



*Análisis de los factores de inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja*

*Analysis of the factors of emotional intelligence and entrepreneurial intention of the university students of the Business Administration Career at the National University of Loja*

*Análise dos fatores de inteligência emocional e intenção empreendedora dos universitários da Carreira de Administração de Empresas da Universidade Nacional de Loja*

Nataly Jhomayra Alvarez Paccha <sup>I</sup>  
[Nataly.alvarez@unl.edu.ec](mailto:Nataly.alvarez@unl.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0002-1876-5672>

Edison Oswaldo Toapanta Mendoza <sup>II</sup>  
[edison.toapanta@unl.edu.ec](mailto:edison.toapanta@unl.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0003-2893-326X>

Erika Lucía Gonzalez Carrión <sup>III</sup>  
[erika.gonzalez@unl.edu.ec](mailto:erika.gonzalez@unl.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0003-3808-5460>

Dany Alexander Gonzalez Aguilera <sup>IV</sup>  
[dany.gonzalez@unl.edu.ec](mailto:dany.gonzalez@unl.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0002-5672-7386>

**Correspondencia:** [Nataly.alvarez@unl.edu.ec](mailto:Nataly.alvarez@unl.edu.ec)

Ciencias Técnica y Aplicadas  
Artículo de Investigación

\* **Recibido:** 23 de marzo de 2023 \* **Aceptado:** 12 de abril de 2023 \* **Publicado:** 30 de mayo de 2023

- I. Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador.
- II. Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador.
- III. Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador.
- IV. Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador.

## Resumen

El presente estudio se enfocó en determinar el nivel y la relación que existe entre la inteligencia emocional y la intención de emprendimiento en alumnos de cuarto a octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja. El estudio abordó el tema con base en un enfoque exploratorio, aplicando el método cuantitativo descriptivo; la recolección de datos se llevó a cabo a través de encuestas aplicadas a la población objeto de estudio, conformada por los estudiantes de los cursos de la Unidad de Organización Curricular Profesional de la carrera. Los instrumentos utilizados fueron, la Escala Rasgo de Metaconocimientos sobre Estados Emocionales (TMMS-24), conformada por tres dimensiones: atención emocional (AE), claridad emocional (CE) y reparación emocional (RE); para la variable de intención emprendedora se utilizó el Cuestionario de intención emprendedora, dividido en seis dimensiones: antecedentes personales y familiares (APF), normas sociales (NS), características emprendedoras (CEM), creencias (C), actitud (A) y oportunidades y recursos (OR). Para el análisis estadístico se utilizaron tablas de frecuencia y porcentajes, que permitieron determinar los niveles de intención emprendedora y la inteligencia emocional en los estudiantes. Los resultados obtenidos mediante dichos análisis llegaron a determinar el nivel de influencia que ejerce la inteligencia emocional sobre la intención de emprender de los estudiantes y, finalmente, se concluyó que la utilidad de este proyecto de investigación era la posibilidad de hacer énfasis en la formación de futuros profesionales universitarios, orientados en desarrollar habilidades emocionales enfocadas en el ámbito empresarial, para buscar el equilibrio entre los aspectos psicológicos del individuo y su intención emprendedora.

**Palabras Clave:** Inteligencia Emocional; Intención Emprendedora; Vinculación; Profesionales; Habilidades emocionales.

## Abstract

The present study focused on determining the level and the relationship between emotional intelligence and the intention of entrepreneurship in students from the fourth to the eighth cycle of the Business Administration career at the National University of Loja. The study addressed the issue based on an exploratory approach, applying the descriptive quantitative method; Data collection was carried out through surveys applied to the population under study, made up of students of the courses of the Professional Curricular Organization Unit of the career. The

instruments used were the Trait Metaknowledge Scale on Emotional States (TMMS-24), made up of three dimensions: emotional attention (AE), emotional clarity (CE) and emotional repair (RE); For the entrepreneurial intention variable, the Entrepreneurial Intention Questionnaire was used, divided into six dimensions: personal and family background (APF), social norms (NS), entrepreneurial characteristics (CEM), beliefs (C), attitude (A), and opportunities and resources (OR). For the statistical analysis, frequency tables and percentages were used, which allowed determining the levels of entrepreneurial intention and emotional intelligence in the students. The results obtained through these analyzes came to determine the level of influence exerted by emotional intelligence on the intention to undertake of the students and, finally, it was concluded that the usefulness of this research project was the possibility of emphasizing the formation of future university professionals, focused on developing emotional skills focused on the business field, to find a balance between the psychological aspects of the individual and their entrepreneurial intention.

**Keywords:** Emotional Intelligence; Entrepreneurial Intention; Linkage; Professionals; emotional skills.

## Resumo

O presente estudo concentrou-se em determinar o nível e a relação entre a inteligência emocional e a intenção de empreender em alunos do quarto ao oitavo ciclo da carreira de Administração de Empresas da Universidade Nacional de Loja. O estudo abordou o tema a partir de uma abordagem exploratória, aplicando-se o método quantitativo descritivo; A recolha de dados foi realizada através de inquéritos aplicados à população em estudo, constituída por alunos dos cursos da Unidade de Organização Curricular Profissional da carreira. Os instrumentos utilizados foram a Trait Metaknowledge Scale on Emotional States (TMMS-24), composta por três dimensões: atenção emocional (AE), clareza emocional (CE) e reparação emocional (RE); Para a variável intenção empreendedora foi utilizado o Questionário de Intenção Empreendedora, dividido em seis dimensões: histórico pessoal e familiar (APF), normas sociais (NS), características empreendedoras (CEM), crenças (C), atitude (A) e oportunidades e recursos (OR). Para a análise estatística foram utilizadas tabelas de frequência e porcentagens, que permitiram determinar os níveis de intenção empreendedora e inteligência emocional dos alunos. Os resultados obtidos por meio dessas análises vieram determinar o nível de influência exercido pela inteligência emocional

na intenção de empreender dos alunos e, finalmente, concluiu-se que a utilidade deste projeto de pesquisa foi a possibilidade de enfatizar a formação de futuros profissionais universitários, focado no desenvolvimento de habilidades emocionais com foco no campo empresarial, para encontrar um equilíbrio entre os aspectos psicológicos do indivíduo e sua intenção empreendedora.

**Palavras-chave:** Inteligência emocional; Intenção Empreendedora; ligação; Profissionais; habilidades emocionais.

## Introducción

La presente investigación analiza la relación entre la inteligencia emocional y la intención de emprendimiento en alumnos de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja. En primer lugar, fue importante definir la intención de emprendimiento, que es una variable que ha sido muy investigada y usada en diversos estudios relacionados con el área empresarial y económica; sin embargo, lo que realmente hace que esta variable logre el éxito en los empresarios, es su relación con los indicadores propios de la personalidad para poder desenvolverse y tomar decisiones ante distintas situaciones, que involucran sentimientos tanto positivos como negativos. Por tanto, en relación con esto, en esta investigación se quiso demostrar su relación con la inteligencia emocional, que se refiere a la capacidad de identificar, evaluar y gestionar, de forma adecuada, las propias emociones y las de los demás (Manosalvas, 2017).

La inteligencia emocional es una de las variables que más se ha estudiado en el campo de la intención emprendedora y se han obtenido resultados que han permitido crear innovadoras alternativas de estudio dentro del campo del emprendimiento y, más que nada, específicamente, sobre aquellos factores que se relacionan con la intención emprendedora en los ámbitos universitarios, dado que es en este lugar en el que surgen las propuestas más interesantes, que pueden desembocar o no en la creación de nuevos negocios (Manosalvas, 2017).

En Loja y, específicamente, en la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, la vinculación que existe entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora es casi nula, en primer lugar, debido al propósito de la institución educativa, que es el siguiente:

Generar espacios de análisis y reflexión sobre los fundamentos de las ciencias económicas, matemáticas, jurídicas, sociología y ética, para aplicar en la gestión del talento humano, finanzas,

producción y *marketing*, y así resolver problemas de planificación, organización, dirección y control de las organizaciones. (UNL, s.f., párr. 1)

Como se puede observar, este objetivo se enfoca en aplicar y desarrollar conceptos en empresas ya constituidas, lo que limita el desarrollo del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios de la carrera y, por ende, incentiva a la no creación de nuevos negocios que aporten positivamente al desarrollo de la ciudad. Por tanto, es posible decir que la carrera de Administración de Empresas aún no reconoce la importancia del conocimiento que deben poseer los estudiantes sobre sí mismos, antes de crear un negocio, pues la globalización exige que se tomen decisiones permanentes respecto a la innovación, al diseño de estrategias de captación de clientes y programas de *marketing* con valor superior, que promuevan relaciones a largo plazo con los grupos de interés de la empresa, lo que podría permitir su crecimiento económico y mejorar su posicionamiento en el mercado.

Por tanto, al tener en cuenta la significancia de la inteligencia emocional como factor diferenciado en términos del éxito personal y del éxito de la puesta en marcha de ideas emprendedoras, se pretendió definir la relación que existía entre esta inteligencia y la intención emprendedora, además de plasmar estrategias que incrementaran las habilidades emocionales en los estudiantes, para que sus sentimientos no influyeran, de manera negativa, en el desarrollo de un emprendimiento.

En comparación con otras investigaciones se observa que los programas de formación para los profesionales de la administración deben abordar los aspectos de la administración de las relaciones humanas, la gestión de equipos, la solución de problemas y el liderazgo. Estos son temas clave para el desarrollo de habilidades emocionales y competencias empresariales necesarias para el éxito en la profesión. Por último, los estudios también muestran que la formación en habilidades emocionales y competencias empresariales debe ser un proceso continuo a lo largo de la vida profesional de un administrador. Esto se debe a que los entornos empresariales y sociales están en constante cambio y los administradores deben adaptarse a estos cambios. Por lo tanto, es importante que los administradores busquen oportunidades de desarrollo de carrera que les permitan adquirir nuevas habilidades y competencias.

Durante la investigación se presentaron limitaciones de tiempo y en la interpretación de datos lo que dificultó la entrega de resultados finales, pese a esto el presente estudio deja pautas y puntos importantes sobre los cuáles se puede seguir investigando y de esta manera demostrar que, la inteligencia emocional no sólo se debe estudiar en ciertos campos, por el contrario se debería ofrecer las facilidades para poder desarrollarla desde una edad muy temprana creando de esta



manera jóvenes con una mejor toma decisiones, más productivos, creativos y motivos que representen un activo para la sociedad y no un problema. Es por esto que se recomienda seguir investigando en el campo de la inteligencia emocional para comprobar sus resultados en la sociedad, para de esta manera ofrecer a las jóvenes herramientas que les ayuden a desarrollar su inteligencia emocional que hoy en día es cada vez más importante.

La presente investigación estuvo estructurada en tres apartados: el primero estuvo destinado a presentar las páginas preliminares; el segundo estuvo constituido por la introducción y el marco teórico, en el que se describieron los antecedentes y las bases teóricas del estudio para después plantear el desarrollo metodológico de la investigación, así como indicar las técnicas y los instrumentos de recolección de datos, el análisis de datos y la operacionalización de las variables, teniendo en cuenta los aspectos éticos de la investigación. Después se presentaron los resultados de la investigación y la discusión, para así, indicar cuáles fueron las conclusiones a las que se llegó con base en el estudio. Finalmente, en el tercer apartado se incluyeron las páginas finales, que incluyó la bibliografía y los anexos y apéndices.

## **Materiales y métodos**

### **Tipo de Investigación**

Esta investigación presentó un enfoque cuantitativo, debido a que se utilizaron técnicas de evaluación estadística para determinar los niveles de inteligencia emocional y de intención emprendedora en los estudiantes universitarios de los cursos profesionalizantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja. Además, este estudio fue de tipo exploratorio y, con este, fue posible identificar la ausencia de planes y materias relacionadas con la gestión de la inteligencia emocional con enfoque empresarial en los estudiantes.

A su vez, se puede decir que fue de carácter descriptivo y de campo, dado que se llegaron a obtener los datos y a observar el comportamiento de los estudiantes, de forma directa desde las aulas de estudio, dentro de las cuales se logró conectarlos y motivarlos para que aportaran y contestaran los cuestionarios aplicados para la recolección de información, de acuerdo con la realidad de cada uno; cuando se obtuvo la información, esta se ordenó y analizó y, posteriormente, con la ayuda del método analítico, se estableció la relación que existía entre las variables de estudio; con el método sintético, se resumió la información de mayor relevancia de toda la investigación y, finalmente, con el método deductivo se describieron las conclusiones a las que se llegó.

Debido a la finalidad del estudio se aplicó un modelo no experimental, puesto que no se manipularon las variables de estudio durante la investigación; por otro lado, también se puede decir que fue una investigación de tipo correlacional, dado que se intentó descubrir la relación existente entre las dos variables de estudio y, según la medición de las variables, se podría decir, incluso, que fue transversal, debido a que las variables se midieron en una sola ocasión.

### *Operacionalización de las Variables*

A continuación, en la Tabla 1, se presentó la operacionalización de las dos variables del estudio; este proceso permitió encontrar elementos e indicadores concretos que ayudaron a cumplir con los objetivos planteados en la investigación.

**Tabla 1.** *Operacionalización de la variable de intención emprendedora y la variable de inteligencia emocional*

<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicador</b>	<b>Definición operacional</b>
Intención emprendedora	Antecedentes personales	Estado civil	Estado civil
		Edad	Edad
		Género	Género
		Ciclo y paralelo	Ciclo y paralelo
		Estrato socioeconómico	Ingreso promedio mensual de su familia.
		Formación del padre	¿Cuál es el nivel de estudios alcanzados por su padre?
		Formación de la madre	¿Cuál es el nivel de estudios alcanzados por su madre?
		Ocupación del padre	¿Cuál es o fue la ocupación de su padre?
Ocupación de la madre	¿Cuál es o fue la ocupación de su madre?		
Influencia maestros	de	¿Algún profesor ha influido en su visión para crear ideas de negocios?	

	Familiares empresarios	¿Algún miembro de su familia tiene una empresa y/o negocio?
	Amigos empresarios	¿Algún amigo cercano que tenga su propia empresa ha influido en su visión para los negocios?
	Experiencia	¿Tiene alguna experiencia laboral o ha sido contratado por una empresa?
Normas sociales	Admiración	¿Usted admira a quienes tienen sus propios emprendimientos?
	Dueño	¿Cree que es mejor ser dueño de su propia empresa que empleado en una ajena?
	Poder	¿Cree que tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto?
Características emprendedoras	Creatividad	Demuestra creatividad e innovación.
	Capacidad de organización	Tiene capacidad de organización.
	Trabajo en equipo	Le gusta trabajar en equipo.
	Optimismo	Es optimista y tiene visión a largo plazo.
	Autonomía	Es autónomo para desarrollar sus iniciativas.
Creencias	Influencia positiva de la familia	Cree que la familia desempeña un papel positivo en la creación y desarrollo de un negocio.
	Cursos y asesoría	Cree que participar de cursos y programas de asesoría aumenta la intención para crear un negocio.
	Creencias religiosas	La religión incidiría en su intención para emprender.
	Dinero como recurso	Cree que el dinero es solo un factor más de los que se requiere para iniciar un negocio.
	Materias de emprendimiento	Cree que las asignaturas de la carrera desarrollan su intención de crear una empresa.



	Esfuerzo empresarial	Cree que ser empresario exige más dedicación que si se decide emplearse en una empresa.
	Creación de empresas	Cree que es importante tener un negocio propio.
Actitud	Reto personal	Identificar y superar un reto personal motiva para crear una idea de negocio.
	Autorrealización	Lograr la autorrealización y satisfacción personal es una motivación para crear una idea de negocio.
	Ser el propio jefe	Ser el propio jefe y saber manejar el tiempo motivaría para crear una idea de negocio.
	Ayuda a otras personas	Dar empleo a otras personas es una motivación para crear una idea de negocio.
	Ser parte de la sociedad	Ser parte activa en la sociedad motiva para crear una idea de negocio.
	Apoyar el desarrollo de un lugar	Apoyar el desarrollo de un determinado lugar es una motivación para crear una idea de negocio.
	Escaso capital	Cuando se piensa en una idea de negocio desmotiva tener escaso capital.
	Desconfianza	No arriesgarse es una desmotivación para crear una idea de negocio.
	Obligaciones académicas	Tener demasiadas obligaciones académicas en la facultad me desmotiva para crear una idea de negocio.
	Inexperiencia	La inexperiencia de los docentes en la creación de empresas es una desmotivación para crear una idea de negocio.
	Compañeros adversos	Tener compañeros adversos al riesgo me desmotiva para crear una idea de negocio.

Idea de negocio	Cuando se piensa en una idea de negocio desmotiva no tener claro en qué actividad económica involucrarse.	
Insuficiente apoyo	El insuficiente apoyo de entidades públicas y privadas es una desmotivación para crear una idea de negocio.	
Formación recibida	La formación recibida permite iniciar un negocio.	
Oportunidades y recursos	Reconocimiento del mercado	Tener la posibilidad de tener una empresa, tan pronto termine la universidad.
	Las competencias permiten aprovechar oportunidades en el mercado.	
	Tener una idea de negocio con posibilidades de éxito.	
	La familia lo avalaría ante una entidad financiera para iniciar un negocio.	
	Los programas de gobierno ayudan financieramente para iniciar un negocio.	
	Aprovechar estudios previos de una realidad local permite descubrir ideas de negocio.	
	Considerar trabajos de investigación desarrollados, da la oportunidad de encontrar ideas de negocio.	
Ideas de negocio	Identificar negocios y sectores más dinámicos del mercado brinda una oportunidad para descubrir ideas de negocio.	
Tener familiares empresarios o amigos empresarios es una oportunidad para descubrir ideas de negocio.		
Considera que tener buenas ideas o planes de negocio es un recurso valioso para crear uno.		

		Tener habilidades es importante para crear una idea de negocio.
		Cree que ser capaz de salir siempre adelante es valioso para crear un negocio.
	Recursos económicos	Considera que obtener recursos económicos de familiares y/o amigos es un recurso valioso para crear un negocio.
		A menudo, tiene ideas originales y las pone en práctica.
		Se cometen errores y hay equivocaciones, pero se sabe que se pueden hacer las cosas bien.
Creatividad e innovación	Creatividad e innovación	Cuando se quiere algo, hay que insistir para conseguirlo.
		Cuando se invierte el dinero, prefiero arriesgarlo en algo que pueda darme más ganancias que en un depósito a plazo fijo.
		No me resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema.
		Puedo resolver problemas con rapidez, incluso bajo presión.
		Veo posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que hago.
Confianza en sí mismos y sus capacidades.	Confianza en él mismo y sus capacidades.	Creo con firmeza en que tendré éxito en todo lo que me proponga hacer.
		Creo con firmeza que, si la primera vez no lo logro, debo intentarlo una y otra vez.
		Cuando pienso en emprender un negocio, no me asusta la idea de lo desconocido.
Perseverancia	Perseverancia	Cuando enfrento un problema, me gusta encontrar nuevas maneras para resolverlo.

				Me considero una persona ingeniosa, en especial cuando se presentan situaciones difíciles.
				Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas.
				No me desaliento si encuentro obstáculos para alcanzar mis metas.
				Considero que a veces el riesgo es estimulante.
				Estoy convencido de mis capacidades y sé muy bien cómo explotarlas.
Capacidad para manejar problemas.	Capacidad para manejar problemas.	para		Creo en el refrán: “quien no arriesga no gana”.
				Estoy seguro de mis propias ideas y posibilidades.
				Aunque no alcance mis objetivos en poco tiempo, no pierdo el interés.
				Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales.
				Creo que en la vida hay que tomar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.
				Con frecuencia encuentro soluciones rápidas y eficaces a los problemas.
Aceptación del riesgo.	Aceptación del riesgo.	del		Soy bueno para enfrentar una gran cantidad de problemas al mismo tiempo.
				Considero que la perseverancia es importante para llegar al éxito.
				Me siento seguro, incluso cuando alguien critica lo que he hecho.
				Presto mucha atención a mis emociones.
Inteligencia emocional	Atención emocional	Capacidad sentir	para	Normalmente dedico tiempo a pensar en mis emociones.
				Pienso que merece la pena prestar atención a mis emociones y estado de ánimo.
				A menudo pienso en mis emociones.

			Dejo que mis emociones afecten a mis pensamientos.
			Normalmente me preocupo mucho por lo que siento.
			Presto mucha atención a cómo me siento.
			Pienso en mi estado de ánimo constantemente.
			Tengo claras mis emociones.
			Frecuentemente puedo definir mis emociones.
			Casi siempre sé cómo me siento.
			Normalmente reconozco mis emociones hacia las
Claridad emocional	Capacidad comprender	de	personas.
			A menudo, me doy cuenta de mis emociones en diferentes situaciones.
			Siempre puedo decir cómo me siento.
			A veces puedo decir cuáles son mis emociones.
			Puedo llegar a comprender mis emociones.
			Aunque me sienta mal, procuro pensar en cosas positivas.
			Aunque a veces me siento triste, suelo tener una visión optimista.
			Cuando estoy triste, pienso en todo lo bonito de la vida.
Reparación emocional	Capacidad regular	de	Intento tener pensamientos positivos, aunque me sienta mal.
			Tengo mucha energía cuando me siento feliz.
			Me preocupo por tener un buen estado de ánimo.
			Si las cosas se complican, trato de calmarme.
			Cuando estoy enojada(o) intento cambiar mi estado de ánimo.

## **Fuentes de investigación**

Para la recolección de información del presente trabajo de investigación se procedió a obtener la información, principalmente, gracias a la aplicación de los instrumentos descritos a la muestra de estudio; sin embargo, también se tuvieron en cuenta libros, tesis, archivos, folletos, artículos, entre otros documentos, que sirvieron como base para la realización del estudio.

En este sentido, se utilizaron fuentes de información primaria, que consisten en la información directa que se obtiene mediante la interrogación o la observación de la población en estudio; por esta razón, se aplicaron dos cuestionarios para recabar datos útiles acerca de la relación que había entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de los cursos profesionalizantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

También se requirieron fuentes de información secundaria, que son aquellas que recogen información procesada y previamente elaborada; en el caso de la presente investigación, se utilizaron direcciones electrónicas, tesis y bibliografías relacionadas con el tema de estudio, esto con el objetivo de obtener la información básica para explicar el nivel de las iniciativas emprendedoras en los estudiantes universitarios.

## **Población**

La población general de estudio estuvo constituida por todos los estudiantes de cuarto a octavo ciclo pertenecientes a la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja y esto se hizo de esta manera, debido a que el número de estudiantes no era altamente significativo como para segmentarlo. El número de alumnos universitarios pertenecientes a los ciclos mencionados era de 331 y se tuvo en cuenta a aquellos matriculados a partir del 2022 y, específicamente, durante el periodo comprendido entre abril y septiembre de ese año.

## ***Criterios de Inclusión***

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

- Estudiantes mayores de 18 años.
- Estudiantes matriculados entre el cuarto y el octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.



- Estudiantes de la modalidad presencial.
- Estudiantes pertenecientes a la nueva malla curricular de la carrera.
- Estudiantes de la malla de 2009, para una prueba piloto.

## **Técnicas de Recolección y Análisis de la Información**

### ***Técnicas***

Con el propósito de recolectar información útil y ordenada que permitiera el cumplimiento de los objetivos planteados, se utilizaron dos instrumentos que se describieron a continuación:

- Para la evaluación de la inteligencia emocional se hizo uso de la TMMS, que es un cuestionario con 24 ítems, que fue diseñado por Salovey et al. (1995) que, al mismo tiempo, fue adaptado al castellano por Fernández y Extremera (2005). Este instrumento evalúa los aspectos intrapersonales de la inteligencia emocional en concreto y, según Fernández y Extremera (2005), está compuesto por tres dimensiones que son: la atención a los sentimientos, la cual se trata del grado en que las personas creen prestar atención a sus emociones y sentimientos, con 21 ítems en la versión original y ocho en la edición adaptada al castellano; la claridad emocional, entendida como la percepción que creen tener las personas sobre sus propias emociones, con 15 ítems en la versión original y ocho en la adaptación española y reparación de las emociones, que alude a la creencia que tiene el sujeto de su capacidad para interrumpir y regular los estados emocionales negativos y prolongar los positivos, que tiene 12 ítems en la edición original y ocho en la adaptación al castellano.
- Para la evaluación de la intención emprendedora se manejó el *Cuestionario de intención emprendedora* de Liñán y Chen (2009), que constaba de 40 ítems y que sirvió para evaluar la intención de convertirse en empresario, es decir, querer crear una empresa. El cuestionario contaba con cuatro subescalas: atracción profesional, norma subjetiva, autoeficacia e intención del emprendedor; entre estas recogieron diversas variables que, tradicionalmente, se han estudiado de manera independiente.

Para la recolección de datos, se obtuvieron los permisos necesarios para aplicar los cuestionarios en las aulas a los estudiantes universitarios entre el cuarto y el octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja; además, se realizó un cronograma para encuestar en las aulas, de acuerdo con las horas de cursos de la carrera, para evitar, de esta manera, a alumnos no matriculados. En adición, fue necesario ayudar a despejar las dudas

presentadas al momento de responder las preguntas y, de esta manera, lograr que todos los alumnos llenaran los cuestionarios.

## **Instrumentos de Recolección de Datos**

### ***Observación Directa***

En este trabajo de investigación se aplicó este método de recolección, que consiste en observar al objeto de estudio dentro de una situación particular; esto se hizo sin intervenir ni alterar el ambiente en el que el objeto se desenvolvía, de lo contrario, los datos obtenidos no hubieran sido válidos.

### ***Encuesta***

Para determinar la relación entre las variables de inteligencia emocional y la intención emprendedora, se utilizó como herramienta de medición dos instrumentos, que ya se nombraron, que fueron la TMMS-24 y el *Cuestionario de intención emprendedora*. Estos estuvieron conformados por dimensiones e indicadores, que permitieron medir ambas variables expuestas. Para la variable inteligencia emocional, se hizo uso de la escala TMMS-24, separada en tres dimensiones: atención emocional (AE), claridad emocional (CE) y reparación emocional (RE); por su parte, para la variable de intención emprendedora, se empleó el *Cuestionario de intención emprendedora*, dividido en seis dimensiones: antecedentes personales y familiares (APF), normas sociales (NS), características emprendedoras (CEM), creencias (C), actitud (A) y oportunidades y recursos (OR) (Chávez y Suárez, 2017, p. 55). Sobre estos se indicó lo siguiente:

El test de inteligencia emocional consta de 24 ítems, y se midió con la escala de Likert de cinco puntos: en desacuerdo, algo de acuerdo, bastante de acuerdo, muy de acuerdo y totalmente de acuerdo. De igual manera, el cuestionario de Intención emprendedora conformado por 40 ítems tiene una escala de Likert de cinco puntos: totalmente de acuerdo, de acuerdo, neutro, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. (Chávez y Suárez, 2017, p. 55)

Por otro lado, también se dijo que “estos instrumentos fueron seleccionados mediante el análisis de otros instrumentos, priorizando las dimensiones que favorecieran este estudio” (Chávez y Suárez, 2017, p. 56).

### ***Validación***

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

### **Confiabilidad**

Para la determinación de la confiabilidad del instrumento, que estaba integrado por dos cuestionarios, uno por cada variable, se hizo uso del método estadístico del coeficiente de alfa de Cronbach, el cual mide la confiabilidad de una escala de medida o de un test. Para la interpretación de este coeficiente, se sugirieron los siguientes criterios de evaluación (ver Tabla 3).

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

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

**Tabla3.** *Confiabilidad de la variable de intención emprendedora*

<b>Alfa</b>	<b>de N.º</b>	<b>de</b>
<b>Cronbach</b>	<b>elementos</b>	
0.97	67	

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

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

<b>Alfa Cronbach</b>	<b>de N.º elementos</b>	<b>de</b>
0.95	24	

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

## **Resultados**

### **Discusión**

En consideración con los estudios tomados como base para el desarrollo de esta investigación se puede observar que, pese a que dichos investigaciones se han realizado en universidades distintas y algunas de ellas en otros países se puede observar que en todas ellas las mallas curriculares de las carreras administrativas preparan a los estudiante para adquirir conocimientos teóricos relacionados con la administración, pero generalmente no abordan el desarrollo de habilidades emocionales y competencias empresariales específicas. Esto significa que los estudiantes deben buscar formas alternativas de adquirir dichas habilidades, mismas que incluyen la participación en programas de prácticas profesionales, talleres, seminarios, colegios profesionales y actividades extracurriculares. Estas actividades pueden ayudar a los estudiantes a desarrollar habilidades emocionales y empresariales necesarias para enfrentar los desafíos de la profesión.

Para el análisis de efectividad de los instrumentos aplicados a los estudiantes se hizo uso del coeficiente alfa de Cronbach el cual mide la consistencia interna de los ítems de la escala de medida de los cuestionarios, llegando a determinar que éstos están relacionados entre sí de forma estadísticamente significativa, lo cual es importante ya que garantiza que los resultados obtenidos sean de una medida precisa de las variables que se evaluaron. Los instrumentos de investigación se aplicaron de manera presencial a los estudiantes dentro de las aulas, para que así contaran con mayor tiempo para responder cada una de las preguntas y se les garantizara su confidencialidad. Los resultados obtenidos fueron muy útiles para lograr el objetivo del estudio, ya que se consiguió la información necesaria para poder realizar la evaluación correspondiente.

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

### Objetivo Específico 1

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

En este sentido, para la obtención de los niveles de ambas variables, se promediaron los valores surgidos en las distintas dimensiones y se condensó todo en una tabla de resumen (ver Tabla 28).

**Tabla27** Nivel de intención emprendedora en los estudiantes de cuarto a octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja por género.

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

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

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

intención emprendedora, había un porcentaje con intención emprendedora en desarrollo, para lo que se recomendó implementar las siguientes estrategias:

1. Fomentar el *networking*: los estudiantes de Administración de Empresas deben fomentar su conexión con otros profesionales de la industria y aprovechar al máximo los recursos disponibles para mejorar sus conocimientos y habilidades; esto les permitirá estar al tanto de las nuevas tendencias y oportunidades de emprendimiento.
2. Incentivar el autoaprendizaje: los estudiantes deben animarse a aprender por sí mismos, investigar y leer contenidos relacionados con la empresa y el emprendimiento; esto les permitirá obtener una mejor comprensión de la industria y el mercado al cual pretenden entrar.
3. Establecer metas realistas: los estudiantes deben establecer metas realistas y alcanzables para desarrollar sus habilidades emprendedoras; esto les permitirá tener una mejor comprensión de los pasos que deben seguir para lograr sus objetivos.
4. Obtener experiencia práctica: los estudiantes de Administración de Empresas deben buscar la manera de obtener experiencia práctica en el campo del emprendimiento; esto les permitirá tener una mejor comprensión de las diferentes áreas del emprendimiento y mejorar sus habilidades.
5. Participar en proyectos: los estudiantes deben buscar la manera de participar en proyectos relacionados con el emprendimiento, para tener una mejor comprensión de los conceptos y los desafíos del emprendimiento; esto les permitirá conocer, de mejor manera, sus capacidades para afrontar los desafíos del emprendimiento.
6. Establecer alianzas estratégicas: los estudiantes deben buscar la manera de establecer alianzas estratégicas con otros profesionales de la industria y con otros emprendedores; esto les permitirá compartir conocimientos y obtener una mejor comprensión de los conceptos del emprendimiento.

**Tabla28.** Nivel de inteligencia emocional en los estudiantes de cuarto a octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja por género

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

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



De acuerdo con la Tabla 28, que muestra el nivel de inteligencia emocional de la población de estudio, se pudo deducir que la mayoría de los estudiantes poseían una adecuada inteligencia emocional, esto se evidenció por medio de los valores obtenidos en cada nivel; en este sentido, el de mayor valor fue el nivel medio con el 57 % en varones y el 59 % en mujeres. Por otro lado, quienes tenían una inteligencia emocional excelente eran los del nivel más alto, es decir, el 25 % de los varones y el 27 % de las mujeres; finalmente, en el nivel más bajo estaba el 18 % de los hombres y el 14 % de las mujeres, de este grupo se pudo decir que prestaban muy poca atención a sus emociones y, por ende, no sabían expresarlas ni manejarlas ante distintas situaciones. En cuanto a la inteligencia emocional se observó que los estudiantes poseían, más que nada, un nivel medio, por lo que se recomendó incluir las siguientes pautas en los aprendizajes, para incrementar el nivel de inteligencia emocional:

1. Establecer una comunicación abierta con los estudiantes, es decir, los profesores deben crear un ambiente seguro para que los alumnos puedan hablar de sus sentimientos y opiniones sin miedo a ser juzgados.
2. Practicar la escucha activa. Los profesores deben tomarse el tiempo para escuchar y entender los sentimientos y opiniones de los estudiantes; esto les permitirá comprender mejor sus necesidades y proporcionarles el apoyo adecuado.
3. Fomentar la empatía. Los profesores deben ayudar a los estudiantes a comprender y aceptar los sentimientos de los demás; dado que esto podría ayudarles a tener una mejor comprensión de los demás y a desarrollar habilidades para manejar situaciones difíciles.
4. Ofrecer entrenamiento en habilidades sociales. Los profesores pueden ayudar a los estudiantes a aprender cómo establecer relaciones saludables, comunicarse con eficacia y resolver conflictos de manera pacífica.
5. Estimular el autoconocimiento. Los estudiantes deben incentivarse a reflexionar sobre sus sentimientos y pensamientos, puesto que esto les permitirá comprender mejor sus emociones, desarrollar una autoestima saludable y tomar decisiones informadas.
6. Promover el diálogo. Los profesores deben fomentar el diálogo entre los estudiantes sobre temas relacionados con la inteligencia emocional, dado que esto les ayudará a comprender mejor el tema y a desarrollar habilidades para manejar sus propias emociones.

## Objetivo Específico 2

El segundo objetivo específico fue determinar la influencia de las dimensiones de la inteligencia emocional en la intención de emprender, de los estudiantes universitarios de cuarto a octavo ciclo de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja.

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

**Tabla29.** Puntuaciones para la interpretación del coeficiente Rho de Spearman

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

## Prueba de Hipótesis

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

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

## Regla de Decisión

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

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

**Tabla30.** *Relación entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora*

<b>Género</b>	<b>Rho de Spearman</b>	<b>N.º elementos</b>
Masculino	0.41226	140
Femenino	0.62673	191

En la Tabla 30 se pudo observar la relación que existía entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora de los estudiantes, que se tomaron como objeto de estudio. De acuerdo con el coeficiente Rho de Spearman, se afirmó la hipótesis positiva, dado que el resultado del coeficiente superó el valor 0 y se demostró, de esta manera, que el manejo de las propias emociones era de gran importancia para tomar decisiones respecto al emprendimiento, debido a que este permite la comunicación, de manera correcta con el resto y, además, facilita la toma de acciones, que permiten resolver problemas y adaptarse a cambios de una manera mucho más rápida.

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

### **Objetivo Específico 3:**

El tercer objetivo específico de la investigación fue diseñar un perfil emprendedor de habilidades emocionales de los estudiantes universitarios de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja.

De acuerdo con este objetivo específico nombrado en el anterior párrafo, se planteó el **perfil para el fortalecimiento de la intención emprendedora y los niveles de inteligencia emocional en los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja**, que tuvo, como objetivo general, fortalecer la intención emprendedora y los niveles de inteligencia

emocional de los estudiantes universitarios de esta carrera de la Universidad Nacional de Loja. Además, con base en este, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Mejorar el desempeño del talento humano en un ecosistema de confianza (se sugiere que se utilice el centro INNOVA-T de la carrera), que permita el intercambio de ideas y conocimientos.
- Desarrollar la confianza en sí mismo, mediante estrategias que incrementen la inteligencia emocional con un enfoque empresarial.
- Crear una vinculación con empresarios de la localidad para el mejoramiento de las habilidades sociales y la contribución con las ideas de negocio.

### ***Estrategias y Actividades Propuestas***

#### ***Estrategia 1:*** programar talleres y charlas

##### *Denominación de la actividad: talleres de inteligencia emocional*

El objetivo era programar el desarrollo de talleres dentro y fuera de las horas clase, en los que se brindara información y se realizaran actividades que permitieran sensibilizar a los estudiantes sobre la importancia de tener una inteligencia emocional saludable, teniendo en cuenta el desarrollo de sus capacidades emprendedoras para, de esta manera, sostener sus ideas, superar las dificultades, los miedos y las desconfianzas y controlar las actitudes frente al fracaso, con la finalidad de lograr el éxito personal y concretar las ideas de negocio. Algunos ejemplos de talleres fueron los siguientes:

- Taller de autoconocimiento: ayuda a los participantes a reconocer y comprender mejor sus propias emociones.
- Taller de gestión de estrés: ayuda a los participantes a desarrollar estrategias para manejar mejor el estrés.
- Taller de resiliencia: enseña a los participantes a lidiar con los desafíos de la vida y a desarrollar una actitud positiva.
- Taller de comunicación asertiva: ayuda a los participantes a comunicarse de forma clara y respetuosa.
- Taller de habilidades sociales: ayuda a los participantes a desarrollar mejores habilidades para interactuar con los demás.
- Taller de solución de problemas: enseña a los participantes a identificar y abordar los problemas de manera eficaz.

- Taller de afrontamiento: ayuda a los participantes a afrontar los desafíos de la vida con una actitud positiva.
- Taller de empatía: enseña a los participantes a ponerse en el lugar de los demás y a comprender mejor sus emociones.
- Taller de habilidades de afrontamiento: ayuda a los participantes a desarrollar habilidades para lidiar con situaciones difíciles.

**Estrategia 2:** habilidades sociales y de vinculación

*Denominación de la actividad: vinculación con empresarios de la localidad*

En objetivo de esta estrategia era incentivar a los estudiantes a ser partícipes de actividades de vinculación como las siguientes:

1. Participación en ferias y exposiciones: esta estrategia es ideal para promover la presencia de una empresa en el mercado, con la posibilidad de establecer contactos directos con clientes potenciales.
2. Desarrollo de programas de patrocinio: esta estrategia puede ser una excelente manera de llegar al público objetivo, al establecer una alianza con una organización o un evento que tenga una afinidad con la imagen de la empresa.
3. Establecer alianzas estratégicas: implica la creación de alianzas con otras empresas para desarrollar proyectos comunes, lo que constituye una excelente manera de asegurar la presencia del negocio en el mercado.
4. Desarrollar relaciones con grupos de interés: esta estrategia implica la creación de una red de contactos con aquellos grupos que puedan tener un impacto directo en los intereses de la empresa, como, por ejemplo, comunidades locales, grupos de activistas, etc.
5. Campañas de *marketing*: esta estrategia es una forma de promocionar una empresa a través de la publicidad, la promoción de ventas y la comunicación con los clientes; se pueden desarrollar campañas a través de diversos medios, como la radio, la televisión, el internet, etc.

Al evaluar las limitaciones de la presente investigación se obtuvo que una de las estas se presentó en el momento de aplicar los instrumentos de recolección de manera física ya que no todos los estudiantes asisten con regularidad a todas las clases, por lo que se les tuvo que aplicar los cuestionarios de manera virtual.

Otra de las limitaciones se presentó en el procesamiento de los datos, ya que al pasar por el análisis de la información de manera manual algunos datos pudieron ser mal interpretaron. Esto ocasionó

que se realizara una reverificación de todos datos recolectados para corregir esta situación, por lo que retrasó la entrega de resultados.

Finalmente, en cuanto al análisis de los resultados, se obtuvo resultados confiables y verdaderos pese a las limitaciones suscitadas en el proceso investigativo.

### **Conclusiones**

Se observó que existía una fuerte correlación entre el nivel medio de inteligencia emocional y el alto nivel de intención emprendedora en los estudiantes universitarios de Administración de Empresas; esto se debe a que los estudiantes con un alto nivel de inteligencia emocional pueden tener una mayor capacidad para identificar oportunidades empresariales, gestionar sus emociones de forma adecuada, tomar decisiones inteligentes y trabajar de manera eficaz en equipo y estas habilidades son clave para el éxito de un emprendimiento. Por otro lado, los estudiantes con un bajo nivel de inteligencia emocional pueden tener dificultades para identificar oportunidades empresariales, gestionar sus emociones y tomar decisiones inteligentes y esto puede dificultar el éxito de un emprendimiento.

Las mujeres, en comparación con los hombres, incrementaron sus habilidades y capacidades emprendedoras a medida que aumentaban los niveles de educación y, por tanto, se volvían más emprendedoras que los hombres; por su parte, los varones mantienen estos niveles casi constantes; esto se explica, principalmente, porque las mujeres son seres más sociables, pese a esto, ambos sexos poseen niveles de intención emprendedora similares.

La inteligencia emocional influye de manera positiva en la intención de emprender de los estudiantes universitarios, es decir, los estudiantes con una mayor inteligencia emocional tienen una mayor probabilidad de presentar una intención de emprender. Esto se debe a que la inteligencia emocional les permite tener una mejor comprensión de sus habilidades y capacidades, así como de los riesgos asociados con el emprendimiento. Además, les permite abordar los problemas y los retos de una manera más inteligente, lo que los ayuda a tomar mejores decisiones. Esto, a su vez, les permite tener una mayor confianza en sí mismos y una mayor motivación para emprender. Por lo tanto, es seguro decir que la inteligencia emocional tiene un papel importante en la intención de emprender de los estudiantes universitarios.



La falta de programas de entrenamiento en habilidades emocionales y talleres para ayudar a los estudiantes a desarrollar habilidades emocionales, dificulta la inserción de profesionales que se adapten de manera rápida a ambientes laborales donde existe presión constante.

Se recomienda que exista un equilibrio entre los conocimientos teóricos que se ofrezcan en la carrera con la facilidad de poder practicarlos esto mediante una mayor vinculación con otras instituciones u ofertando posibilidad de realizar prácticas preprofesionales en ambientes empresarios de la localidad que permitan aprender de la experiencia de sus creadores y desarrollar habilidades de comunicación, creatividad, toma de decisiones bajo presión y la creación de alianzas estratégicas. Además, se debe incrementar la participación de los estudiantes en el centro de trabajo colaborativo INNOVA-T, mediante el desarrollo de talleres de inteligencia emocional con un enfoque empresarial.

Por otro lado, para incrementar el desarrollo de la inteligencia emocional se recomienda ofrecer cursos sobre habilidades emocionales como la comunicación efectiva, asertividad, la inteligencia emocional, la gestión del estrés, la resiliencia, la toma de decisiones, la solución de problemas, la autoconciencia, la empatía y la motivación. Estos cursos pueden ser ofrecidos como cursos de desarrollo personal o como cursos de educación general. Además, la universidad puede incluir programas de entrenamiento en el control de la ira, el manejo de conflictos, la autoestima, la confianza y la solución de problemas. La universidad también puede ofrecer servicios de consejería a los estudiantes para ayudarles a desarrollar habilidades emocionales. Estos servicios pueden incluir el asesoramiento individual, el asesoramiento de pareja y el asesoramiento grupal. También puede ofrecer programas especiales para estudiantes con necesidades especiales. Finalmente, la universidad puede ofrecer un programa de tutoría para ayudar a los estudiantes a desarrollar habilidades emocionales. Esto puede incluir ayuda para el autoaprendizaje, el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico y el apoyo para la toma de decisiones.

## Referencias

1. Colom, A. A.-P. (1998). *Ciencia y Política de la Inteligencia en la Sociedad Moderna*. Madrid: Biblioteca Nueva.
2. Piaget, J. (2019). *La psicología de la inteligencia*. Buenos Aires: S.XXI ARGENTINA.
3. Gardner, H. (2019). *Inteligencias múltiples*. Barcelona, España: Planeta, S. A.

4. Flores, M. (2005). Orígenes, evolución y modelos de inteligencia emocional. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales* , 9-24.
5. Cumpa, J. (2018). RELACIÓN ENTRE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL Y LA ACTITUD DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE ESTUDIOS GENERALES DE LA USMP, EN LA ASIGNATURA DE EMPRENDIMIENTO, 2018. UNIDAD ACADÉMICA .
6. Huamán, Y., & Torres, J. (2020). 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. Universidad.
7. Oviedo, H., & Adalberto Campo-Arias. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista colombiana de psiquiatría* , 572-580.
8. UNL. (s.f.). Descripción. From [https://unl.edu.ec/oferta\\_academica/facultad-juridica-social-y-administrativa/administracion-de-empresas-1](https://unl.edu.ec/oferta_academica/facultad-juridica-social-y-administrativa/administracion-de-empresas-1)
9. Robalino, A., Correa, D., & Vizquete, F. (2014). Iniciativas de emprendimiento de los egresados de la Carrera de Administración de Empresas, de la Universidad Politécnica Salesiana sede Quito, en cumplimiento de la misión de la Universidad. From Universidad Politécnica Salesiana: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6817>
10. Garambel, H. (2017). Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes de la facultad de ciencias contables y administrativas de la universidad nacional del altiplano. From Universidad Nacional del Altiplano: <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/3277754>
11. de Noble, A. F., Jung, D., & Ehrlich, B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4) , 63-77.
12. Moreno, M., & Giraldo, P. (2017). Factores institucionales que influyen en la intención emprendedora en el departamento del quindío (colombia) grupo de investigación en gerencia y emprendimiento (GIGA). From Universidad del Quindío: <https://bdigital.uniquindio.edu.co/bitstream/handle/001/6244/Trabajo%20de%20grado%20-%20MARIA%20ELVIRA%20Y%20PAOLA.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
13. Tarapuez, E. (2015). Factores que influyen en las intenciones de creación de empresas de los estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia). From

Universidad Nacional de Córdoba:  
<https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/2217/Tarapuez%20Chamorro%2C%20Edwin.%20Factores%20que%20influyen%20en%20las%20intenciones%20de%20creacion%20de%20empresas%20de%20los%20estudiantes%20universitarios%20del%20departamento%20del%20quindio%20%28Col>

14. Eraso, L. (2018). Evolución y desarrollo de la inteligencia. *Medicina*, 40(2) , 273-274.
15. Molero, C., Saiz, E., & Martinez, C. (1998). Revisión histórica del concepto de inteligencia: una aproximación a la inteligencia emocional. *Latinoamericana de Psicología*, 30(1) , 11-30. <https://www.redalyc.org/pdf/805/80530101.pdf>.
16. Papalia, D., Olds, S., & Feldman, R. D. (2009). *Psicología del desarrollo, De la infancia a la adolescencia*. Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. De C.V.
17. Fernández-Abascal, E. (2011). *Psicología de la emoción*. Centro de estudios Ramón Areces, S.A.
18. Real Academia Española [RAE]. (2022). *Emoción*, Diccionario de la lengua española, 23.<sup>a</sup> ed. From <https://dle.rae.es/emoci%C3%B3n>
19. Bericat, E. (2012). *Emociones*. Editorial Arrangement of Sociopedia.isa.
20. Longo, B. (2020). Qué es la emoción en psicología. From *Psicologia online*: [https://www.psicologia-online.com/que-es-la-emocion-en-psicologia-5186.html#anchor\\_0](https://www.psicologia-online.com/que-es-la-emocion-en-psicologia-5186.html#anchor_0)
21. Trujillo, M., & Rivas, L. (2005). Orígenes, evolución y modelos de inteligencia emocional. *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales* , 9-24.
22. Grewal, D., & Salovey, P. (2006). Inteligencia emocional. *Mente y cerebro* , 10-20. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1419071>.
23. Jiménez, A. (2018). Inteligencia emocional. *Curso de Actualización Pediatría* (pp. 457-469). Lúa Ediciones 3.0.
24. Chamorro, A., & Oberst, U. (2004). Modelos teóricos en inteligencia emocional y su medida. *Aloma: revista de psicología, ciències de l'educació i de l'esport Blanquerna*, (14) , 209-217. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=930638>.
25. Fernández, P., & Extremera, N. (2005). La Inteligencia Emocional y la educación de las emociones desde el Modelo de Mayer y Salovey. *Revista Interuniversitaria de*

- Formación del Profesorado, 19(3) , 63-93.  
<https://www.redalyc.org/pdf/274/27411927005.pdf>.
26. Ugarriza, N. (2001). La evaluación de la inteligencia emocional a través del inventario de BarOn (I-CE) en una muestra de Lima Metropolitana. *Persona*, (4) , 129-160.  
<https://www.redalyc.org/pdf/1471/147118178005.pdf>.
27. García-Fernández, M., & Giménez-Mas, S. (2010). La inteligencia emocional y sus principales modelos: propuesta de un modelo integrador. *Espiral*, 3(6) , 43-52.  
<http://www.cepcuevasolula.es/espiral>.
28. Sarli, R. R., Gonzalez, S. I., & Ayres, N. (2015). Una herramienta necesaria. *Revista de la Facultad de Odontología* , 17-20.  
<https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/645266>.
29. Azqueta, A. (2017). El concepto de emprendedor: origen, evolución e introducción. From Simposio Internacional El Desafío de Emprender en la Escuela del Siglo XXI (2017):  
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/74177/EI%20concepto%20de%20emprendedor%20origen%20evoluci%C3%B3n%20e%20introducci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
30. Coromines, J. (1981). Breve diccionario etimológico de la lengua castellana. Gredos.
31. Alcaraz, R. (2011). El emprendedor de éxito. McGraw Hill.
32. Amaru, A. (2008). Administración para emprendedores. Pearson .
33. Ilab. (2018). Emprendimiento. From <https://ilab.net/habilidades-de-un-emprendedor/>
34. Diaz, C. J. (2003). La creación de empresas en Extremadura. Universidad de Extremadura.
35. Jaén, I. (2010). Una revisión teórica de los valores en el estudio de la intención. Universidad de Sevilla.
36. Chávez, E., & Suárez, J. (2017). Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, filiales Lima, Juliaca y Tarapoto, 2016-II. From Universidad Peruana Unión:  
[https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/409/Erlita\\_Tesis\\_bachiller\\_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/409/Erlita_Tesis_bachiller_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

37. Salovey, P., Mayer, J. D., Goldman, S. L., Turvey, C., & Palfai, T. P. (1995). Emotional attention, clarity, and repair: Exploring emotional intelligence using the Trait Meta-Mood Scale. In J. Pennebaker, *Emotion, Disclosure, & Health* (pp. 125-151). American Psychological Association.
38. Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure. *Entrepreneurship: Theory & Practice* , 593-617.
39. Díaz-Sarmiento, C., López-Lambraño, M., & Roncallo-Lafont, L. (2017). Entendiendo las generaciones: una revisión del concepto, clasificación y características distintivas de los baby boomers, X y millennials. *Clío América*, 11(22) , 188-204. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6509216>.
40. Ruiz, R. A., de León, A. P., & Eguizabal, J. A. (2018). Actitud de los padres hacia la posibilidad de emprendimiento de sus hijos. *Revista de Educación*, (22) , 97-110. <https://doi.org/10.18172/con.3390>.
41. Arrieta, E. (2018). El hombre es un ser social por naturaleza. From *Cultura genial*: <https://www.culturagenial.com/es/el-hombre-es-un-ser-social-por-naturaleza/>
42. Guzmán, C. (2020). ¿Por qué es importante que los emprendedores tengan inteligencia emocional? From PQS: <https://pqs.pe/emprendimiento/por-que-es-importante-que-los-emprendedores-tengan-inteligencia-emocional/#:~:text=Los%20emprendedores%20con%20inteligencia%20emocional,de%20acuerdo%20a%20lo%20planeado>.
43. Elías, T. (2015). El soporte de las empresas pequeñas y medianas que nacen para efectos de sostener el hogar, está en los padres e hijos, afirma economista. From *Universidad de Piura*: <https://www.udep.edu.pe/hoy/2015/05/el-apoyo-de-la-familia-es-importante-para-el-exito-de-los-emprendedores/#:~:text=%E2%80%9CSi%20el%20emprendedor%20no%20recibe,emprendedores%E2%80%9D%2C%20remarc%C3%B3%20Silup%C3%BA%20Garc%C3%A9s>.
44. Celis, S. (2022). El Poder De La Autorrealización Personal. From *Exito personal*: <https://www.exitopersonal.com/el-poder-de-la-autorrealizacion-personal/>
45. UPLA. (2021). ¿Qué es la creatividad e innovación? Consejos para impulsarlos. From *Universidad Peruana de las Andes*: <https://upla.edu.pe/que-es-la-creatividad-e->



- innovacion-consejos-para-impulsarlos/#:~:text=Empecemos%20diciendo%20que%20la%20creatividad,innovaci%C3%B3n%20est%C3%A1%20en%20el%20enfoque.
46. López, M., Acosta, I., García, L., & Fumero, A. (2007). La inteligencia emocional y su importancia como competencia psicológica en la policía local. From Infocop: [https://www.infocop.es/view\\_article.asp?id=1357#:~:text=La%20atenci%C3%B3n%20emocional%20se%20refiere,y%20saber%20lo%20que%20significan](https://www.infocop.es/view_article.asp?id=1357#:~:text=La%20atenci%C3%B3n%20emocional%20se%20refiere,y%20saber%20lo%20que%20significan).
  47. Manosalvas, L. (2017). Relación de la inteligencia emocional con la intención de emprendimiento y la autoeficacia emprendedora. From <https://core.ac.uk/reader/196535690>
  48. UNL, P. (2019-2023). PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO INSTITUCIONAL 2019-2023. Loja.
  49. Eraso, L. H. (28 de Junio de 2018). EVOLUCIÓN Y DESARROLLO DE LA INTELIGENCIA. Medicina , 273-274.
  50. Molero, C., Saiz, e., & Martinez, C. (03 de Mayo de 1998). Revisión histórica del concepto de inteligencia: una aproximación a la inteligencia emocional. Latinoamericana de Psicología , 11-30.
  51. Chávez Paz, E. Y. (2017). Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, filiales Lima, Juliaca y Tarapoto, 2016-II.
  52. Ponce, D. L. (2018). Las competencias emocionales y la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. El efecto del ecosistema emprendedor del Tecnológico de Monterrey.
  53. Díaz, R. (2019). Inteligencia emocional, actitud e intencion emprendedora universitaria: El caso UACJ. Instituto de Ciencias Sociales y Administración.
  54. Vaca, L. M. (2017). Relación de la inteligencia emocional con la intención de emprendimiento y la autoeficacia emprendedora. 02.
  55. Quispe, Y. H., & Requejo, J. T. (12 de 2020). 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.



56. Coronas, T. T., & Blasco, M. V. (2019). La importancia del control conductual percibido como elemento determinante de la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios. *Revista Universidad y Empresa* , 108 - 135.

© 2023 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).