. (1987). *Pensamiento y acción*. Barcelona: Martínez Roca.
- Behar Rivero, D. S. (2008). *Introducción a la Metodología de la Investigación*. Editorial Shalom.
- Bekendam Blanco, N. (2013). *Diferencias en inteligencia, inteligencia emocional y personalidad entre nadadores y sujetos sedentarios*. Madrid : Universidad Europea Madrid.
- Binet, A. (2010). New methods for the diagnosis of the intellectual level of subnormals. *The development of intelligence in children: The Binet*. Baltimore: Williams & Wilkins, pp. 37-90.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of Management Review*, 13, 442-453.
- Borrás Atiénzar, F., Fernández Laviada, A., & Martínez García , F. J. (2015). *El emprendimiento. Una aproximación internacional al desarrollo económico*. Santander: Universidad de Cantabria. Recuperado el 24 de Noviembre de 2018, de https://books.google.com.pe/books/about/El_emprendimiento_una_aproximaci%C3%B3n_inte.html?id=-8I3DwAAQBAJ&redir_esc=y
- Cantero Vicente, P. (2012). *Competencias socio-emocionales en la inserción laboral del egresado universitario*. Alicante: Universidad Alicante.

- Chávez Paz, E. Y. (2017). Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiante universitarios en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, filiale Lima, Juliaca y Tarapoto. Lima: Universidad Peruana Unión.
- Cordero Magán, A. M. (2015). Estrés laboral, fuentes de estrés e inteligencia emocional en lo trabajadores del centro de urgencias y emergencias 112 de Extremadura. Extremadura: Universidad de Extremadura.
- Diccionario de la lengua española. (2019, Enero 20). Diccionario de la lengua española 23. ed (versión 23.3). Retrieved from Real Academia Española: <https://dle.rae.es>
- Engle, R. L. (2011). Institutions and entrepreneurial intent: A cross-country study. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 227-250. doi:10.1142/S1084946711001811
- Escobar Quinteros, M. M. (2019). La inteligencia emocional y su influencia en la intención de emprendimiento en los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales de la universidad privada de Tacna. Tacna: Universidad Privada de Tacna.
- Extremera Pacheco, N. &. (2003). La inteligencia emocional en el contexto educativo: Hallazgos científicos de sus efectos en el aula. *Revista de Educación*, 97 - 116.
- Fayolle, A. &. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67, 663-666. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- Federación de Enseñanza, d. C. (2011). Temas para la educación. *Revista Digital para la enseñanza*, 2. Retrieved from <https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd7866.pdf>
- Fraile Diego, E. (2014). Relaciones entre la inteligencia emocional y el bienestar en estudiantes universitarios: Diferencia entre titulaciones. Valladolid: Universidad Valladolid.
- Frangoso Luzuriaga, R. (2015). Inteligencia emocional y competencias emocionales en educación superiores, ¿Un mismo concepto? *Revista iberoamericana de educación superior*, VI, 110 - 125.
- Garambel Pérez, H. G. (2018). Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes de la facultad de ciencias contables y administrativa de la universidad nacional del altiplano Puno. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Gardner, H. (1993). *Frames of Mind: The Theory of Multiply Intelligences*. New York: Basic Books.
- George, D. y. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. 11.0 update (4thed.) . Boston: Editorial Allyn & Bacon.
- Goleman, D. (1995). *Inteligencia Emocional*. (Kairós, Trans.) New York: Bantam Books.
- Goleman, D. (1998). *La Práctica de la Inteligencia Emocional*. Barcelona: Kairós S.A.
- Goleman, D., Cary, C., & Warren, B. (2005). *Inteligencia emocional en el trabajo: cómo seleccionar y mejorar la inteligencia emocional en individuos, grupos y organizaciones*. Barcelona: Kairós
- Hernández, F. B. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico D.F: Mc Graw Hill.
- Huacac, M. R. (2014). *La Inteligencia Emocional y el Desempeño Laboral en la empresa de generación eléctrica del sur, periodo 2011-2013*. Tacna - Peru: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Retrieved from <http://bit.ly/2wPQVyW>

- Jiménez Morales, M. I. (2009). Inteligencia emocional y rendimiento escolar: estado actual de la cuestión. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 41, 69 - 79.
- Kelley, D. S. (2015). *The Global Entrepreneurship Monitor 2015/16 Global*. Boston: Babson College.
- Krueger, N. (1993). The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*. High Beam Research, 14. Recuperado el 16 de Febrero de 2018, de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1504462
- Krueger, N. M. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432. doi:10.1016/S0883-9026(98)00033-0
- Liñán F, y. C. (2005). Development and validation of an Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ). Guildford - United Kingdom: IntEnt05 Conference.
- Liñán, F. (2008). Skill and value perceptions: ¿how do they affect entrepreneurial intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 257–272.
- Liñán, F. F. (2013). Necessity and opportunity entrepreneurship: The mediating effect of culture. *Revista de Economía Mundial*, 33, 21 - 47.
- Liza, I. (2011). Relación entre la intención emprendedora, norma subjetiva, autoeficacia emprendedora y personalidad proactiva en un grupo de estudiantes de una universidad privada de Lima. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- López de Bernal, M. E., & González Medina, M. F. (2005). *Inteligencia Emocional*. Colombia, Colombia: Gamma. Recuperado el 07 de Agosto de 2018, de https://books.google.com.pe/books?id=vovb6enLXHUC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v
- Mayer, J. S. (1990). *Emotional intelligence. Imagination, Cognition, and Personality*. New York: Basic Books.
- Madrigal Torres, B. E. (2009). *Habilidades Directivas*. DF, México: McGRAWHILL/INTERAMERICANA
- Montiel Méndez Oscar, J. y. (2016). Inteligencia emocional, actitud e intención emprendedora universitaria: El caso UACJ Juárez. Juárez: Universidad Autónoma de Juárez.
- Moriano, J. A. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development*, 39, 162-185. doi:10.1177/0894845310384481
- Mortan, R. C. (2014). Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*.
- Olgún, J. R. (2013, 05 6). Grupo El Ron. Retrieved 04 15, 2020, from El origen de la inteligencia Emocional: <http://www.grupoelron.org/autoconocimientoysalud/inteligenciaemocional.htm>
- Parra Alviz, M., Rubio Guerrero, G., & López Posada, L. M. (2017). *Emprendimiento y creatividad: Aspectos esenciales para crear empresa*. Bogotá, Colombia: ECOE. Recuperado el 03 de Setiembre de 2018, de

<https://books.google.com.pe/books?id=5K5JDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq#v=onepage&q&f>

- Pihie, L. a. (2009). Entrepreneurship as a career choice: An analysis of entrepreneurial. *European Journal of Social Sciences*, 9, 338-349.
- Prodan, I. &. (2010). Conceptualizing academic-entrepreneurial intentions: An empirical. *Technovation*, 30, 332-347. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2010.02.002>
- Reátegui, M. (2015). Perú, quinta economía con mayor. Lima: RPP.
- Rodríguez, C. A., & Prieto Pinto, F. (2009). La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. Estudio comparativo Colombia-Francia. *Innovar*. Recuperado el 18 de Agosto de 2018, de <http://www.docentes.unal.edu.co/carodriguezro/docs/sensibilidad%20al%20emprendimiento.pdf>
- Salazar García, C. (2016, 10 13). Sala de prensa, Universidad Católica San Pablo. Retrieved from <https://ucsp.edu.pe/saladeprensa/informa/la-estructura-empresarial-de-peru-no-ayuda-al-desarrollo/>
- Salem, O. (2014). Variables explicativas de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios y la importancia de la materia emprendimiento como un factor. Sevilla: Informe de investigación.
- Shapero, A. &. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In K. D. C, *Encyclopaedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Singer, A. &. (2014). "Global Entrepreneurship Monitor, 2014 Global Report". Mexico, Santiago de Chile & Malasia: Babson College, Universidad del Desarrollo, Universiti Tun Abdul Razak, Tecnológico de Monterrey:.
- Trujillo Flores, M. &. (2005). Orígenes, evolución y modelos de inteligencia emocional. *Innovar*.
- Weisinger, H. (2000). *La inteligencia emocional en el trabajo*. Madrid España: Suma de letras S.L
- Zambrano Vargas, G. (2011). Inteligencia emocional y rendimiento académico en histori, geografía y economía en alumnos del segundo de secundaria de una institución educativa del Callao. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.

Apéndices
Apéndice 1.

Matriz operacional de variables e indicadores

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems.	Instrumento
Variable 1. Inteligencia Emocional	La inteligencia emocional es la habilidad para comprender, reconocer y sobrellevar las emociones adecuadamente, de un modo que agilice las relaciones con los demás de manera práctica, logrando la consecución de objetivos, el manejo del estrés y/o la superación de obstáculos.	La capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos y los de los demás, de motivarnos y de manejar adecuadamente las relaciones. (Goleman, 1995)	Autoconocimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar cambios en la excitación fisiológica propia. - Asociar distintas señales físicas con diferentes emociones. - Saber cuándo usted está pensando en forma negativa. - Saber cuándo su 'conversación' interna es instructiva. - Saber cuándo se está poniendo furioso. - Saber cuándo está interpretando hechos que le pasan - Saber qué sentidos está usando en cada ocasión. - Identificar qué información influye en sus interpretaciones. - Identificar cuándo experimenta cambios de humor. - Saber cuándo está a la defensiva. - Saber cuál es el impacto que su conducta tiene en otros. - Saber cuándo usted se comunica en forma incongruente. 	<p>Valoración del 1 al 5</p> <p>Capacidad en grado muy bajo: 1</p> <p>Capacidad en grado bajo: 2</p> <p>Capacidad en grado medio: 3,</p>	Cuestionario
			Autorregulación	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar cambios en la excitación fisiológica propia. - Relajarse bajo situaciones de presión. - Actuar productivamente en circunstancias difíciles. - Actuar productivamente en situaciones que produzcan ansiedad. - Calmarse rápidamente en circunstancias difíciles. - Usar 'conversación interna' (hablar consigo mismo) para influir en sus estados emotivos 	<p>Capacidad en grado alto: 4</p> <p>Capacidad en grado muy alto: 5</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> - Responder a sentimientos negativos de otros sin ser perturbado - Permanecer calmado cuando usted es el blanco de la bronca o agresividad de otros. - Saber cuándo se está poniendo furioso. - Desarrollar patrones de conducta nuevos o más productivos. <hr/>
Motivación	<ul style="list-style-type: none"> - Usar "conversación interna" (hablar consigo mismo), para influir en sus estados emotivos. - Aumentar de ritmo las tareas, a voluntad. - Recuperarse rápidamente luego de un fracaso. - Completar tareas de largo plazo en los lapsos determinados. - Producir mucha energía cuando está haciendo un trabajo de poco interés. - Cortar o cambiar hábitos inefectivos. - Desarrollar patrones de conducta nuevos o más productivos. - Hacer que las acciones sigan a las palabras. <hr/>
Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicar sus sentimientos en forma efectiva. - Permanecer calmado cuando usted es el blanco de la bronca o agresividad de otros. - Comunicar correctamente lo que experimenta. - Identificar cuándo usted experimenta cambios de humor. - Saber cuál es el impacto que su conducta tiene en otros. - Trabajar positivamente en los conflictos. - Desarrollar consenso en otros. - Mediar en conflictos de otros. - Exhibir destrezas interpersonales efectivas. - Articular los pensamientos de un grupo. - Influir en otros, directa o indirectamente. - Construir (lograr) la confianza de otros. - Construir equipos de apoyo. - Hacer sentir bien a otros. <hr/>

				<ul style="list-style-type: none"> - Dar consejo y apoyo a otros, cuando es necesario. - Reflejar correctamente, a otros, sus sentimientos. - Mostrar empatía a otros. - Involucrarse en conversaciones íntimas con otros. - Ayudar a un grupo a manejar sus emociones. - Detectar incongruencias entre las emociones de otros, sus conductas y sentimientos. 	
			Habilidades sociales	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicar sus sentimientos en forma efectiva. - Permanecer calmado cuando usted es el blanco de la bronca o agresividad de otros. - Comunicar correctamente lo que experimenta. - Identificar cuándo experimenta cambios de humor. - Influir en otros, directa o indirectamente. - Construir (lograr) la confianza de otros. - Hacer sentir bien a otros. - Dar consejo y apoyo a otros, cuando es necesario. - Reflejar correctamente, a otros, sus sentimientos. - Reconocer cuando otros están "mal". - Ayudar a otros a manejar sus emociones. - Ayudar a un grupo a manejar sus emociones. - Detectar incongruencias entre las emociones de otros, sus conductas y sentimientos. 	
Variable 2. Intención Emprendedora	La intención emprendedora se podría definir como la auto convicción y decisión de crear un negocio, además la planificación realista, elaborando un plan de trabajo para su realización en un tiempo futuro	Es el estado de la mente en el que la atención de una persona se centra en el cumplimiento de un objetivo, en este caso la creación de una empresa o negocio lo cual tiene cierta influencia en las acciones a tomar por el individuo	Atracción Personal	<ul style="list-style-type: none"> - Expresar la visión y valores de la organización. - Identificar nuevas áreas de crecimiento potencial. - Diseñar productos que resuelvan problemas actuales. - Desarrollar un entorno laboral que anime a que las personas intenten hacer cosas nuevas. - Determinar si el negocio irá bien. 	Grado de acuerdo: Donde 1 corresponde "Desacuerdo total" y 7 corresponde a "Acuerdo total"
			Norma Subjetiva	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto. - Desarrollar planes de contingencia para cubrir los puestos técnicos claves. - Tolerar cambios inesperados en las condiciones del negocio 	

<p>para llegar a dicho objetivo. (Prodan, 2010)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser más su propio jefe. - Persistir frente a la adversidad. - Alentar a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones, independientemente de sus resultados.
<p>Autoeficacia</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes. - Identificar nuevas áreas de crecimiento potencial. - Diseñar productos que resuelvan problemas actuales. - Identificar recursos potenciales de financiación. - Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes. - Comercializar los productos de manera adecuada. - Identificar y construir equipos de gestión.
<p>Intención Emprendedora</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores. - Reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios. - Reclutar y entrenar a los empleados claves. - Desarrollar relaciones con personas importantes que están vinculadas a fuentes de capital. - Identificar recursos potenciales de financiación. - Formular un conjunto de acciones para conseguir las oportunidades. - Formar una asociación o alianza con otros.

Apéndice 2:

Instrumento 1

INVENTARIO DE COMPETENCIAS EMOCIONALES DE GOLEMAN

El objetivo de este cuestionario es estudiar el manejo de las emociones en las Organizaciones. La información que se recoja será utilizada sólo para fines académicos y recibirá tratamiento confidencial. En cada Ítem valorar, en una escala del 1 al 5, la capacidad descrita. Antes de responder, intenta pensar en situaciones reales en las que has tenido que utilizar dicha capacidad.

Capacidad en grado muy bajo: 1

Capacidad en grado bajo: 2

Capacidad en grado medio: 3

Capacidad en grado alto: 4

Capacidad en grado muy alto: 5

	Descripción	Valoración				
		1	2	3	4	5
1	Identificar cambios en la excitación fisiológica propia.	1	2	3	4	5
2	Relajarse bajo situaciones de presión.	1	2	3	4	5
3	Actuar productivamente en circunstancias difíciles.	1	2	3	4	5
4	Actuar productivamente en situaciones que produzcan ansiedad.	1	2	3	4	5
5	Calmarse rápidamente en circunstancias difíciles.	1	2	3	4	5
6	Asociar distintas señales físicas con diferentes emociones.	1	2	3	4	5

7	Usar 'conversación interna' (hablar consigo mismo) para influir en sus estados emotivos	1	2	3	4	5
8	Comunicar sus sentimientos en forma efectiva.	1	2	3	4	5
9	Responder a sentimientos negativos de otros sin ser perturbado	1	2	3	4	5
10	Permanecer calmado cuando usted es el blanco de la bronca o agresividad de otros.	1	2	3	4	5
11	Saber cuándo usted está pensando en forma negativa.	1	2	3	4	5
12	Saber cuándo su 'conversación' interna es instructiva.	1	2	3	4	5
13	Saber cuándo se está poniendo furioso.	1	2	3	4	5
14	Saber cuándo está interpretando hechos que le pasan	1	2	3	4	5
15	Saber qué sentidos está usando en cada ocasión.	1	2	3	4	5
16	Comunicar correctamente lo que experimenta	1	2	3	4	5
17	Identificar qué información influye en sus interpretaciones.	1	2	3	4	5
18	Identificar cuándo experimenta cambios de humor.	1	2	3	4	5
19	Saber cuándo está a la defensiva.	1	2	3	4	5
20	Saber cuál es el impacto que su conducta tiene en otros.	1	2	3	4	5
21	Saber cuándo usted se comunica en forma incongruente.	1	2	3	4	5
22	Aumentar de ritmo las tareas, a voluntad.	1	2	3	4	5
23	Recuperarse rápidamente luego de un fracaso.	1	2	3	4	5
24	Completar tareas de largo plazo en los lapsos determinados.	1	2	3	4	5
25	Producir mucha energía cuando está haciendo un trabajo de poco interés.	1	2	3	4	5
26	Cortar o cambiar hábitos inefectivos.	1	2	3	4	5

27	Desarrollar patrones de conducta nuevos o más productivos.	1	2	3	4	5
28	Hacer que las acciones sigan a las palabras.	1	2	3	4	5
29	Trabajar positivamente en los conflictos	1	2	3	4	5
30	Desarrollar consenso en otros.	1	2	3	4	5
31	Mediar en conflictos de otros.	1	2	3	4	5
32	Exhibir destrezas interpersonales efectivas.	1	2	3	4	5
33	Articular los pensamientos de un grupo.	1	2	3	4	5
34	Influir en otros, directa o indirectamente.	1	2	3	4	5
35	Construir (lograr) la confianza de otros.	1	2	3	4	5
36	Construir equipos de apoyo.	1	2	3	4	5
37	Hacer sentir bien a otros.	1	2	3	4	5
38	Dar consejo y apoyo a otros, cuando es necesario.	1	2	3	4	5
39	Reflejar correctamente, a otros, sus sentimientos.	1	2	3	4	5
40	Reconocer cuando otros están 'mal'.	1	2	3	4	5
41	Ayudar a otros a manejar sus emociones.	1	2	3	4	5
42	Mostrar empatía a otros.	1	2	3	4	5
43	Involucrarse en conversaciones íntimas con otros.	1	2	3	4	5
44	Ayudar a un grupo a manejar sus emociones.	1	2	3	4	5
45	Detectar incongruencias entre las emociones de otros, sus conductas y sentimientos.	1	2	3	4	5

Instrumento 2

CUESTIONARIO DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA

Lea con detenimiento las instrucciones que se indican en cada caso, no hay respuesta mejor que otra, cada uno tiene sus propias opiniones y forma de pensar. No emplee mucho tiempo, trate de contestar de forma espontánea. Se lo más sincero en tus respuestas.

¿Ha considerado Ud. alguna vez seriamente convertirse en empresario?

Si No

Señale su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones donde 1 corresponde a “Desacuerdo total” y 7 corresponde a “Acuerdo total”.

Nº	Item	1	2	3	4	5	6	7
1	Trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto							
2	Desarrollar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores.							
3	Reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios.							
4	Reclutar y entrenar a los empleados claves.							
5	Expresar la visión y valores de la organización.							
6	Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes.							
7	Desarrollar relaciones con personas importantes que están vinculadas a fuentes de capital.							
8	Identificar nuevas áreas de crecimiento potencial.							
9	Desarrollar planes de contingencia para cubrir los puestos técnicos claves.							
10	Inspirar a otros a aceptar la visión y valores de la compañía.							
11	Tolerar cambios inesperados en las condiciones del negocio.							

12	Diseñar productos que resuelvan problemas actuales.							
13	Identificar recursos potenciales de financiación.							
14	Crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser más su propio jefe.							
15	Persistir frente a la adversidad							
16	Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes.							
17	Formular un conjunto de acciones para conseguir las oportunidades.							
18	Desarrollar un entorno laboral que anime a que las personas intenten hacer cosas nuevas.							
19	Comercializar los productos de manera adecuada.							
20	Determinar si el negocio irá bien.							
21	Alentar a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones, independientemente de sus resultados.							
22	Identificar y construir equipos de gestión.							
23	Formar una asociación o alianza con otros.							

Apéndice:

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Víctor Alberto Marin Tello, identificado con DNI N° 27717412, de profesión Administrador de Empresas Turísticas con el grado de MAESTRO EN PSICOLOGÍA EDUCATIVA, ejerciendo actualmente como Docente, en la Universidad Nacional de Cajamarca.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación a los estudiantes de la facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems				X
Amplitud de contenido				X
Redacción de los ítems				X
Claridad y precisión				X
Pertinencia				X

Cajamarca, junio del 2020.


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Elmer Luis Pisco Goicochea, identificado con DNI N° 26714771, de profesión Docente con el grado de MAESTRO EN CIENCIAS, ejerciendo actualmente como docente, en la Universidad Nacional de Cajamarca.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación a los estudiantes de la facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrelo de Cajamarca.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			x	
Amplitud de contenido			x	
Redacción de los ítems			x	
Claridad y precisión			x	
Pertinencia			x	

Cajamarca, junio del 2020.


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, José Jaime Villar Aquino, identificado con DNI Nº 26705550, de profesión Docente con el grado de MAESTRO EN EDUCACIÓN, ejerciendo actualmente como Director, en la Institución Educativa N° 82066 – Huaracña.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación a los estudiantes de la facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrel de Cajamarca.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			X	
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

Cajamarca, junio del 2020.



Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Marleni Vázquez Díaz, identificado con DNI N° 26706769, de profesión Docente con el grado de MAGISTER EN DOCENCIA Y GESTIÓN EDUCATIVA, ejerciendo actualmente como directora, en la Institución Educativa N° 83005.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación a los estudiantes de la facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Antonio Guillermo Urrel de Cajamarca.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			x	
Amplitud de contenido			x	
Redacción de los ítems			x	
Claridad y precisión			x	
Pertinencia			x	

Cajamarca, junio del 2020.


Firma

Glosario

Aprendizaje. Proceso de adquisición de conocimientos, habilidades, valores y actitudes, posibilitado mediante el estudio, la enseñanza o la experiencia.

Aprendizaje de calidad. Aprendizaje que se almacena en la memoria de largo plazo integrándose de manera significativa con los conocimientos anteriores.

Calidad. refiere a las características que son propias de algo y a partir de las cuales es posible estimar su valor. Cuando dichas características son positivas o beneficiosas, se habla de buena calidad. Educativo, por su parte, es aquello vinculado a la educación: el proceso de enseñanza y aprendizaje que permite instruir a una persona.

Habilidad. hace referencia a la maña, el talento, la pericia o la aptitud para desarrollar alguna tarea. La persona hábil, por lo tanto, logra realizar algo con éxito gracias a su destreza.

Habilidades directivas. Conjunto de capacidades personales que el directivo pone en juego cada día para orientar su trabajo profesional, influir en la organización y alcanzar sus objetivos en su entorno de trabajo.