



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**DIRECCIÓN DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**MODALIDAD: INFORME DE INVESTIGACIÓN**

**Título:**

---

**Inteligencia Emocional e Intención de Emprendimiento en  
Estudiantes de Instituciones Públicas de Educación Superior  
Tecnológicas Ecuatorianas**

---

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Magíster en  
Administración de Empresas

**Autora:**

Vizcaíno Cárdenas Karla Stephanie, Ing.

**Tutora:**

Vizcaíno Cárdenas Gloria Susana, Ph.D.

**LATACUNGA –ECUADOR**  
**2022**

## APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación **“Inteligencia Emocional e Intención de Emprendimiento en Estudiantes de Instituciones Públicas de Educación Superior Tecnológicas Ecuatorianas”** presentado por Vizcaíno Cárdenas Karla Stephanie, para optar por el título magíster en Administración de Empresas.

### CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y se considera que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación para la valoración por parte del Tribunal de Lectores que se designe y su exposición y defensa pública.

Latacunga, mayo, 19, 2022



.....  
Ph.D. Gloria Susana Vizcaíno Cárdenas  
C.C.0501876650

## APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación: **“Inteligencia Emocional e Intención de Emprendimiento en Estudiantes de Instituciones Públicas de Educación Superior Tecnológicas Ecuatorianas”**, ha sido revisado, aprobado y autorizado su impresión y empastado, previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas; el presente trabajo reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la exposición y defensa.

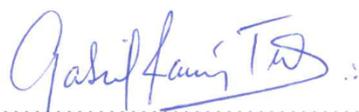
Latacunga, mayo, 19, 2022



.....  
Ph.D. Guido Patricio Santamaría Quishpe  
C.C. 0501848220  
Presidente del tribunal



.....  
Ph.D. Juan José Vizcaíno Figueroa  
C.C. 1712638079  
Lector 2



.....  
Ph.D. Gabriel Ramírez Torres  
C.C. 1758609000  
Lector 3

## DEDICATORIA

La fuerza y el crecimiento vienen sólo a través del esfuerzo y la lucha continua.

Quiero dedicar este trabajo de investigación a Dios quien ha guiado mis pasos durante toda mi vida, a mis padres por su sacrificio constante y permanente acompañamiento durante mis años de estudio, a mi hermana y mis sobrinas por motivar mi crecimiento personal y profesional y haber sido mi apoyo en momentos de debilidad, a mis abuelitos que desde el cielo bendicen cada uno de mis pasos y a Alexis Guerra por su amor incondicional y ser luz en mi vida.

Karla

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Doctora Gloria Vizcaíno por ser mi guía y apoyo durante todo el desarrollo de este trabajo investigativo.

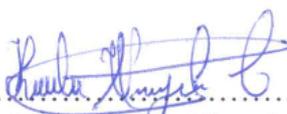
A la Universidad por contribuir a mi formación profesional.

Karla Stephanie Vizcaíno Cárdenas

## RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de titulación.

Latacunga, mayo, 19, 2022

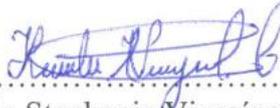


.....  
Ing. Karla Stephane Vizcaino Cárdenas  
CC: 1751089499

## RENUNCIA DE DERECHOS

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Latacunga, mayo, 19, 2022



.....  
Ing. Karla Stephanie Vizcaino Cárdenas  
CC: 1751089499

## AVAL DEL VEEDOR

Quien suscribe, declara que el presente Trabajo de Titulación: “**Inteligencia Emocional e Intención de Emprendimiento en Estudiantes de Instituciones Públicas de Educación Superior Tecnológicas Ecuatorianas**”, contiene las correcciones a las observaciones realizadas por los lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, mayo, 19, 2022



.....  
Ph.D. Guido Patricio Santamaría Quishpe  
C.C. 0501848220

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI  
DIRECCIÓN DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Título: INTELIGENCIA EMOCIONAL E INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES DE INSTITUCIONES PÚBLICAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICAS ECUATORIANAS**

**Autora:** Vizcaíno Cárdenas Karla Stephanie  
**Tutora:** Gloria Susana Vizcaíno Cárdenas, Ph.D.

**RESUMEN**

En los últimos años se ha desarrollado un importante cuerpo teórico entorno al estudio del emprendimiento. Sin embargo, pocos estudios han centrado a la relación del emprendimiento con aspectos cognitivos y psicológicos. Específicamente, en estudiantes, quienes una vez que egresan y obtienen su título universitario/tercer grado, deben tomar la decisión que involucre la búsqueda de trabajo en relación de dependencia o la elección de crear un emprendimiento. En ese sentido, este estudio, analizó la relación existente entre la Inteligencia Emocional y la Intención de Emprendimiento en estudiantes del Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio Yavirac. Esta investigación fue desarrollada bajo un Enfoque Cuantitativo, de alcance correlacional y siguiendo un diseño de investigación No Experimental y de tipo transversal. Consistente con el enfoque cuantitativo de investigación, se aplicó el Test de Inteligencia Emocional, elaborado por Schutte, para evaluar la variable Inteligencia Emocional y el Cuestionario de Liñán y Chen para evaluar la variable Intención de Emprendimiento. La Técnica estadística multivariante “Análisis de Componentes Principales” fue seleccionada para el análisis de datos. Esto permitió, la creación de nuevos factores o dimensiones, que permitieron establecer la relación de la Inteligencia Emocional con Intención de Emprendimiento.

**PALABRAS CLAVE:** Emprendimiento, cognitivos, multivariante, inferencial.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI  
DIRECCIÓN DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Title: EMOTIONAL INTELLIGENCE AND ENTREPRENEURSHIP INTENTION IN STUDENTS OF ECUADORIAN PUBLIC INSTITUTIONS OF TECHNOLOGICAL HIGHER EDUCATION**

**Autora:** Vizcaíno Cárdenas Karla Stephanie

**Tutora:** Gloria Susana Vizcaíno Cárdenas, Ph.D.

**ABSTRACT**

Currently, an important body of theory has been develop around the study of entrepreneurship. However, few studies have focused on the relationship between entrepreneurship and cognitive and psychological aspects. Specifically, in students, who once they graduate and obtain their university/third degree, must make a decision involving the search for a job as an employee or the choice of creating an entrepreneurial venture. In this sense, this study analyzed the relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Intention in students of the Institute Yavirac. This research was develop under a Quantitative Approach, of correlational scope and following a Non-Experimental and cross-sectional research design. Consistent with the quantitative research approach, the Emotional Intelligence Test, elaborated by Schutte, was applied to evaluate the Emotional Intelligence variable and the Liñán and Chen Questionnaire to evaluate the Entrepreneurial Intention variable. The multivariate statistical technique "Principal Component Analysis" was select for data analysis. This allowed the creation of new factors or dimensions, which made it possible to establish the relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Intention.

**PALABRAS CLAVE:** Entrepreneurship, cognitive, multivariate, inferential

CORELLA ARROBA PATRICIO RENÁN con C.I. número: 1712894235 con número de registro de la SENESCYT 1005-2016- 1739891; CERTIFICO haber revisado y aprobado la traducción al idioma inglés del resumen del trabajo de investigación con el título Inteligencia Emocional e Intención de Emprendimiento en Estudiantes de Instituciones Públicas de Educación Superior Tecnológicas Ecuatorianas de: Karla Stephanie Vizcaíno Cárdenas, aspirante a Magíster en Administración de Empresas.



Corella Arroba Patricio Renán  
C.I. 1712894235

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	9
1.1 Antecedentes .....	9
<b>1.2 Fundamentación epistemológica:</b> .....	11
1.2.1 Teorías integradas al emprendimiento desde el área de la psicología social ...	12
1.2.2 Teoría de la Acción Razonada .....	12
1.2.3 Teoría del comportamiento planificado .....	12
1.2.4 Teoría de Inteligencias Múltiples de Gardner .....	13
<b>1.3 Fundamentación del estado del arte</b> .....	15
1.4. Conclusiones Capítulo I.....	19
CAPÍTULO II. PROPUESTA .....	21
2.1 Título de la propuesta: .....	21
2.2 Objetivos .....	21
2.3 Justificación .....	21
2.4 Desarrollo de la propuesta.....	22
2.4.1 Elementos que la conforman .....	22
2.4.1.1 Análisis Situacional de la Empresa o Institución:.....	22
<b>2.4.1.2 Medición de las Variables</b> .....	23
2.4.1.2.1 Metodología .....	23
2.4.1.2.2 Análisis de Datos .....	29
2.4.1.3. Resultados:.....	30
2.4.1.3.1 Evaluación de Validez y Confiabilidad.....	30
2.4.1.3.2 Resultados del análisis factorial .....	34
2.4.1.3.3 Resultados de los datos demográficos.....	37
<b>2.4.1.4 Comprobación de hipótesis</b> .....	45
2.4.1.2.2. Explicación de Propuesta.....	49
2.5 Conclusiones Capítulo II.....	53
CAPÍTULO III. APLICACIÓN Y/O VALIDACION DE LA PROPUESTA .....	54
3.1. Evaluación de expertos .....	54
3.2. Evaluación de impactos o resultados .....	56
3.3. Conclusiones del III capitulo .....	57
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	58

Conclusiones .....	58
Recomendaciones .....	60
BIBLIOGRAFÍA .....	61
<b>ANEXOS</b> .....	66
Anexo 1. Formato de Encuesta .....	66
Anexo 2. Datos demográficos.....	67
ANEXO 3: VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA .....	69

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Sistemas de tareas en relación a los objetivos específicos. ....	4
<b>Tabla 2.</b> Test de Inteligencia Emocional.....	25
<b>Tabla 3.</b> Test de Intención de Emprendimiento .....	27
<b>Tabla 4.</b> Resultados del Coeficiente de Alpha de Cronbach .....	30
<b>Tabla 5.</b> Estadísticas de confiabilidad por cada dimensión de Intención de Emprendimiento e Inteligencia Emocional.....	31
<b>Tabla 6.</b> Prueba de medida de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) de muestreo de adecuación y Bartlett. ....	32
<b>Tabla 7.</b> Prueba de KMO y Bartlett para todos los ítems.....	34
<b>Tabla 8.</b> Varianza Total Explicada .....	35
<b>Tabla 9.</b> Datos Demográficos.....	37
<b>Tabla 10.</b> Matriz de Componentes Rotados .....	39
<b>Tabla 11.</b> Prueba de Normalidad.....	46
<b>Tabla 12.</b> Varianza Total Explicada.....	48
<b>Tabla 13.</b> Varianza Total Explicada.....	49
<b>Tabla 14.</b> Nuevos Factores de la relación de la Inteligencia Emocional e Intención de Emprendimiento en Estudiantes de Instituciones Públicas de Educación Superior Tecnológicas Ecuatorianas y sus ítems interrelacionados. ....	50
<b>Tabla 15.</b> Componente de evaluación de resultados. ....	55
<b>Tabla 16.</b> Resultados globales de la evaluación .....	56

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Marco conceptual de la investigación .....	15
<b>Figura 2.</b> Gráfico de sedimentación .....	36
<b>Figura 3.</b> Intención de Emprendimiento .....	41
<b>Figura 4.</b> Conocimientos Generales y Específicos.....	42
<b>Figura 5.</b> Percepción de Necesidades.....	42
<b>Figura 6.</b> Influencia Emocional.....	43
<b>Figura 7.</b> Propósitos Empresariales.....	43
<b>Figura 8.</b> Aceptación del Entorno .....	44
<b>Figura 9.</b> Control Emocional en el Desempeño Académico. ....	44
<b>Figura 10.</b> Empatía con Entorno. ....	45
<b>Figura 11.</b> Esfuerzo y Sensibilidad .....	45
<b>Figura 12.</b> Distribución de datos .....	47
<b>Figura 13.</b> Distribución de datos.....	47
<b>Figura 14.</b> Distribución de datos.....	52

## INTRODUCCIÓN

El presente estudio se enmarca dentro de la línea de investigación establecida en el documento oficial de creación del programa de Maestría en Administración de Empresas y el Instructivo de Trabajo de Titulación: Administración y Economía para el Desarrollo Social y sublínea: Recursos Humanos. Las líneas y sublíneas señaladas se articulan con las asignaturas de Comportamiento Organizacional y Gestión de Recursos Humanos. Asignaturas que fueron cursadas como parte de la malla curricular de la Maestría Administración de Empresas. La investigación sobre la Inteligencia Emocional y la Intención de Emprendimiento, se sitúa dentro del ámbito del pensamiento administrativo que ha sido y está siendo estudiado tanto en la literatura académica administrativa; así como también, en investigaciones publicadas en revistas de alto impacto que forman parte de bases de datos dentro del ámbito: Business, Management and Accounting de la plataforma SCImago Journal Rank (SJR), que visibiliza las revistas científicas de la base de datos de Scopus.

El emprendimiento ha sido considerado un elemento crítico en el crecimiento de países en desarrollo. En el caso de Ecuador, contribuye al fortalecimiento de las cadenas de valor; de ahí que es importante comprender las distintas dinámicas en las que se desarrollan, negocios; y su relación con las motivaciones y percepciones de los potenciales emprendedores representados con los estudiantes de las Instituciones Públicas de Educación Superior Técnicas y Tecnológicas. Más aún, según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Ecuador 2020, el país presenta una actividad emprendedora temprana (TEA) de 36,2%. Este porcentaje se traduce en que, en el año 2019, 3.2 millones de ecuatorianos, emprendieron un negocio. Estas cifras son similares con el TEA de Chile ya que obtuvo el 36,7%, siendo la tasa más alta de toda la región.

Por lo anteriormente expuesto, esta investigación se centró centrada en el análisis de la Intención de Emprendimiento en los estudiantes de Instituciones de Educación Superior Públicas Técnicas y Tecnológicas.

**Planteamiento del problema:** El emprendimiento empresarial, uno de los factores que tributan en el crecimiento económico (Zhao et al., 2010, 395). Dentro de este constructo de interés, se han desarrollado nuevas vías de investigación, que identifican a la intención de emprendimiento como uno de los factores de mayor relevancia en la intención de creación de empresas. Precisamente, diversos estudios previos, han planteado la necesidad de profundizar en la evaluación de la intención de emprendimiento en ámbitos universitarios (Fernández & Extremera, 2006, 9).

Según Zhao et al., (2010) menciona que, el espíritu emprendedor se construye desde la época universitaria; en donde, en el proceso de formación profesional, las intenciones emprendedoras se determinan a partir de otras variables psicológicas que pueden actuar y ser clave en el proceso emprendedor, sobre todo de un estudiante universitario. Es necesario reconocer la influencia de ciertos factores contextuales intervinientes en el desarrollo empresarial. De ahí que varias investigaciones muestran la existencia de líneas de investigación asociadas al emprendimiento. La primera, orientada hacia las cualidades de cada persona con espíritu emprendedor; es decir, cómo esta persona u organización puede sobrellevar un inconveniente o a su vez cómo estas características propias, reconocen las oportunidades, estrategias y procesos de organización y su intervención en la toma de decisión para empezar a emprender (Shane, 2003). La segunda línea, está orientada a la influencia de factores exógenos, como el medio ambiente, la economía global, la competencia, los clientes o incluso la política en la intención de emprendimiento. (McLaughlin, 2012).

Una manera de generar empleo para los recién graduados de Instituciones de Educación Superior Públicas, es la creación de emprendimientos; dado que, en estos espacios académicos, es posible iniciar una plataforma de desarrollo y despegue para aquellos que empiezan su vida profesional. Sin embargo, es esta etapa en la que muchos prefieren optar por la vía de trabajar en relación de dependencia y otros pocos son quienes toman la iniciativa de empezar su propia empresa con conocimientos frescos (Olmos & Castillo, 2008).

Los Institutos Superiores Tecnológicos Públicos, son centros de educación superior reconocidos por la Ley Orgánica de Educación Superior ecuatoriana, orientados al

desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con la aplicación de conocimientos teórico-prácticos y técnico-instrumentales, en el desarrollo de operaciones básicas, y en la ejecución de funciones vinculadas a contextos laborales referidos a oficios específicos de unidades de producción de bienes y servicios (LOES, 2018). Desde esa perspectiva, son estos centros de formación, espacios con grandes posibilidades en la generación de emprendimientos, dada su diversidad de contextos laborales en los que se desenvuelven.

En Ecuador, el Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio Yavirac, es un centro de formación cuyas carreras están orientadas en: Arte Culinario, Desarrollo de Software, Diseño de Modas, Guía Nacional de Turismo y Marketing. Su diversidad de oferta académica, genera un espacio propicio para que los estudiantes desde su formación académica puedan desarrollar emprendimientos que gesten fuentes propias de trabajo y que, sin lugar a dudas para cumplir con tal objetivo, demandan de ciertas competencias vinculadas a la inteligencia emocional.

La investigación se circunscribió a los Institutos Superiores Tecnológicos Públicos del Ecuador, organizaciones consideradas como Instituciones de Educación Superior, conforme a lo estipulado a la Ley Orgánica de Educación Superior, normativa que regula a este tipo de centros educativos, por lo que sus estructuras orgánicas, de gestión académica-administrativas son comunes a todos los Institutos. El estudio se focalizó en el Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio Yavirac, dado que sus carreras corresponden a sectores y actividades económicas con grandes potencialidades para el emprendimiento. Por otra parte, la autora de la investigación contaba con la autorización y facilidades respectivas para la ejecución de la investigación respectiva por parte de las autoridades. El Instituto Superior Tecnológico Cordillera y el Instituto Tecnológico Superior Sucre fueron invitados a participar de la presente investigación como Institutos de Educación Pública, sin embargo, no hubo respuesta alguna por parte de las autoridades.

Para el presente estudio se **formuló la siguiente pregunta científica a responder:** ¿Cuál es el grado de relación entre la Inteligencia Emocional se relaciona con la Intención de Emprendimiento en estudiantes de Institutos

Superiores Técnicos-Tecnológicos ecuatorianos? Para poder responder esta pregunta científica se plantean los siguientes objetivos.

El **Objetivo General** propuesto para esta investigación fue Analizar la relación existente entre la Inteligencia Emocional y la Intención de Emprendimiento en estudiantes del Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio Yavirac.

Para alcanzar el objetivo general se plantearon los **Objetivos Específicos** que serán claves para responder a nuestra problemática y son los siguientes:

- Fundamentar desde el plano teórico la relación existente entre la Inteligencia Emocional y la Intención de Emprendimiento.
- Establecer las características de la Inteligencia Emocional y la Intención de Emprendimiento en estudiantes de Instituciones de Educación Superior Tecnológicas Ecuatorianas.
- Proponer nuevas dimensiones que promuevan a la Intención de Emprendimiento y la Inteligencia Emocional en los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio Yavirac.

Cada objetivo propuesto consta de sus propias actividades, las mismas que se describen a continuación.

**Tabla 1**

*Sistemas de tareas en relación a los objetivos específicos.*

<b>Objetivo</b>	<b>Actividad (tareas)</b>
1. Objetivo Específico: Fundamentar desde el plano teórico la relación existente entre la Inteligencia Emocional y la Intención de Emprendimiento.	1. Revisión bibliográfica en bases de datos de alto impacto sobre las teorías que sustentan la inteligencia emocional y la intención de emprendimiento.  2. Determinación del marco conceptual que identifica la relación entre la inteligencia emocional y la intención de emprendimiento.

- |  |  |
|--|--|
| <p>2. Objetivo específico 2: Establecer las características de la Inteligencia Emocional y la Intención de Emprendimiento en estudiantes de Instituciones de Educación Superior Tecnológicas Ecuatorianas.</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seleccionar los Test estandarizados para medir la Inteligencia Emocional y la Intención de Emprendimiento.</li> <li>2. Elaborar los test estandarizados en plataforma en línea (Google Formas).</li> <li>3. Determinar la validez interna y confiabilidad del instrumento.</li> <li>4. Análisis de datos a partir de estadística descriptiva e inferencial mediante herramienta estadística Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).</li> <li>5. Prueba de hipótesis</li> </ol> |
| <p>3. Proponer nuevas dimensiones que promuevan a la Intención de Emprendimiento y la Inteligencia Emocional en los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio Yavirac.</p>        | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Justificar la definición de dimensiones.</li> <li>2. Establecer responsabilidades, recursos e indicadores para la implantación de las acciones.</li> </ol>   |

La realización de esta investigación se **Justifica**, debido a que este estudio ha ampliado la conceptualización de variables que pudieran relacionarse, y como ciertas condiciones psicológicas intervendrían en la toma de decisiones para emprender. De ahí que es importante analizar las intenciones de emprendimiento en los estudiantes de los Institutos Superiores Técnico y Tecnológicos ecuatorianos, en un contexto latinoamericano como lo es Ecuador, de tal manera que se promueva en los estudiantes, la intención y el espíritu emprendedor. McMullen & Shepherd (2006) mencionaron que todas aquellas personas u organizaciones que posean características emprendedoras, actuarán en respuesta a un juicio de decisión, independientemente si las condiciones externas sean favorables o desfavorables.

En ese contexto, este estudio cobra relevancia, dado que permitió analizar los efectos de la Inteligencia Emocional relacionada con la Intención de Emprendimiento y cómo estos, pueden ser factores claves en la toma de decisiones

al momento de emprender. Es evidente que la mayoría de los estudiantes de Institutos Superiores Técnicos y Tecnológicos, finalizan sus estudios con gran incertidumbre laboral, ya sea para trabajar en una empresa y tener dependencia laboral o a su vez crear una empresa partiendo de un emprendimiento; esta indecisión se ve reflejada en las estructuras socioeconómicas de cada país, siendo un problema en común (Olmos & Castillo, 2008, 70)

De ahí, la relevancia de la presente investigación, dado que es importante analizar el proceso emprendedor y las características intrínsecas psicológicas propias de cada persona, prestando mayor atención a las profundas intenciones que pueden llevar a realizarlas, ya sean éstas ciertas motivaciones, rasgos, valores, actitudes e incluso habilidades propias que estarían interviniendo en la toma de decisiones (Krueger et al., 2000, 60). Así mismo Liñán & Chen (2009) señalaron que, existen factores económicos, sociológicos, psicológicos y demográficos que pudieran estar correlacionados con las intenciones de emprender a través de elementos cognitivos propios.

Por lo que el presente estudio, comprendió factores emocionales propios del emprendedor, los mismo que fueron tomados como principios conceptuales, originando así la toma de decisiones del emprendimiento una vez que los estudiantes de Instituciones Superior Técnicas y Tecnológicas Públicas culminen sea cual sea su carrera (Ahmetoglu et al., 2011, 1030). En ese sentido, la comprensión del fenómeno emprendedor se orienta en el estudio y análisis de ciertos aspectos psicológicos que vienen dados mediante la Intención de Emprendimiento (Liñán & Chen, 2009, 598).

La investigación se desarrolló a partir de un **enfoque metodológico** cuantitativo, el cual prueba teorías a partir de la medición de variables y pruebas de hipótesis. En este estudio, los datos se sometieron a prueba las hipótesis que surgieron de las teorías Integradas al Emprendimiento desde el área de la psicología social, de la Acción Razonada, el Comportamiento Planificado y la Teoría de Inteligencias Múltiples de Gardner (Hernández, 2018). El estudio fue de **alcance** descriptivo y correlacional. Las variables sociodemográficas fueron analizadas desde un alcance descriptivo por cuanto se especificó sus propiedades y características en un contexto

determinado; además que se cuantificó y mostró con precisión sus dimensiones (Hernández, 2018). Adicionalmente, la investigación tuvo un **alcance** correlacional debido a que se conoció el grado de asociación existente entre las variables Intención de Emprendimiento e Inteligencia Emocional. Consistente, con el enfoque cuantitativo, se aplicó instrumentos de medición estandarizados, desarrollados por autores internacionales inmersos en áreas de Inteligencia Emocional y características emprendedoras, con lo que posibilitó obtener un análisis sobre ciertos factores conductuales y emocionales que intervienen en la Intención de Emprendimiento de estudiantes de Institutos Superiores Técnicos-Tecnológicos Públicos.

**Los instrumentos** estandarizados, validados en investigaciones previas internacionales, siguiendo una lógica deductiva y aplicando un paradigma pospositivista, estos fueron elaborados en Google formularios en la suite de Google y remitidos mediante Link a los sujetos de investigación. Estos instrumentos son los siguientes:

Test de Inteligencia Emocional, elaborado por Schutte et al. (1998), en el que se evalúa la capacidad de identificar, comprender y regular las emociones de un sujeto y cómo se relaciona con los demás, intentando cubrir las tres habilidades adaptativas del modelo inicial de Salovey y Mayer.

El cuestionario de Liñán y Chen (2009) analiza y mide la intención de emprendimiento.

La población de estudio son estudiantes de Institutos de Educación Superior Técnicos-Tecnológicos Públicos, tomando como muestra de este tipo de Instituciones al Instituto Superior de Turismo y Patrimonio Tecnológico Yavirac, ubicado en la ciudad de Quito, el mismo que oferta carreras técnicas y tecnológicas. Además, lleva a cabo proyectos importantes en el ámbito de la formación continua y emprendimientos articulados con instituciones del Estado ecuatoriano, encargados de la gestión y preservación del patrimonio cultural. El Instituto, oferta carreras como Desarrollo de Software, Diseño de Modas, Marketing, Guía Nacional de Turismo y Arte Culinario. Es así que el presente estudio se enfocó en estudiantes desde primero hasta los estudiantes de último semestre de quinto nivel del Instituto

Yavirac. La población de estudiantes corresponde a 1506. Sin embargo, dadas las condiciones presentes al momento de la aplicación del cuestionario (período vacacional estudiantil) fue aplicada a 227 sujetos de investigación, que corresponden a las carreras de: Desarrollo de Software, Marketing, Guía Nacional de Turismo, Arte Culinario y Diseño de Moda. La tasa de respuesta fue de cerca del 75%.

Una vez obtenidas las respuestas de los estudiantes a través de Google Forms, los datos fueron analizados mediante procedimientos estadísticos descriptivos y multivariantes, en el siguiente orden: a) las características demográficas consideradas más importantes de los estudiantes encuestados fueron evaluadas utilizando estadística descriptiva; b) se utilizó estadística multivariante a través del análisis factorial y el análisis de componentes principales y finalmente; c) se realizó la comprobación de hipótesis a través de la comprobación de supuesto de normalidad aplicando también coeficiente de Pearson y coeficiente de Spearman.

Para analizar la validez discriminante del modelo de investigación, se aplicó la metodología propuesta por Chion y Vincent (2016), las relaciones de dimensiones de cada variable fueron sometidas a una prueba estadística t-Student, en donde la hipótesis nula es igual a 1. Es importante mencionar que, si los valores de t de todas las correlaciones son mayores a los valores críticos, se rechaza la hipótesis nula, siendo las correlaciones estadísticamente diferentes a 1, lo que confirma la estructura del modelo de investigación.

# CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

## 1.1 Antecedentes

Gran parte de las investigaciones realizadas sobre los aspectos que intervienen en el emprendimiento, podrían estar involucradas variables cognitivas, además de evidenciar en estos estudios aspectos como la gestión, sociológicos y económicos que podrían estar involucrados en la decisión empresarial (Kolvereid & Isaksen, 2006, 875). A pesar de presentar información sobre estos aspectos que intervienen en una persona al momento de tomar la decisión de empezar a emprender y los factores involucrados hasta ahora, no se ha abordado a profundidad el estudio de otros aspectos como son los aspectos psicológicos que también se deberían tomar en consideración al momento de tomar una decisión empresarial, como son la Inteligencia Emocional y la relación que tiene esta con las Intenciones de Emprendimiento (Mortan et al., 2014, 100).

Debido a esta información, el estudio toma en consideración investigaciones previas que han abordado estos aspectos, como menciona el artículo publicado por Hisrich, R, Langan-Fox, J. & Grant, S. (2007) y en el que se reconoce dentro del espíritu empresarial algunos factores psicológicos que deberían tomarse en cuenta como: psicopatología de los emprendedores, cognición emprendedora, educación emprendedora, espíritu emprendedor internacional y características de personalidad de los emprendedores. Además, estos autores postulan que la actividad emprendedora trae consigo muchos más beneficios en diversos aspectos como el tener mayor flexibilidad económica, mayor competencia, promueve la innovación y es la principal fuente de empleo, que genera mayor crecimiento económico en la

sociedad actual. Finalmente, este artículo concluye que la psicología interviene en gran medida sobre la creación y éxito de nuevas empresas.

La investigación descrita en el párrafo precedente, contribuye al presente estudio, en el reconocimiento de ciertos factores psicológicos que intervienen en la intención de emprendimiento y como se puede aprender a manejarlos para obtener beneficios y fortalezas en el momento de emprender. Además, también contribuye en el entendimiento sobre la educación empresarial y el manejo de emociones en contextos de aprendizaje frente a emociones positivas y negativas, de cuya gestión podría depender la protección del capital que se invierte en los emprendimientos. La investigación en análisis, aborda las habilidades sociales necesarias para que un emprendedor pueda tener éxitos destacando la persuasión y percepción como elementos claves en la personalidad del emprendedor. Esto último, permitió concatenar con el cuestionario que se aplicará más adelante en la investigación en el que se abordan preguntas sobre relaciones sociales y cómo éstas intervienen en la forma de manejar situaciones dentro de un emprendimiento.

La investigación realizada por Graña (2002) “Factores asociados al éxito emprendedor en cinco ciudades argentinas”. En esta investigación evidenció factores actitudinales que hacen la diferencia entre, los emprendedores que no llegan a tener éxito con sus proyectos y los que desarrollan exitosamente sus ideas empresariales, tales como la propensión al riesgo, la autoconfianza, motivación, liderazgo y creatividad, estos son factores que son propios de las personas con actitud emprendedora. Además, la investigación en mención analizó los diversos recursos y su manejo dentro del proceso de gestación del emprendimiento. Por otra parte, se demostró, que los recursos humanos constituidos en equipos emprendedores, cumplen un papel significativo para ser considerado como una alternativa para financiar el emprendimiento. Adicionalmente, el estudio señaló que la experiencia empresarial en ambientes específicos en el que se desea emprender, son significativos para tener éxito al desarrollar un emprendimiento. Finalmente, a través de este estudio se pudo conocer que el género resulta una variable relevante en el tema de la autoconfianza, demostrando que aquellas mujeres que poseen una media o baja autoconfianza, presentan un desempeño inferior que los hombres.

Mediante este estudio, es posible comprender diversos factores tangibles e intangibles que necesita una persona para desarrollar su idea emprendedora y que finalmente son claves para el éxito o fracaso del mismo, es decir tener autoconfianza en su idea de negocio, estar motivado, ser creativo entre otros aspectos que son inherentes propios de una persona emprendedora.

Otro estudio tomando en consideración es “Discussing the Relationship between IE and Students Entrepreneurship” desarrollado por Kamalian (2011), concluyó que existe evidencia sobre la influencia que tiene la inteligencia emocional en las relaciones sociales y el bienestar físico y mental. Además, el estudio determinó, que este mismo factor tiene relación con actitudes e intenciones empresariales que los estudiantes que poseen un rango superior de inteligencia emocional presentan mayor proactividad en sus actividades, emociones positivas y, por tanto, muestran mayor capacidad de persistencia en sus proyectos. Un elemento final que planteó esta investigación, es el referido a la necesidad de proporcionar herramientas a los universitarios para motivar y mejorar las intenciones de emprendimiento, a través de incentivar la creatividad, proactividad y actitudes hacia el emprendimiento.

Esta investigación nos permite evaluar la inteligencia emocional sobre las personas que tienen una proyección a desarrollar emprendimientos, y cómo este factor actúa sobre el comportamiento personal, la manera de reconocerlo y finalmente poder tener la capacidad de asimilar estos sentimientos en momentos de debilidad para mantener o incrementar el nivel del comportamiento emprendedor (Kamalian & Fazel, 2011, 137).

## **1.2 Fundamentación epistemológica:**

Es importante conocer que el constructo “emprendimiento” es un término multidimensional, que se aplica para cualquier contexto en diversas organizaciones y se lo utiliza para descubrir, evaluar y explotar todas las oportunidades con el fin de generar nuevos productos, servicios y nuevas formas de organizar los mercados (Shane, 2003, 59).

Para la presente investigación, fueron abordadas teorías que han permitido la comprensión de una manera más amplia y concreta sobre los diferentes factores

psicológicos y comportamentales que pudieran estar influenciando sobre la Intención de Emprendimiento.

### **1.2.1 Teorías integradas al emprendimiento desde el área de la psicología social**

La psicología social se encarga de estudiar la influencia que puede llegar a tener una persona en otra, de acuerdo a sus propios pensamientos, criterios, sentimientos e incluso comportamientos. En consecuencia, de esto, se ha mencionado que la intención de emprendimiento corresponde a una variable dependiente, debido a que, en la etapa de culminación de los estudios de centros de educación superior, son los estudiantes quienes a través de la influencia de su círculo social deben determinar si buscan un empleo como dependientes o a su vez crean su propio empleo o emprendimiento (Boyd y Vozikis, 1994, 68).

### **1.2.2 Teoría de la Acción Razonada**

Es preciso mencionar que esta teoría se originó en 1967 por Fishbein, Middlestadt & Hitchcock, y se basa en identificar las relaciones entre actitudes, conducta, intención, presión social y convicción, es decir que a través del razonamiento se puede diferenciar entre lo que uno cree que debe hacer mediante actitudes y la percepción que se tiene de lo que los otros creen que uno mismo debe hacer denominado norma subjetiva. Esto indica que al concebir al ser humano como un animal racional que utiliza la información procesada de forma sistemática, muestra que el ser es capaz de tomar decisiones de manera racional.

### **1.2.3 Teoría del comportamiento planificado**

Así mismo en 1992 se origina un nuevo modelo, fundamentado en la teoría de Azjen, denominado teoría del comportamiento planificado, y en este se evidencian las características que tienen las personas a través de sus intenciones y estas son: las actitudes del sujeto hacia la conducta, las normas subjetivas y la percepción de la conducta del sujeto (Ajzen, 1991, 200).

Esta evidencia las diversas características que anteceden la intención de emprender, y dentro de este se presenta la eficacia percibida o autoeficacia emprendedora, que consiste en que el propio ser confía en sus habilidades innatas; mismas que

intervienen en un emprendedor para tomar acciones y tareas adecuadas para llevar de la mejor manera la creación de un emprendimiento y a su vez dirigirlo de forma asertiva (Ajzen, 1991, 190).

#### **1.2.4 Teoría de Inteligencias Múltiples de Gardner**

A partir de los lineamientos de esta teoría se precisan ciertos factores psicológicos que intervienen en el desarrollo de intención de emprendimiento, específicamente en estudiantes de educación superior, abarcando la inteligencia interpersonal e intrapersonal (Salovey & Mayer, 1990, 200).

Es importante mencionar que esta última concepción, fue originada a partir de los lineamientos de la Inteligencia Múltiple de Gardner. La Inteligencia Emocional es una forma de poder conocer y reconocer las emociones propias y de los demás para poder controlarlas e identificar qué tipo de emoción es, con el objetivo de utilizar esta información para manejar de forma adecuada las emociones a través del pensamiento y de acciones adecuadas (Sternberg et al., 2011, 26). En otras palabras, poder manejar la Inteligencia Emocional es lo que en gran medida determinará el desarrollo y creación de emprendedores eficientes y exitosos y con aquellos que tendrán mayor dificultad en desarrollarse. Finalmente, la Intención de emprendimiento se define como la intención de iniciar un negocio o a su vez el deseo de contar con un negocio propio (Krueger et al., 2000, 420), es decir es el primer paso para desarrollar la actividad emprendedora.

De acuerdo a varias investigaciones, se evidencia que los estudiantes Universitarios y de Institutos que han cursado carreras de formación empresarial poseen un mayor nivel de Inteligencia Emocional y actitud empresarial, debido a que; en el proceso de formación, estas carreras incentivan directamente al estudiante a crear mayor conciencia sobre el mundo empresarial y por tanto están relacionado directamente con la formación ejecutiva (Anderson & Jack, 2008, 263).

La Inteligencia Emocional, presenta cuatro dimensiones que se encuentran interrelacionadas como son: la comprensión y análisis de la información emocional, la percepción, valoración y expresión de las emociones, facilidad emocional del pensamiento y la regulación de las emociones (Salovey & Mayer, 1990). Las dimensiones mencionadas están organizadas de forma jerárquica, distribuidos en

niveles básicos hasta llegar al nivel más complejo, sin olvidar que cada una presenta características propias.

Es necesario mencionar que la Inteligencia Emocional desempeña un papel fundamental sobre aspectos de nuestra vida que no pudiéramos pensar que tienen relación, como en el bienestar mental y físico; así como también en la mejora de las relaciones sociales, permitiendo tener mejor desempeño laboral (Hermann et al., 2007, 238). Esto demuestra que la inteligencia emocional tiene estrecha relación con factores psicológicos.

Por otra parte, según datos demuestran que los estudiantes de pregrado, que presentan características más sociables, amigables y son más espontáneos, son aquellos que pueden generar con mayor facilidad oportunidades para desarrollar Intenciones Emprendedoras, debido a que poseen mayores niveles de Inteligencia Emocional y probablemente presentan autoeficacia emprendedora (Salvador, 2008, 70). Según un estudio publicado por Journal of European Industrial Training en (1994) muestra que, aquellas personas que tienen conocimientos sobre factores que intervienen en el emprendimiento; se debe a que observaron a un miembro de su círculo cercano como sus padres, siendo empresarios exitosos, o a su vez su experiencia laboral les permitió conocer aquellas características claves que determinan el éxito o fracaso de un emprendimiento, e incluso puede deberse a que son personas que tuvieron una educación adecuada, lo que resalta en el paradigma de que <<los empresarios a menudo se hacen, no nacen>>.

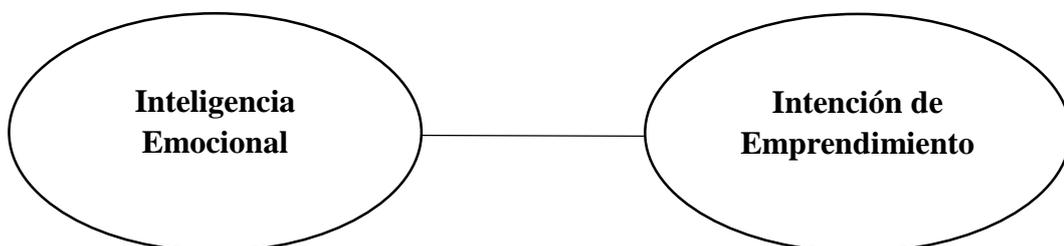
Varios autores mencionan, que el concepto de Intención Emprendedora no es el mismo en todos los contextos, debido a que, dependiendo de cada uno, el modelo de intención emprendedora será específico dependiendo de factores propios del ambiente que lo rodea (Liñán & Chen, 2009). Y para esto Shapero & Sokol, en 1982, evidencia un modelo denominado, evento empresarial de Shapero (SSE), y en el mismo existen tres elementos de los que depende la intención empresarial: la propensión a actuar, la percepción de la convivencia y la percepción de la viabilidad.

Finalmente, en la Figura 1. se evidencia el modelo conceptual de esta investigación, que presenta una correlación entre las dos dimensiones como son la Inteligencia

Emocional y la Intención de Emprendimiento. Es decir que tanto la una como la otra está íntimamente relacionada y depende de la otra. El análisis de las emociones en el proceso emprendedor se ha convertido en un tema relevante de estudio (Baron, 2008). Las investigaciones sobre la inteligencia emocional han evolucionado en importancia en el campo científico en los últimos años (Bar-On, 2006). Investigadores han trabajado en la búsqueda de la relación que puede existir entre la inteligencia emocional y diferentes variables psicológicas (Hermann et al., 2007). Se ha encontrado evidencia que señala a la inteligencia emocional como variable que influye en la mejora de las relaciones sociales, y en el bienestar mental y físico, además actúa con relación sobre la intención de emprendimiento en las personas que desean empezar con un proyecto (Kamalian & Fazel, 2011), prediciendo la satisfacción y el desempeño sobre todo tipo de proyectos (O'Boyle et al., 2011).

**Figura 1.**

*Marco conceptual de la investigación*



### **1.3 Fundamentación del estado del arte**

La actitud que refleja motivación y creación de oportunidades para generar un valor o éxito económico, se da a través de la educación empresarial, elemento clave para generar un espíritu empresarial en los jóvenes de Instituciones Superiores Técnicas-Tecnológicas Públicas (Carlsson et al., 2009, 1195). Por lo mencionado anteriormente, es importante conocer que varios estudios demuestran que los jóvenes son las personas que presentan mayor afinidad en crear su emprendimiento (Merino & Vargas, 2011, 40). Mayor Intención de Emprendimiento, también se presenta en personas que tienen un nivel académico más alto en relación a aquellos que no lo han podido obtener.

Así también, a través de datos reportados por Lasio et al. (2015) se conoce que la Intención de Emprendimiento va decreciendo conforme avanza los niveles de educación. Por otra parte, el estudio menciona que hay variabilidad sobre la intención entre edad y sexos, ya que en las mujeres jóvenes hay mayor grado de intención emprendedora que en los hombres, hasta que llegan a una edad adulta y sus niveles de intención decrecen.

Cabe señalar, que los estudiantes de pregrado que presentan características más sociables, amigables y son más espontáneos, son aquellos que pueden generar con mayor facilidad oportunidades para desarrollar actividades emprendedoras, debido a que tienen un grado alto de Inteligencia Emocional y probablemente presentan autoeficacia emprendedora (Salvador, 2008, 70). Según un estudio publicado por Journal of European Industrial Training en (1994) muestra que, aquellas personas que aprendieron sobre el emprendimiento, es porque vieron a un miembro de su círculo cercano como sus padres siendo empresarios exitosos, lo que resulta posible que exista un componente genético de Inteligencia Emocional, o a su vez su experiencia laboral les permitió conocer aquellas características claves que determinan el éxito fracaso de un emprendimiento, o por otra parte, son personas que tuvieron una educación adecuada, lo que resalta en el paradigma de que <<los empresarios a menudo se hacen, no nacen>> (D'Alessio, 2006).

En los últimos años han existido mayores investigaciones sobre la actividad emprendedora y cómo ha sido ésta quien impulsa el desarrollo de un país. Varios autores dan a conocer, que esta actividad brinda beneficios a la sociedad, incentivando la creación de empleo, la formación de nuevas industrias, innovación, productividad y finalmente el crecimiento económico de un país (Bahadori, 2012, 83). Sin embargo, esto no es igual en todos los países, sobre todo en aquellos que se encuentran en vías de desarrollo (Wennekers & Thurik, 2005, 45)

Por otra parte, los esfuerzos para incentivar en las personas, generar un vínculo con la creación de empresas es todavía un desafío para los líderes políticos e investigadores, ya que los autores difieren entre ellos acerca de las formas de interpretar el espíritu empresarial. Es por esta razón que autores como Hytti y O'Gorman (2004) expresa que existen diversas formas de proporcionar educación

empresarial, ya sea a través de canales públicos como conferencias o medios de comunicación, talleres experimentales, formación industrial, incubadoras empresariales, Colegios, Institutos y Universidades; todo esto va a depender del objetivo del tipo de educación.

Citando a Palma, en su estudio de “Factores que inciden en la Intencionalidad de Emprender de los estudiantes universitarios en Panamá”, considera que existen factores que intervienen en el momento de decidir en empezar con el desarrollo de un emprendimiento, tales como: la automotivación, la creatividad, la edad, la propensión al riesgo, el liderazgo, la experiencia laboral, además de los modelos de referencia como los familiares y amigos que tiene una persona con carácter emprendedor.

Según Gibson y Harris (2008) señalan que la educación empresarial es una plataforma para impulsar el nivel de actitud empresarial e Inteligencia Emocional, permitiendo que los estudiantes tengan una mayor conciencia hacia los negocios y por tanto que empiecen a desarrollar sus Intenciones de Emprendimiento; así como también incentivar a la gente a enfrentarse y resolver circunstancias desafiantes en el proceso que conlleva el desarrollo de un proyecto empresarial. Es importante conocer que varios autores consideran la Intención de Emprendimiento como el momento crucial para tomar o no decisiones y acciones reales para empezar un emprendimiento (Krueger et al., 2000).

De acuerdo con Dehkordi, et al. (2012), considera que las diversas competencias emocionales deberían ser clasificadas de acuerdo de cada una de estas para la intención de emprendimiento. Los autores evidencian que tanto la conciencia social y la autogestión son las competencias más significativas, mientras que la dirección de las relaciones y el autoconocimiento estarían ubicadas en un plano de menor grado de importancia. Por otra parte, en el estudio realizado por Karimi (2012), sugiere que competencias emocionales como la autoconfianza, las relaciones interpersonales y la empatía, son claves para marcar la diferencia entre emprendedores que tienen menor o mayor éxito.

Es preciso mencionar que, hay estudios que sugieren la existencia de una relación bidireccional entre la Intención de Emprendimiento y la personalidad, interviniendo

sobre la actividad emprendedora del individuo (Zakarevičius & Zuperka, 2012). Sin embargo, no existe evidencia relevante para poder afirmar que, pudiese existir una relación indirecta impactando en el emprendimiento, en el momento de desarrollar ciertos rasgos de personalidad. Estas teorías nos permiten evidenciar que aún se necesita de más estudios que profundicen la Intención de Emprendimiento, su acción y la dinámica que tiene un individuo en abordar un emprendimiento (Palomeque et al., 2020).

Es importante mencionar que, la persona que impulsó el concepto de Inteligencia Emocional fue Daniel Goleman en 1995, convirtiéndolo en un tema para abordar desde las aulas estudios superiores hasta las sesiones de las empresas. Sus investigaciones aportaron en gran medida a conocer que la Inteligencia Emocional mucho más que la capacidad intelectual y la técnica, contribuye a tener éxito en cualquier cosa que desarrolle un individuo, más aún en la toma de decisiones previas a emprender, a diferencia de lo que podría ocurrir si tan solo se presta mayor atención a las dos últimas. Esta información se puede corroborar hasta la actualidad, debido a que, a partir de varias entrevistas a empresarios exitosos, se tuvo un indicio de abordar la Inteligencia Emocional, como factor determinante en el éxito de un emprendimiento o a su vez de su empresa, ya que se evidencia que la formación académica no es lo único o más importante, sino más bien rasgos personales como la originalidad, la empatía, el optimismo, la resiliencia y una alta autoestima que son propias de la Inteligencia Emocional (Hernández et al., 2017, 41)

De acuerdo con Foo (2011), la nueva corriente de estudios en emprendimiento se realiza sobre las emociones que intervienen en el emprendedor. Cuando una persona tiene actitudes positivas pueden favorecer al momento de tomar decisiones, ya que puede enfrentarse de mejor manera a situaciones de estrés, además de resolver problemas actuales mediante la experiencia, se puede mejorar la creatividad, reconociendo oportunidades que se presenten en el campo del emprendimiento.

Abordando el análisis de las emociones en el proceso de emprender, se han desarrollado varias investigaciones en los últimos años sobre la Inteligencia

Emocional y han explorado su relación con diferentes variables psicológicas (Hermann et al., 2007, 226).

De la misma manera, existen estudios que demuestran que aquellas personas que son más exitosas y mantienen una actitud positiva poseen alta Inteligencia Emocional (Mortan et al., 2014, 97). Esto quiere decir, que no por ser una persona con un coeficiente intelectual (IQ) alto, tendrá mayor Inteligencia Emocional (Goleman, 1998). Estas teorías reconocen características o habilidades de las personas que demuestran ser emocionalmente más adaptables a la vida y en el trabajo, a través de la interacción de la emoción y la inteligencia cognitiva, originando sentimientos de mayor eficacia sobre la Intención de Emprendimiento. (McLaughlin, 2012)

Hassan & Omar (2016), mencionan que, existe relación significativa entre la Inteligencia Emocional y la Intención de Emprendimiento. Es importante conocer que los tutores, o personas que imparten sus conocimientos en programas educacionales y especiales en Institutos y Universidades, sean quienes guíen a sus alumnos en el entrenamiento en habilidades emocionales para poder llegar a tener éxito en el desarrollo de un emprendimiento, ya que sus conocimientos teóricos se deben pasar a aplicaciones prácticas para de esta forma, crear destrezas y habilidades que preparen a los estudiantes para afianzar sus intenciones de emprendimiento y llevar al éxito al mismo. Es por esta razón que las investigaciones mencionan que, la Inteligencia Emocional mantiene una relación lineal con la Intención de Emprendimiento, además, tiene cierta influencia por el género, sin embargo, lo estudios muestran que en las Instituciones Superiores de Educación esta intención no afecta de forma directa a la intención emprendedora de los estudiantes (Gelard & Emamisaleh, 2014, 2628).

#### **1.4. Conclusiones Capítulo I**

Los datos del GEM 2015, muestran que, en países de América Latina como Ecuador, existe alta actividad emprendedora temprana, no obstante, a medida que aumenta el nivel de educación y la edad, la intencionalidad de emprendimiento disminuye.

Debido a los estudios realizados con anterioridad, existe evidencia que el fenómeno del emprendedor describe la ejecución y su creación, sin embargo, hay muy pocos estudios sobre los factores previos a la ejecución de un emprendimiento. No obstante, la información que existe sobre esto último, muestra que la inteligencia emocional es un actor que interviene en las habilidades de emprendimiento y la adaptabilidad social, finalmente se menciona que, el poder controlar y trabajar sobre esta, mejorará las habilidades emprendedoras (Hodzic et al., 2015, 30).

Existe información limitada sobre la relación entre la intención de emprendimiento y la inteligencia emocional. Sin embargo, se ha recopilado información a nivel general, sobre el análisis inicial de desarrollar un emprendimiento y la influencia sobre los aspectos conductuales y socioeconómicos en las personas, organizaciones y en los países. Cabe recalcar que la información que existe sobre esta relación demuestra que la inteligencia emocional es una característica psicológica determinante en las personas, mismas que tienen la capacidad de controlar sus emociones e incentivar su espíritu emprendedor.

Finalmente, existen factores como las relaciones familiares, amistades y la educación que pueden ser herramientas claves sobre la influencia en el proceso de emprendimiento.

## **CAPÍTULO II. PROPUESTA**

### **2.1 Título de la propuesta:**

Inteligencia Emocional e Intención de Emprendimiento en Estudiantes de Instituciones Públicas de Educación Superior Tecnológicas Ecuatorianas

### **2.2 Objetivos**

#### **Objetivo General:**

Analizar la relación existente entre la inteligencia emocional y la intención de emprendimiento en estudiantes del Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio Yavirac.

#### **Objetivos Específicos:**

- Fundamentar desde el plano teórico la relación existente entre la Inteligencia Emocional y la Intención de Emprendimiento.
- Establecer las características de la Inteligencia Emocional y la Intención de Emprendimiento en estudiantes de Instituciones de Educación Superior Tecnológicas Ecuatorianas.
- Proponer nuevas dimensiones que promuevan a la Intención de Emprendimiento y la Inteligencia Emocional en los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio Yavirac.

### **2.3 Justificación**

Se identificó la influencia de la Inteligencia Emocional de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio Yavirac en sus distintas carreras, sobre la Intención de Emprendimiento, a través, de un análisis detallado de los resultados obtenidos, de la aplicación de los dos cuestionarios en sus distintas dimensiones, como lo citan las investigaciones de (Hermann, Manfred & Christian,

2007). Puesto que se ha determinado que existe relación entre la Inteligencia Emocional y la Intención de Emprendimiento por dos procesos fundamentales:

1. La Inteligencia Emocional es un indicador de la eficacia emocional, debido a que, las personas que reflejan un comportamiento adecuado y pertinente frente a situaciones de conflicto, poseen niveles altos de Inteligencia Emocional, lo que permite a los individuos poder reconocer y controlar sentimientos que puedan causar decepción frente algún problema en el proceso emprendedor (Kamalian & Fazel, 2011).
2. Al presentar mayor Inteligencia Emocional existen mayores niveles de proactividad y creatividad para afrontar momentos desfavorables, generando habilidades en el comportamiento emprendedor, es decir existe mayor probabilidad de ser emprendedor porque el individuo presenta mayor Inteligencia Emocional. (Zampetakis, Kafetsios, Bouranta, Dewett, & Moustakis, 2009).

La importancia de esta propuesta radicó en dar solución a los problemas que enfrenta un emprendedor en la etapa inicial del desarrollo de su negocio, conoedores de que, manejar adecuadamente la Inteligencia Emocional trae consigo beneficios como: solventar de manera oportuna situaciones que puedan poner en riesgo el desarrollo exitoso del emprendimiento, fortalecer habilidades que permitan tener la capacidad de competir con empresas del mismo sector, liderar equipos de trabajo de alto rendimiento que propendan la consecución de los objetivos de la empresa.

## **2.4 Desarrollo de la propuesta**

### **2.4.1 Elementos que la conforman**

#### **2.4.1.1 Análisis Situacional de la Empresa o Institución:**

Los Institutos Superiores Técnicos y Tecnológicos, son descritos como organizaciones públicas, dependientes administrativa y financieramente de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación; especializada

en proporcionar educación técnica y tecnológica, con una amplia oferta académica y con el objetivo de involucrar de manera directa a los estudiantes y graduados al mundo laboral; porque han desarrollado competencias técnicas de acuerdo a la necesidades propias del sistema. Ecuador ha invertido, alrededor de 308 millones de dólares en la reconversión de 40 Institutos Técnicos y Tecnológicos, de mejora y adaptación de infraestructuras e incorporación de personal para los mismos. Dentro

De la ciudad de Quito se han constituido 3 Institutos Superiores Tecnológicos sectoriales: Sucre, Central Técnico y Yavirac. Para el desarrollo de la presente investigación, se ha tomado como centro de análisis al Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio Yavirac, el mismo que está ubicado en las calles García Moreno y Ambato. La institución cuenta con 1506 estudiantes, 90 docentes 1 empleado administrativo y 2 autoridades y conformado por la siguiente oferta académica:

- Tecnología Superior en Desarrollo de Software
- Tecnología Superior en Guianza Turística
- Tecnología Superior en Diseño de Modas
- Tecnología en Marketing
- Tecnología Superior en Arte Culinario

#### **2.4.1.2 Medición de las Variables**

##### **2.4.1.2.1 Metodología**

- Población y muestra

Para este estudio fueron considerados como informantes claves a los estudiantes del Instituto Superior de Turismo y Patrimonio Tecnológico Yavirac. La población total corresponde a 1506 estudiantes, sin embargo, considerando las circunstancias actuales de modalidad de estudio de la Institución educativa se trabajó de manera específica con las siguientes carreras teniendo una población definitiva de 227

estudiantes: Desarrollo de Software, Marketing, Guía Nacional de Turismo, Arte Culinario y Diseño de Modas, sin embargo, se alcanzó una tasa de respuesta cerca del 75%.

- Instrumentos aplicados

Para el presente estudio se aplicaron dos instrumentos, utilizados en el levantamiento de la información correspondiente a Inteligencia Emocional e Intención de Emprendimiento, mismos que se detallan a continuación:

- Test de Inteligencia Emocional, elaborado por Schutte et al. (1998), conocido como Schutte Self Report Inventory (SSRI). En su versión adaptada al español por Chico (1999), la escala se desarrolló sobre la base del modelo original de Salovey y Mayer (1990), y en sus formatos revisados (Mayer & Salovey, 1997; Mayer, Salovey & Caruso, 2002). Este instrumento está compuesto por 33 ítems que evalúan la capacidad de identificar, comprender y regular las emociones de un sujeto y cómo se relaciona con los demás, intentando cubrir las tres habilidades adaptativas del modelo inicial de Salovey y Mayer que son: regulación de las emociones en sí mismo y en los otros, valoración, percepción y expresión de las emociones, la utilización de las emociones de cara para resolver los problemas; es decir la comprensión y análisis de la información emocional y la facilidad emocional de pensamiento. De esta manera, este instrumento al ser un modelo de autoinforme, medirá la propia percepción sobre las capacidades emocionales de cada persona y la relación con los demás.

**Tabla 2.***Test de Inteligencia Emocional*

1 = Total desacuerdo	2 = Desacuerdo	3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4 = De Acuerdo	5 = Total acuerdo			
<b>PERCEPCIÓN EMOCIONAL</b>			<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Cuando me encuentro ante problemas, recuerdo las veces que me enfrenté a otros problemas similares y cómo los superé.							
En la mayoría de las cosas que intento, espero hacerlas bien.							
Espero que ocurran cosas buenas.							
Cuando experimento una emoción positiva, sé cómo hacer que esto dure.							
Busco cosas en mis estudios que me hagan sentir bien.							
Tengo control sobre mis emociones en clases y cuando recibo calificaciones de un trabajo académico.							
Me motivó a mí mismo/a imaginándome un buen resultado en las tareas que llevó a cabo.							
<b>GESTIÓN AUTO-EMOCIONAL</b>							
Soy consciente de mis emociones tal y como las vivo en mis clases.							
Soy consciente de los mensajes no verbales que envío a los/as otro/as compañeros/as.							
Viendo las expresiones faciales de los demás, sé las expresiones que están experimentando.							
Sé por qué cambian mis emociones.							
Reconozco fácilmente las emociones tal y como las experimento.							
Soy consciente de los mensajes no verbales que me envían otras personas.							
Con solo mirarlos, sé lo que otros/as compañeros/as están sintiendo.							
<b>GESTIÓN HETERO-EMOCIONAL</b>							
Sé cuándo tengo que hablar de mis problemas personales a otros/as compañeros/as del Instituto.							

Otros/as compañeros/as encuentran fácil el poder confiar en mí.					
Algunos de los acontecimientos más relevantes de mi vida me han provocado que vuelva a pensar qué es lo importante y lo qué no lo es.					
Las emociones son una de esas cosas de la vida que me hacen sentir valioso/sa.					
Me gusta compartir mis emociones con mis compañeros/as de clases.					
Arreglo las cosas para que otros se diviertan.					
Me presento ante los demás de tal manera que les dé buena impresión.					
Felicito a los demás cuando hacen las cosas bien al cumplir las tareas académicas.					
Cuando otra persona me cuenta algún acontecimiento importante de su vida, lo siento como si yo también lo hubiera experimentado.					
Ayudo a otros/as compañeros/as a sentirse mejor cuando están en momentos bajos					
<b>UTILIZACIÓN EMOCIONAL</b>					
Cuando mi estado de ánimo cambia, veo nuevas posibilidades de logros.					
Cuando estoy en un buen estado de ánimo, me resulta fácil resolver los problemas de mis clases.					
Cuando estoy en buen estado de ánimo. Soy capaz de generar buenas ideas en las clases.					
Cuando siento un cambio en mis emociones, tiendo a tener nuevas ideas.					

- El cuestionario de Liñán y Chen (2009) analiza y mide la intención de emprendimiento a través de un grupo preguntas dividido por cuatro dimensiones o variables explicativas que intervienen en la intención de crear empresas, las cuales son la actitud, el factor social, el control y la intención de emprendimiento, cada una de estas presentan una serie de preguntas

referente a cada variable. La primera dimensión es denominada: Actitud Personal la misma que consta de cinco preguntas, la segunda dimensión es la Norma Subjetiva que consta de tres preguntas, la tercera es el Control conductual percibido que tiene 6 interrogantes y la última dimensión es la Intención Emprendedora que consta de 6 preguntas y que establece una Escala Likert desde 1 total desacuerdo hasta 5 total acuerdo (Apéndice B).

**Datos específicos del Cuestionario de medidas de los elementos centrales del modelo de intención empresarial:**

11. Indique su nivel de acuerdo o agrado con las siguientes oraciones desde 1 (total desacuerdo) o 5 (total acuerdo)

**Tabla 3.**

*Test de Intención de Emprendimiento*

<b>Dimensión Actitud Personal</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
11.a- Ser emprendedor me implica más ventajas que desventajas					
11.b- Me atrae la carrera de emprendedor					
11.c- Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría iniciar una empresa					
11.d- Ser emprendedor me supondría grandes satisfacciones					
11.e- Entre varias opciones prefiero ser emprendedor					

13. Si decidiera crear una empresa. ¿La gente de su entorno cercano aprobaría esa decisión? 1 (total desacuerdo) o 5 (total acuerdo)

<b>Dimensión Norma Subjetiva</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
13.a- Su familia cercana					
13.b- Sus amigos					
13.c- Sus colegas					

15. En qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre la capacidad neural de su empresa? Desde 1 (Total desacuerdo) y 5 (Total acuerdo)

<b>Dimensión Control Conductual Percibido</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
15.a- Poner en marcha una empresa y mantenerla en funcionamiento sería una casualidad para mí.					
15.- Estoy preparado para poner en marcha una empresa viable.					
15.c- Puedo controlar el proceso de creación de una nueva firma.					
15.d- Conozco los detalles prácticos necesarios para poner en marcha una empresa					
15.e- Sé desarrollar un proyecto emprendedor.					
15.- Si intentara iniciar una empresa, tendría una alta probabilidad de tener éxito.					

18. Indique su nivel de acuerdo o agrado con las siguientes oraciones desde 1 (total desacuerdo) o 5 (total acuerdo)

<b>Dimensión Intención de Emprendimiento</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
18.a- Estoy dispuesto/a a hacer cualquier cosa para emprender.					
18.- Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor.					
18.c- Haré todo lo posible para poner en marcha y dirigir mi propia empresa.					
18.- Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.					
1 l. e- He pensado muy seriamente en poner en marcha una empresa.					
18. f- Tengo la firme intención de ponerme en marcha algún día.					

Así mismo, se recopiló información demográfica de los participantes. Específicamente, se indagó: edad, género, curso, carrera, estado civil, hijos, actividad económica, provincia de origen, etnia.

La aplicación del instrumento se realizó en línea mediante un link de acceso generado desde Google Formularios y se procedió a invitar a los sujetos de investigación a partir del consentimiento informado que se incorporó en la parte introductoria del cuestionario. Se informó a todos los participantes sobre los objetivos del estudio y dieron su aceptación para responder el cuestionario en línea, a partir del consentimiento informado formulado en la consigna del cuestionario.

#### **2.4.1.2.2 Análisis de Datos**

A partir de los datos recolectados a través de un formulario en línea, se obtuvieron las respuestas necesarias para ser procesadas en el programa informático Statistical Package for the Social Sciences SPSS 25. Se procesó mediante estadística descriptiva los datos sociodemográficos. En cuanto, al análisis de datos de las variables de estudio, se recurrió a técnicas estadísticas de análisis multivariante, cuyo propósito está orientado al análisis e interpretación de las relaciones entre distintas variables de forma simultánea, a partir de la construcción de modelos estadísticos complejos, orientados a la participación independiente de cada variable dentro de todo un sistema de relaciones (Meneses, 2019).

Dentro de las técnicas de análisis multivariante y siguiendo lo sugerido por Meneses (2019) para el análisis de relaciones de interdependencia que describan la estructura subyacente de los datos e identifiquen grupos de características similares, la técnica multivariante más adecuada para cumplir con los objetivos señalados, es el Análisis de los Componentes Principales (ACP) y Análisis Factorial. Las dos técnicas tienen como objetivo reducir la complejidad de los datos mediante la obtención de un conjunto limitado de componentes o factores que permitiría representar la variabilidad en las características de los individuos de una manera eficiente, es decir, conservando el máximo de la información recogida originalmente en las variables involucradas. Tanto el análisis de componentes principales como el análisis factorial se basan en el análisis y la interpretación de las asociaciones observadas entre las variables, pero difieren, básicamente, en la manera de determinar la estructura de componentes o factores.

### 2.4.1.3. Resultados:

#### 2.4.1.3.1 Evaluación de Validez y Confiabilidad

##### Confiabilidad

La revisión de la bibliografía permitió obtener los instrumentos de medición aplicados para la presente investigación, estos instrumentos fueron traducidos al español debido a que su idioma original es en inglés, fueron aplicados y validados en otras investigaciones, permitiendo alcanzar la validez de su contenido (Liñán & Chen, 2009).

El instrumento de recolección de datos aplicado, fue sometido a la medición de confiabilidad mediante el Coeficiente Alpha de Cronbach de las variables en estudio.

Los resultados del Coeficiente de Cronbach determinaron que los ítems tienen fiabilidad excelente, dado que alcanzó a =0,944 como se señala en la Tabla 4. Adicionalmente, se determinó el Alpha de Cronbach de cada una de las dimensiones, cuyos resultados mostraron una sensibilidad excelente: (a) dimensión percepción emocional a= 0,810; (b) gestión auto - emocional a= 0,820; (c) dimensión hetero-emocional: a=0,846; d) dimensión actitud personal: a= 0,855; e) dimensión norma subjetiva: a= 0,748; f) dimensión control conductual percibido: a= 0,826; g) dimensión intención de emprendimiento: a= 0,90, tal como se expone en la Tabla 5.

**Tabla 4.**

*Resultados del Coeficiente de Alpha de Cronbach*

Alpha de Cronbach	Nº de ítems
.944	48

**Tabla 5.**

*Estadísticas de confiabilidad por cada dimensión de Intención de Emprendimiento e Inteligencia Emocional*

<b>Factores</b>	<b>Alpha de Cronbach</b>	<b>Ítems</b>
Dimensión Emocional	0,810	7
Dimensión Gestión Auto-Emocional	0,820	7
Dimensión Gestión Hetero-Emocional	0,846	10
Dimensión Utilización Emocional	0,786	4
Dimensión Actitud Personal	0,855	5
Dimensión Norma Subjetiva	0,748	3
Dimensión Control Conductual Percibido	0,826	6
Dimensión Intención de Emprendimiento	0,901	6

### **Validez**

La validez fue calculada estadísticamente mediante la medición de la significancia de las variables a partir de la medida de adecuación KMO y la prueba de esfericidad de Barlett.

### **Validez Interna**

Para comprobar que las variables del estudio fueron las adecuadas para el análisis factorial, se aplicaron dos medidas diferentes. La primera fue la medida de Kaiser – Meyer – Olkin (KMO) de muestreo de adecuación, esta evidencia la idoneidad de muestreo; y, la segunda medida es la prueba de esfericidad de Barlett, necesaria para medir el nivel de correlación que existe entre las variables. El cálculo para KMO oscila con valores entre 0 y 1, sin embargo 0,7 es el valor mínimo para la adecuación de una muestra aceptada; mientras más alto o cercano a 1 sea este valor mayor será la relación entre las variables.

**Tabla 6.***Prueba de medida de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) de muestreo de adecuación y Bartlett*

<b>Factores</b>	<b>Medida Kaiser-Mey-Olkin de adecuación de muestreo</b>	<b>Prueba de Esfericidad de Barlett</b>		
		<b>Aprox. Chi-cuadrado</b>	<b>gl.</b>	<b>Sig.</b>
Dimensión Inteligencia Emocional, Percepción Emocional	0,820	325,972	21	0,000
Dimensión Inteligencia Emocional, Gestión Auto-Emocional	0,824	356,455	21	0,000
Dimensión Inteligencia Emocional, Gestión Hetero-Emocional	0,855	526,966	45	0,000
Dimensión Inteligencia Emocional, Utilización Emocional	0,698	231,801	6	0,000
Dimensión Intención de Emprendimiento, Actitud Personal	0,814	380,130	10	0,000
Dimensión Intención de Emprendimiento, Norma Subjetiva	0,628	140,494	3	0,000
Dimensión Intención de Emprendimiento, Control Conductual Percibido	0, 828	431,968	15	0,000
Dimensión Intención de Emprendimiento, Intención de Emprendimiento	0, 883	591,940	15	0,000

Como se muestra en la tabla 6 en relación a la evaluación de la validez interna a partir de la prueba de KMO y Bartlett para cada una de las dimensiones, se determinó que los valores más bajos de KMO calculados para todas las variables utilizadas en el estudio fueron satisfactorios como, 0,883 referida a la Dimensión Intención de Emprendimiento, Intención de Emprendimiento 0,820 en la variable de Dimensión Intención de Emprendimiento, Percepción Emocional, 0,824 Dimensión Inteligencia Emocional, Gestión Auto-Emocional, 0,855 Dimensión Inteligencia Emocional, Gestión Hetero-Emocional, 0,698 Dimensión Inteligencia Emocional, Utilización Emocional, 0,814 Dimensión Intención de Emprendimiento, Actitud Personal, 0,828 Dimensión Intención de Emprendimiento, Control Conductual Percibido y 0,628 Dimensión Intención de Emprendimiento, Norma Subjetiva. A la luz de estos datos, el número de muestras es bastante suficiente en comparación con el número de variables, y las variables son adecuadas para el Análisis Factorial Exploratorio.

Por otro parte, la prueba de Esfericidad de Bartlett, fue utilizada para medir la significancia de las intercorrelaciones entre variables, es decir, es posible evidenciar que 2 o más muestras tienen igualdad de varianzas. Se debe mencionar que el límite para los valores de Significancia (Sig.) se establece como  $<0.05$ . La prueba de Esfericidad de Bartlett refleja la estimación de chi cuadrado un  $p\text{-value} = 0,000$ , valor  $<0,005$ , esto indica que es posible aplicar un análisis factorial. La prueba de KMO y Bartlett para todos los ítems, determinó los resultados que se muestran en la Tabla 7. Evidenciando una medida de KMO (0,866) Y Bartlett de (0,000) entre las variables, reflejando significancia entre las intercorrelaciones de todas las variables

**Tabla 7.**

*Prueba de KMO y Bartlett para todos los ítems*

<b>Prueba de KMO y Bartlett</b>		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0,866
	Aprox. Chi-cuadrado	4658,290
Prueba de esfericidad de Bartlett	Gl	1128
	Sig.	0,000

#### **2.4.1.3.2 Resultados del análisis factorial**

##### **Análisis de Componentes Principales**

El análisis de componentes principales (ACP) es una técnica estadística utilizada para describir un conjunto de datos y reducirlos en nuevas dimensiones o componentes, por lo que es útil para disminuir la dimensionalidad de un conjunto de datos. Este estudio, reducirá las dimensionalidades de las variables Intención de Emprendimiento e Inteligencia Emocional, para lo cual en primer término se aplicará Análisis Factorial.

##### **Análisis Factorial**

Dado que, en el estudio presente, no es posible medir directamente Inteligencia Emocional e Intención de Emprendimiento, es necesario recoger medidas indirectas que estén relacionados con dicho constructo. Las variables que interesan se denominan variables latentes y la metodología que las relaciona con variables observadas tiene el nombre de Análisis Factorial, que en general es un modelo de regresión múltiple que relaciona variables latentes con variables observadas, busca esencialmente nuevas variables o factores que expliquen los datos. En la Tabla 8, se muestra el listado de los autovalores de la matriz de varianzas-covarianzas y del porcentaje de varianza que representa cada uno de ellos. Los autovalores demuestran la cantidad de la varianza total que está explicada por cada factor; y los porcentajes de la varianza asociados a cada factor, los mismos que son obtenidos a partir de la división de su correspondiente autovalor por la suma de los autovalores.

Los autovalores iniciales mayores a 1 que tiene la matriz de varianza total explicada, muestra 5 autovalores mayores que 1, por lo que el procedimiento ha extraído 5 factores que explican un 50,584% de la varianza total de los datos originales.

**Tabla 8.**  
*Varianza Total Explicada*

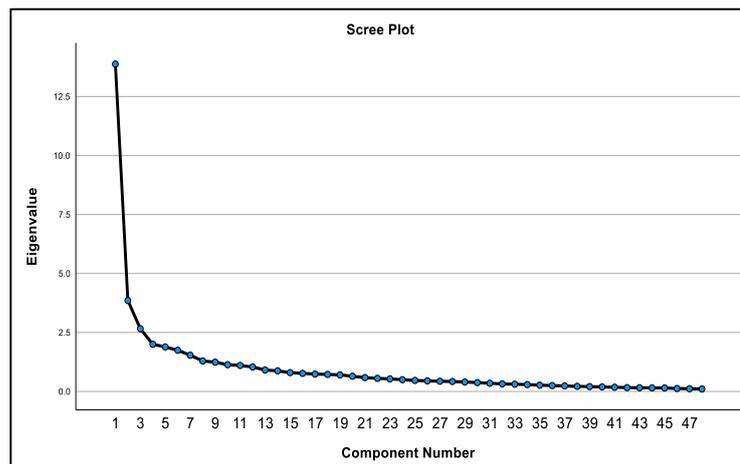
<b>Varianza Total Explicada</b>									
C.	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% Acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	13.87	28.91	28.91	13.87	28.91	28.91	6.86	14.31	14.31
2	3.85	8.03	36.94	3.85	8.03	36.94	6.63	13.82	28.13
3	2.65	5.53	42.48	2.65	5.53	42.48	3.83	7.98	36.12
4	2.00	4.16	46.65	2.00	4.16	46.65	3.57	7.45	43.57
5	1.88	3.92	50.58	1.88	3.92	50.58	3.36	7.01	50.58
6	1.74	3.63	54.22	1,74	3,63	54,22			
7	1.53	3.19	57.42	1,53	3,19	57,42			
8	1.293	2.694	60.113	1,293	2,694	60,113			
9	1.241	2.585	62.698	1,241	2,585	62,698			
10	1.133	2.361	65.059	1,133	2,361	65,059			
11	1.102	2.296	67.354	1,102	2,296	67,354			
12	1.037	2.159	69.514	1,037	2,159	69,514			
13	.908	1.892	71.406						
14	.874	1.820	73.226						
15	.797	1.661	74.887						
16	.767	1.598	76.485						
17	.737	1.535	78.019						
18	.721	1.503	79.522						
19	.702	1.462	80.983						
20	.645	1.344	82.327						
21	.587	1.224	83.551						
22	.554	1.154	84.705						
23	.533	1.111	85.816						
24	.497	1.036	86.852						
25	.467	.974	87.825						
26	.449	.935	88.761						
27	.432	.901	89.662						
28	.421	.878	90.539						
29	.401	.835	91.375						
30	.375	.781	92.156						
31	.348	.725	92.881						
32	.321	.668	93.548						
33	.307	.640	94.188						
34	.291	.606	94.794						

35	.266	.555	95.348
36	.249	.518	95.866
37	.234	.488	96.354
38	.216	.450	96.804
39	.205	.427	97.231
40	.191	.399	97.630
41	.179	.372	98.002
42	.162	.337	98.339
43	.156	.324	98.663
44	.150	.312	98.976
45	.147	.306	99.282
46	.125	.260	99.541
47	.116	.241	99.782
48	.105	.218	100.000

**Nota:** Método de extracción: Análisis de componentes principales

**Figura 2.**

*Gráfico de sedimentación*



**Nota:** Esta figura muestra la sedimentación de los datos expuestos en la Matriz de Varianza Total Explicada.

La Figura 2, refleja la sedimentación de los datos, en donde los autovalores de las 5 primeras variables son mayores a 1, lo que quiere decir que son las 5 primeras variables quienes resumirán al resto, fungiendo como componentes principales representando a todas las demás variables.

### 2.4.1.3.3 Resultados de los datos demográficos

**Tabla 9.**

*Datos Demográficos*

		Edad			Porcentaje
		Frecuencia	Porcentaj e	Porcentaje válido	acumulad o
Género					
	Masculino	83	49,4	49,4	99,4
	Femenino	84	50,0	50	50,0
Edad	18 – 22	113	67,3	67,3	67,3
	23 – 27	37	22,0	22,0	89,3
	28 – 32	8	4,80	4,8	94,0
	33 – 37	4	2,4	2,4	96,4
	37 - más	6	3,6	3,6	100
Estado Civil	Soltero	150	89,3	89,3	89,3
	Casado	10	6,0	6,0	95,2
	Divorciado	32	1,2	1,2	96,4
	Separado	2	1,2	1,2	97,6
	Unión Libre	4	2,4	2,4	100
Hijos	Si	26	15,5	15,5	15,5
	No	142	84,5	84,5	100
Provincia de Origen	Cotopaxi	5	3,0	3,0	3,0
	Esmeraldas	4	2,4	2,4	5,4
	Los Ríos	3	1,8	1,8	7,1
	Manabí	4	2,4	2,4	9,5
	Orellana	1	0,6	0,6	10,1
	Pichincha	147	87,5	87,5	97,6
	Santa Elena	2	1,2	1,2	98,8
	Sucumbíos	1	0,6	0,6	99,4
	Santo Domingo	1	0,6	0,6	100
	Afro ecuatoriano	3	1,8	1,8	1,8
Etnia	Blanco	4	2,4	2,4	4,2
	Indígena	5	3,0	3,0	7,1
	Mestizo	149	88,7	88,7	95,8
	Montubio	1	0,6	0,6	96,4

	Mulato	1	0,6	0,6	97,0
	Negro	4	2,4	2,4	99,4
	No registra	1	0,6	0,6	100
Discapaci dad	Si	5	3,0	3,0	3,0
	No	163	97,0	97,0	100,0
Semestres	Primer semestre	2	1,2	1,2	1,2
	Segundo Seme	43	25,6	25,6	
	Tercer semestr	90	53,6	53,6	80,4
	Quinto Semestr	33	19,6	19,6	100
Carreras	Desarrollo de software	63	37,5	37,5	37,5
	Marketing	61	36,3	36,3	73,8
	Guía Nacional de Turismo	43	25,6	25,6	99,4
	Arte Culinario	1	0,6	0,6	100
	<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

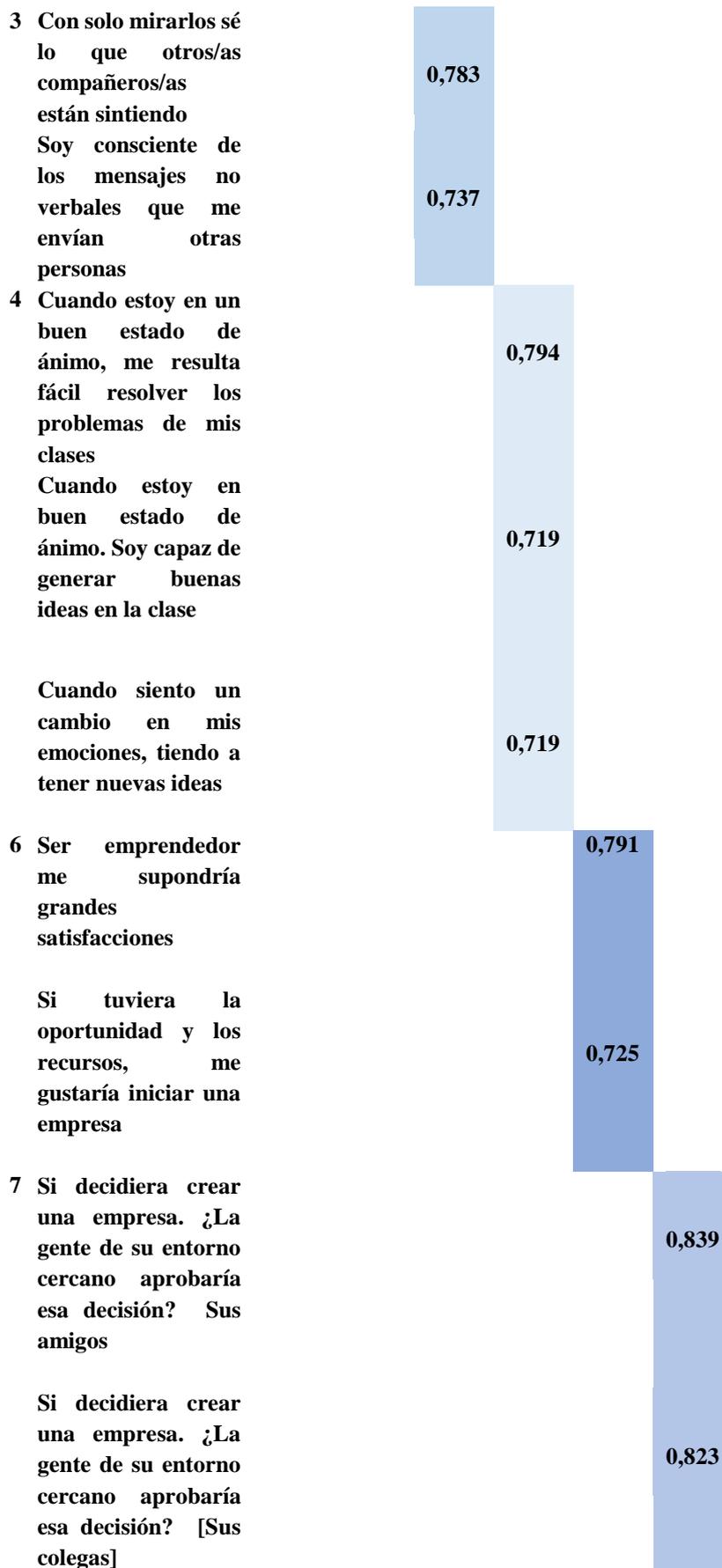
Estos resultados evidencian que la mayoría de estudiantes del IST Yavirac pertenece al género femenino, no tienen más de 22 años, son solteros, no tienen hijos, viven en la provincia de Pichincha, son de etnia mestizo, son personas que no poseen discapacidad, se encuentran cursando tercer semestre de la carrera de Desarrollo de Software.

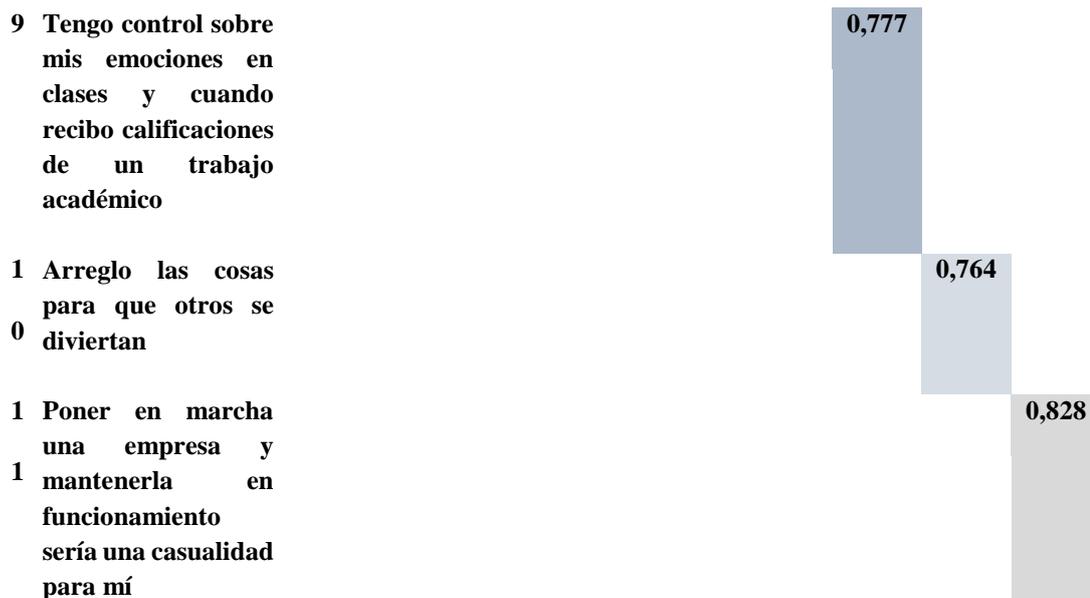
#### **2.4.1.2.3 Resultados del análisis factorial**

A través del Método de Rotación Varimax es posible observar cómo se retribuye la varianza de las variables dentro de ellas, obteniendo factores con correlaciones altas con un número más pequeño de variables y correlaciones nulas en el resto, logrando que se redistribuya la varianza de los factores, que finalmente permitirá evidenciar los componentes principales de la agrupación clara de variables, como lo muestra la Tabla 10.

**Tabla 10.***Matriz de Componentes Rotados***Método de extracción: Análisis de componentes principales**

		<b>Matriz de Componentes Rotados</b>									
		<b>Componentes</b>									
<b>Factores</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	
<b>1</b>	<b>Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor</b>		<b>0,827</b>								
	<b>Estoy decidido a crear una empresa en el futuro</b>		<b>0,826</b>								
	<b>He pensado muy seriamente en poner en marcha una empresa</b>		<b>0,775</b>								
	<b>Estoy dispuesto/a a hacer cualquier cosa para emprender</b>		<b>0,753</b>								
	<b>Haré todo lo posible para poner en marcha y dirigir mi propia empresa</b>		<b>0,745</b>								
<b>2</b>	<b>Conozco los detalles prácticos necesarios para poner en marcha una empresa</b>			<b>0,785</b>							
	<b>Puedo controlar el proceso de creación de una nueva firma</b>			<b>0,776</b>							
	<b>Estoy preparado para poner en marcha una empresa viable</b>			<b>0,770</b>							
	<b>Sé desarrollar un proyecto emprendedor</b>			<b>0,753</b>							





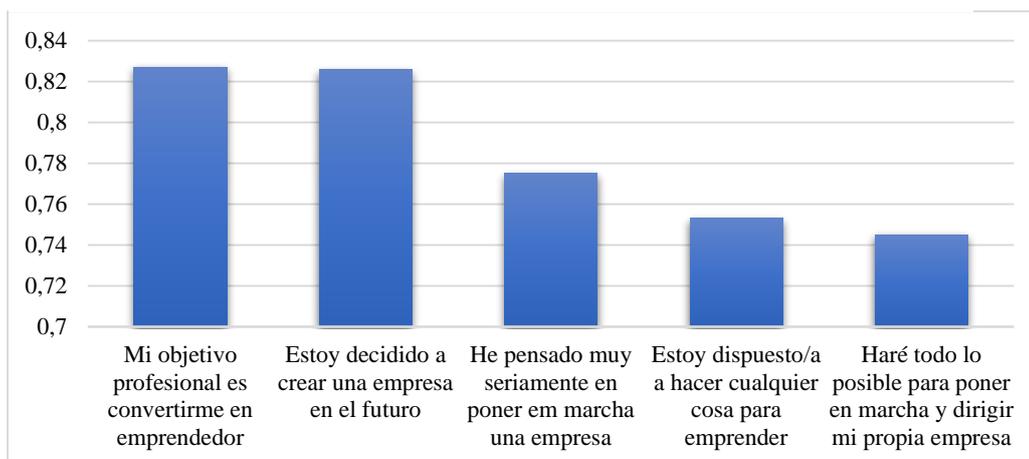
Métodos de rotación: Varimax con normalización Kaiser

Partiendo de estos resultados de los componentes principales se han utilizado datos estandarizados por métodos de rotación ortogonal Varimax con normalización de Kaiser, se puede evidenciar una clara agrupación de las características en los factores que registran el mayor porcentaje de explicación con respecto a la variación de la población. Como se observa en la En la Tabla 10.

A partir de esta información se describe el Análisis de Componentes Principales mediante la representación gráfica de los nuevos factores.

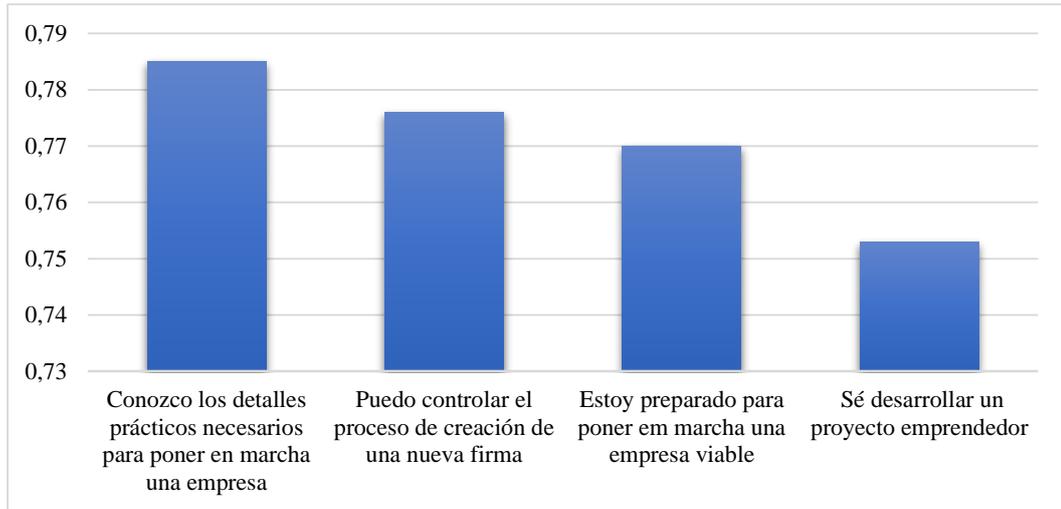
**Figura 3.**

*Intención de Emprendimiento*



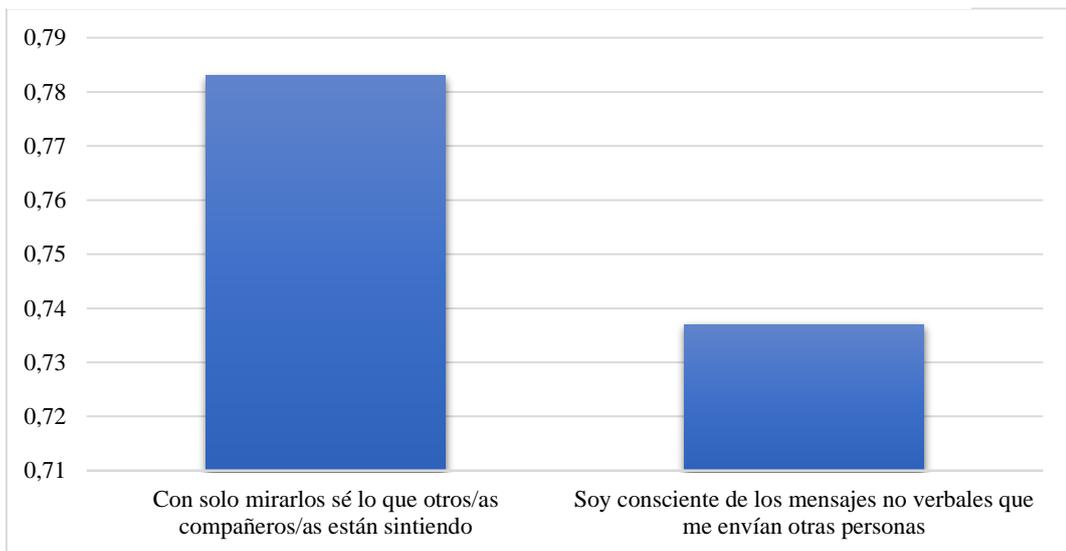
**Figura 4.**

*Conocimientos Generales y Específicos*



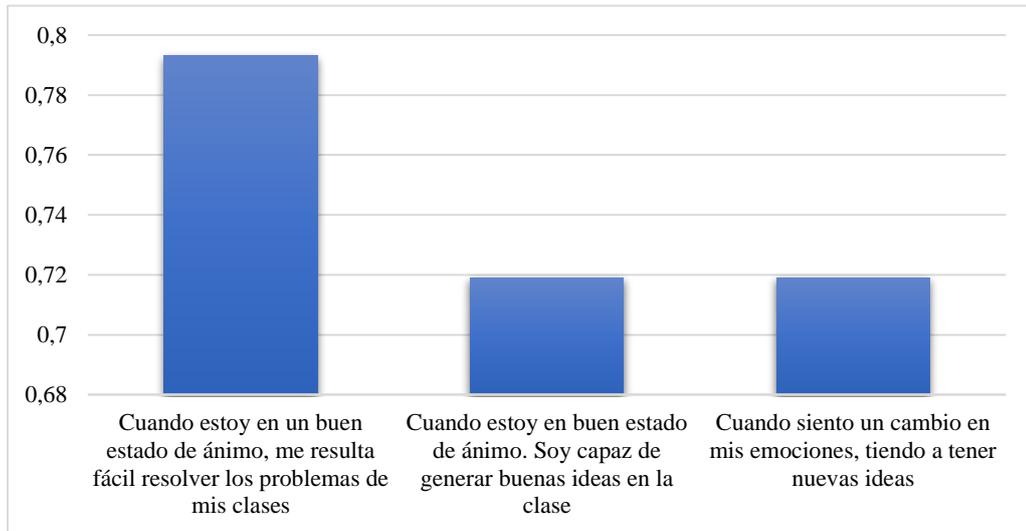
**Figura 5.**

*Percepción de Necesidades*



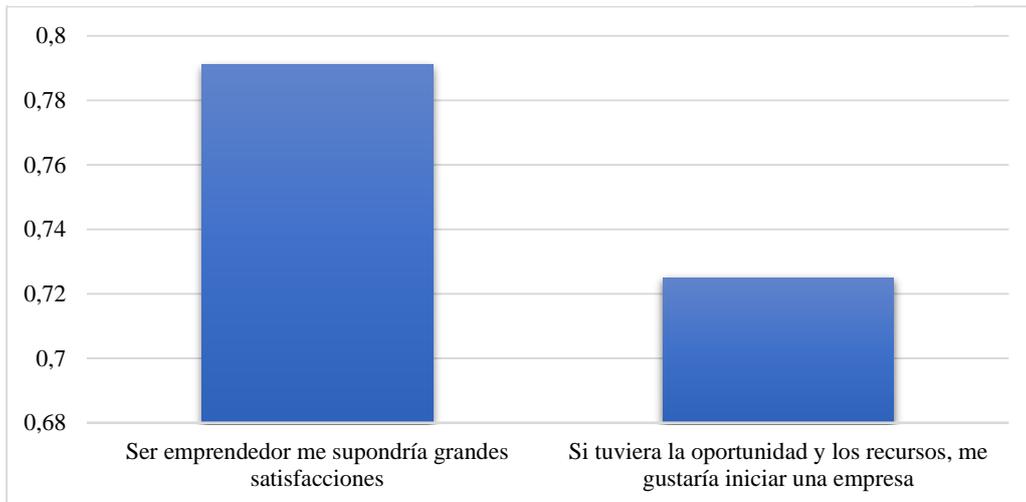
**Figura 6.**

*Influencia Emocional*



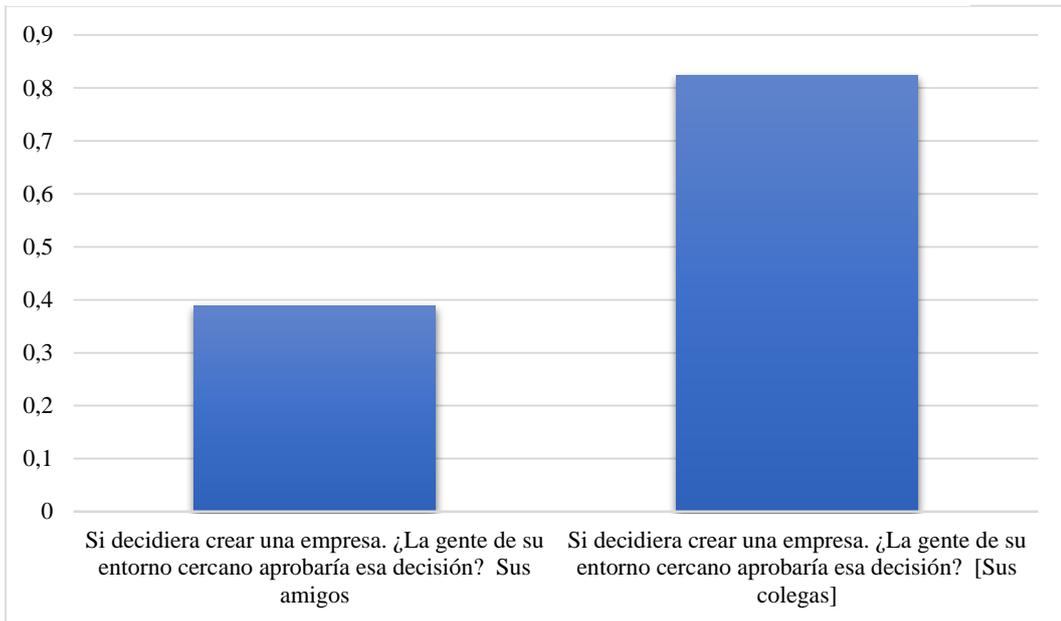
**Figura 7.**

*Propósitos Empresariales*



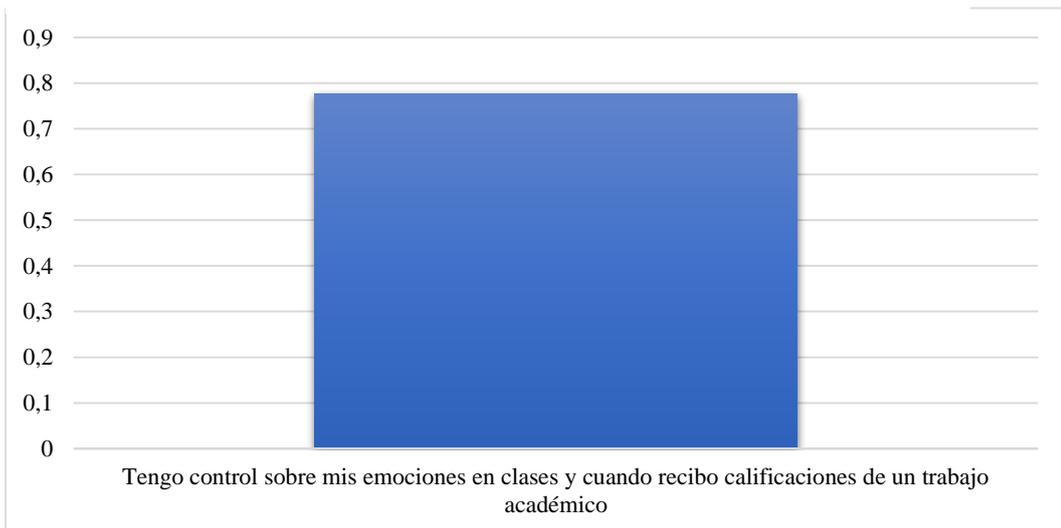
**Figura 8.**

*Aceptación del Entorno*



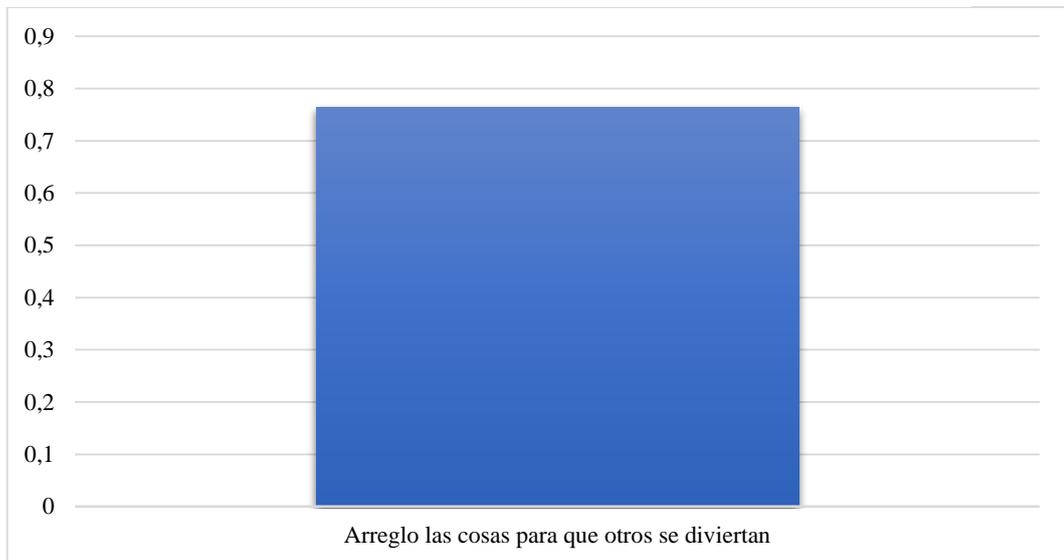
**Figura 9.**

*Control Emocional en el Desempeño Académico.*



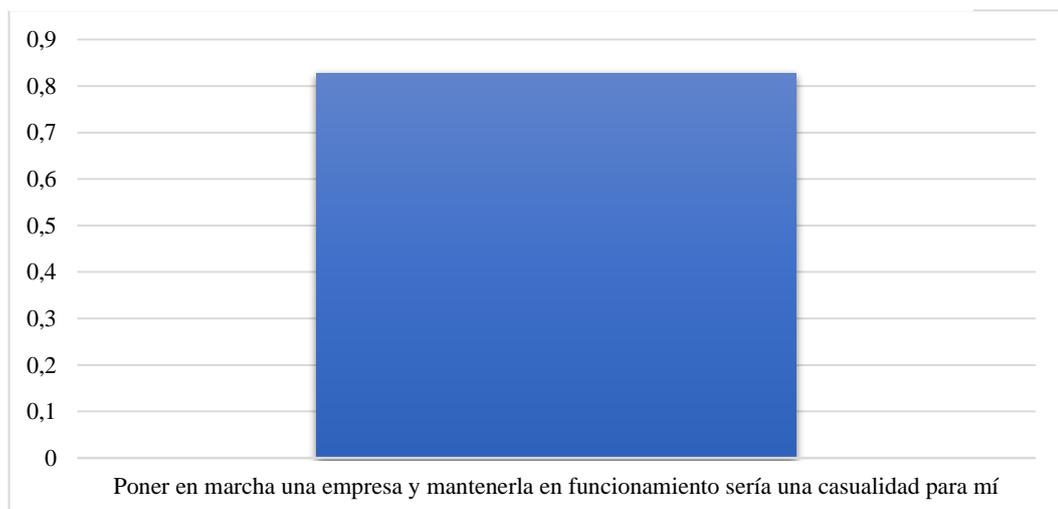
**Figura 10.**

*Empatía con Entorno*



**Figura 11.**

*Esfuerzo y Sensibilidad*



#### **2.4.1.4 Comprobación de hipótesis**

A continuación, se presenta la comprobación de la hipótesis de la tesis, al considerar:

H1: La inteligencia emocional no tiene una relación positiva con la intención de emprendimiento.

H0: La inteligencia emocional tiene una relación positiva con la intención de emprendimiento.

Para el nivel de significancia se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa cuando  $p < 0,05$ . Este valor dependerá del margen de error que se desee asumir, sin embargo, si se desea asumir el mayor porcentaje de error será del 5%, se aplicará una significancia no mayor a 0,05.

Es importante destacar que se debe establecer la aplicación de la prueba de hipótesis de acuerdo a la distribución de variables, lo que permite medir la influencia existente entre las variables propuestas; para esto se utiliza la prueba de normalidad en grupos segmentados y los resultados se pueden evidenciar en la figura 12 presentando una distribución normal, es por esta razón que se aplica la prueba de hipótesis de R. Pearson.

Fue necesario comprobar la Hipótesis planteada en el estudio y para esto se debe comprobar el supuesto y eso se realiza a través de una Prueba de Normalidad. La prueba de Normalidad se aplica cuando, se tiene dentro de una variable grupos que necesitan segmentarlos para su respectivo análisis de normalidad. Para esto, se toman los valores de las dos variables, cuando existe una cantidad de datos mayor a 50 se utiliza la prueba de Kolmogorov Smirnov y para datos menores o iguales de 50, se utiliza Shapiro – Wilk. En este caso, se cuenta con 168 sujetos de estudio el estadístico que se utilizó es la prueba de Kolmogorov Smirnov donde se aprecia que la significancia para las dos variables es mayor a 0,05, en el caso de la variable Inteligencia Emocional (IE) la significancia es de 0,053 y para la variable Intención de Emprendimiento (IEM) la significancia es de 0,200, como se evidencia en la Tabla 11; por lo tanto, se acepta la hipótesis nula y se puede decir que la inteligencia emocional tiene una relación positiva con la intención de emprendimiento.

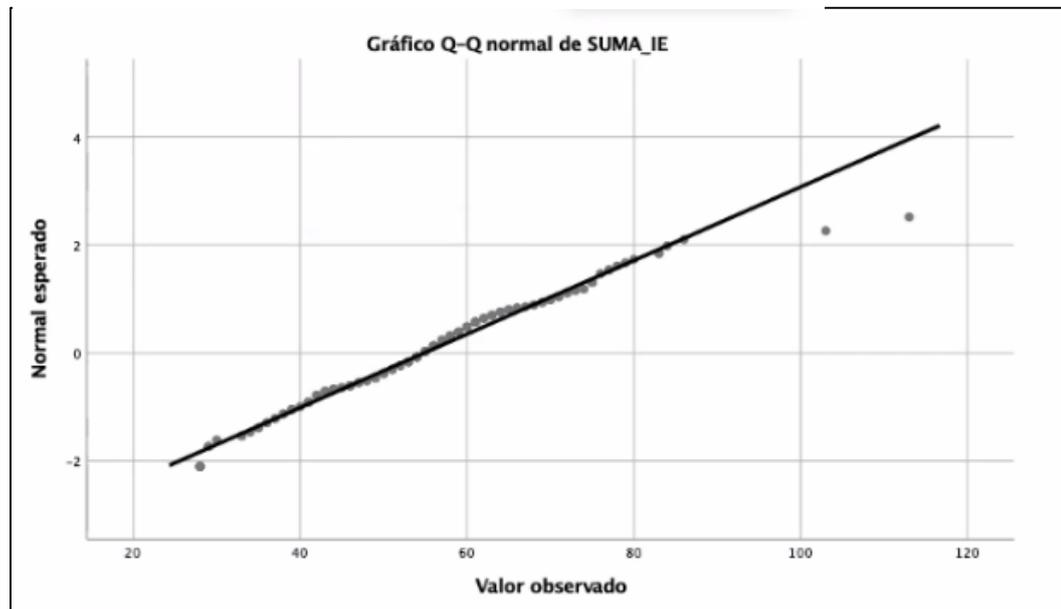
**Tabla 11.**

*Prueba de Normalidad*

	Kolmogorov - Smirnow			Shapiro - Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
SUMA_IE	,070	168	,053	,973	168	,002
SUMA_IEM	,054	168	,200	,981	168	,020

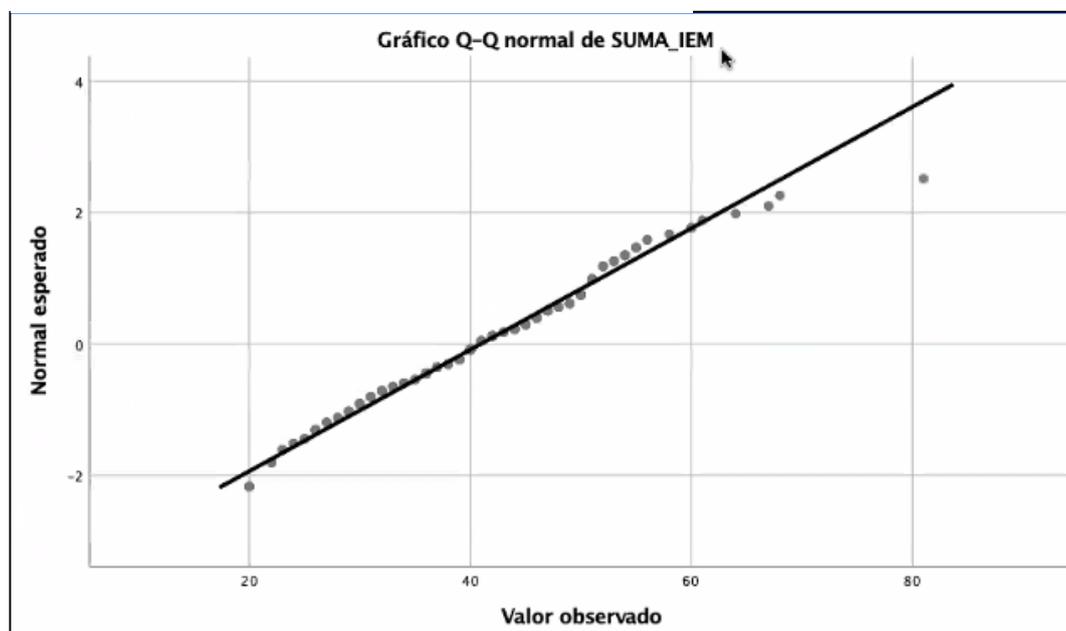
**Figura 12.**

*Distribución de datos*



**Figura 13.**

*Distribución de datos*



Para la presente prueba de hipótesis se considera las siguientes hipótesis:

H0: Considera que no hay relación entre las variables. La inteligencia emocional no tiene una relación positiva con la intención de emprendimiento.

H1: Considera que si existe relación entre las variables.

La inteligencia emocional tiene una relación positiva con la intención de emprendimiento.

La Regla menciona que:

Si la significación es mayor a 0.05 se acepta la hipótesis nula, de lo contrario se rechaza y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto, como se muestra en la Tabla 12, al presentar una significancia menor a 0,01, aceptamos la hipótesis alternativa.

**Tabla 12.**

*Varianza Total Explicada*

<b>Pruebas de Chi - Cuadrado</b>			
	Valor	gl	Significancia asintótica (bilateral)
<b>Chi- cuadrado de Pearson</b>	2701,714	2310	<,001
<b>Razón de verosimilitud</b>	777,338	2310	1,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	68,773	1	<.001
<b>N de casos válidos</b>	168		

a. 2408 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 0,1

En la tabla 13 se puede apreciar una significancia de dos colas con un valor de 0.000 que es menor al valor teórico esperado ( $p < 0.05$ ), motivo por el cual rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna misma que establece que existe relación entre ambas variables siendo positiva y de grado fuerte. Situación que nos indica que existe una relación moderada entre las variables Inteligencia Emocional e Intención de Emprendimiento.

**Tabla 13.***Varianza Total Explicada*

<b>Correlaciones no Paramétricas</b>					
				Suma IE	SumaIEM
<b>Rho de Spearman</b>	<b>sumaIe</b>	Coeficiente de correlación	de	1,000	,614
		Sig. (bilateral)			<,001
	N			168	168
	<b>sumaIEM</b>	Coeficiente de correlación	de	,614	1,000
Sig. (bilateral)				<.001	
N				168	168

---

La correlación es significancia en el nivel 0,01 (bilateral)

#### **2.4.1.2.2. Explicación de Propuesta**

A partir de los resultados obtenidos de la aplicación del Análisis de Componentes Principales, se procedió a configurar los Componentes o Factores, cuyos ítems se interrelacionaban en mayor medida, según la Matriz de Componentes Rotados. A continuación, se presenta en la Tabla 11 un resumen de los Nuevos Factores que podrían fungir como estrategias que potencialicen la intención de emprendimiento a través del control emocional en estudiantes de Instituciones Públicas de Educación Superior Tecnológicas Ecuatorianas y sus ítems interrelacionados.

**Tabla 14.**

*Nuevos Factores de la relación de la Inteligencia Emocional e Intención de Emprendimiento en Estudiantes de Instituciones Públicas de Educación Superior Tecnológicas Ecuatorianas y sus ítems interrelacionados.*

**MODELO DE INTELIGENCIA EMOCIONAL E INTENCIÓN DE  
EMPENDIMIENTO EN ESTUDIANTES DE INSTITUCIONES  
PÚBLICAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICAS  
ECUATORIANAS**

<b>Intención de Emprendimiento</b>	<b>Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor</b> <b>Estoy decidido a crear una empresa en el futuro</b> <b>He pensado muy seriamente en poner en marcha una empresa</b> <b>Estoy dispuesto/a a hacer cualquier cosa para emprender</b> <b>Haré todo lo posible para poner en marcha y dirigir mi propia empresa</b>
<b>Conocimientos Generales y Específicos</b>	<b>Conozco los detalles prácticos necesarios para poner en marcha una empresa</b> <b>Puedo controlar el proceso de creación de una nueva firma</b> <b>Estoy preparado para poner en marcha una empresa viable</b> <b>Sé desarrollar un proyecto emprendedor</b>
<b>Percepción de necesidades</b>	<b>Con solo mirarlos sé lo que otros/as compañeros/as están sintiendo</b> <b>Soy consciente de los mensajes no verbales que me envían otras personas</b>
<b>Influencia emocional</b>	<b>Cuando estoy en un buen estado de ánimo, me resulta fácil resolver los problemas de mis clases</b> <b>Cuando estoy en buen estado de ánimo. Soy capaz de generar buenas ideas en la clase</b> <b>Cuando siento un cambio en mis emociones, tiendo a tener nuevas ideas</b>
	<b>Ser emprendedor me supondría grandes satisfacciones</b>

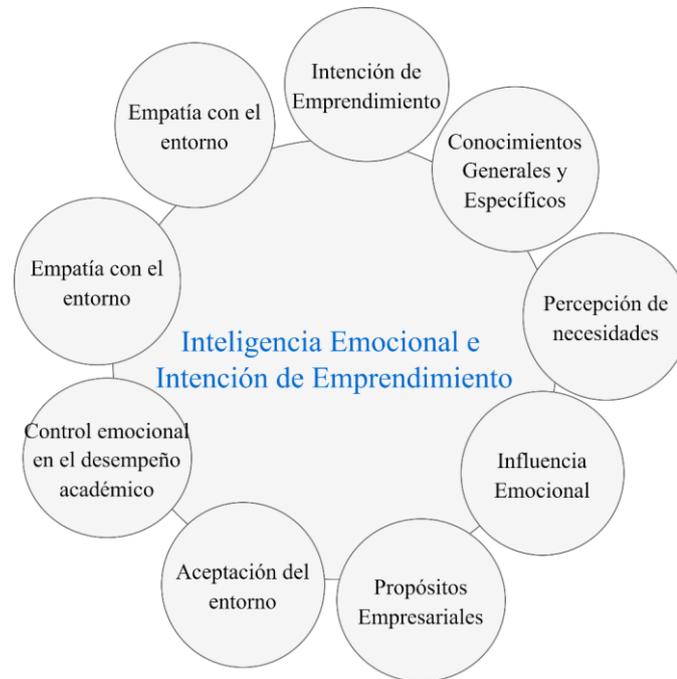
<b>Propósitos empresariales</b>	<b>Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría iniciar una empresa</b>
<b>Aceptación del entorno</b>	<b>Si decidiera crear una empresa. ¿La gente de su entorno cercano aprobaría esa decisión? Sus amigos</b>  <b>Si decidiera crear una empresa. ¿La gente de su entorno cercano aprobaría esa decisión? Sus colegas</b>
<b>Control emocional en el desempeño académico</b>	<b>Tengo control sobre mis emociones en clases y cuando recibo calificaciones de un trabajo académico</b>
<b>Empatía con el entorno</b>	<b>Arreglo las cosas para que otros se diviertan</b>
<b>Esfuerzo y sostenibilidad</b>	<b>Poner en marcha una empresa y mantenerla en funcionamiento sería una casualidad para mí.</b>

### **Descripción de la Propuesta de Estrategias que potencialicen la intención de emprendimiento a través del control emocional**

Conocer a cerca de la influencia que tiene la Inteligencia Emocional sobre la Intención de Emprendimiento ha permitido abordar aspectos emocionales que no se creía mayormente importante al momento de tener la intención de emprender. Es preciso mencionar, autores como Hassan & Omar (2016), Hernández 2017, Mayer (1997), Kibuka (2011) muestran que en la medida en la que una persona pueda manejar factores propios de cada ser humano ya sean: conductuales, emocionales o sociales, pueden llegar a tener capacidades de mejor respuesta ante momentos de duda, incertidumbre o éxito al iniciar con una idea de negocio. En este contexto Manosalvas (2017) pone en manifiesta la relación existente entre la Inteligencia Emocional con la Intención de Emprendimiento en un contexto Latinoamericano, y es por esta razón que la propuesta para este estudio parte de este modelo, pero aterrizado a la realidad de Instituciones de Educación Superior Públicas ecuatorianas.

**Figura 14.**

*Propuesta de la relación de la Inteligencia Emocional en la Intención de Emprendimiento en el Instituto Superior Tecnológico Yavirac.*



Intención de Emprendimiento se refiere al firme propósito de desarrollar una idea de negocio con perspectiva de convertirse en una empresa a futuro generadora de beneficios económicos y fuentes de empleo.

Percepción de necesidades, se relaciona con la capacidad de identificar los mensajes que el entorno cercano le puede transmitir de manera verbal o no verbal y destacar en ellos elementos relevantes que puedan serle útil en el desarrollo de su emprendimiento.

Influencia Emocional, describe la relación que existe entre las manifestaciones emocionales y la capacidad de generar propuestas innovadoras para cualquier entorno o temática que aborde.

Propósitos Empresariales, manifiesta la proyección objetiva de alcanzar metas que suponen desafíos personales y profesionales en un tiempo determinado capaces de evidenciar resultados exitosos.

Aceptación del Entorno, expresa el apoyo absoluto o relativo que el entorno más cercano puede manifestar a la propuesta de negocio que se pretende desarrollar.

Control Emocional en el desempeño Académico, se refiere al control emocional que puede expresar en situaciones académicas específicas que suponen un grado superior de tensión.

Empatía con el entorno, describe la capacidad emocional de sentir afinidad con situaciones propias de su entorno para las cuales propone alternativas que modifiquen circunstancias específicas.

Esfuerzo y Sostenibilidad, expresa la posibilidad de mantener vigente y exitosa una idea de negocio a través de procesos eficientes que pudieran suponer un esfuerzo superior del individuo.

## **2.5 Conclusiones Capítulo II**

Se logró generar un nuevo modelo de dimensiones de relación de Inteligencia Emocional en la Intención de Emprendimiento en los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio Yavirac.

A través de los resultados presentados por el Coeficiente de correlación de Pearson y Spearman, fue posible evidenciar el grado moderado de relación entre las dos variables en mención.

Los Cuestionarios de Inteligencia Emocional e Intención de Emprendimiento miden estas dos variables nueve factores, es aplicable a estudiantes de educación media y superior y permite identificar si existe relación entre la Inteligencia Emocional e Intención de Emprendimiento. La prueba de Alpha de Cronbach determinó que todos los ítems alcanzaron una fiabilidad aceptable. Además, cuenta con validez interna como señalan los resultados de la medida KMO (0,86) y Barlett de todas las variables, en donde se encontró que en general las intercorrelaciones entre las variables es significativa. Además, en la prueba del chi cuadrado de R de Pearson se identificó que existe correlación significativa entre la Inteligencia Emocional y la Intención de Emprendimiento.

## **CAPÍTULO III. APLICACIÓN Y/O VALIDACION DE LA PROPUESTA**

### **3.1. Evaluación de expertos**

Una vez que se formuló la propuesta se procedió a realizar la validación por expertos, que tuvo como objetivo el conseguir el aval de expertos o especialistas en temas de administración y emprendimiento, de tal forma, que su juicio permita certificar la validez de la propuesta sobre el nuevo modelo de dimensiones para evaluar la relación que existe de la inteligencia emocional sobre la intención de emprendimiento

Para la validación de la propuesta del nuevo modelo, se consideró que los especialistas cumplan con el siguiente perfil:

Título de cuarto nivel con Maestría en Administración de Empresas, conocimiento sobre creación de emprendimientos y experiencia de por lo menos 5 años en cargos de docencia de educación superior. Los validadores fueron:

Adrián Rafael Egas Huertas

Mauricio Tamayo

Tatiana Alexandra Vizcaíno Cárdenas

Dentro de los métodos que existen de evaluación de expertos se opta por el propuesto por Rigby (2002), citado por Salgado (2020) porque presenta las siguientes ventajas:

- Es flexible porque se adapta a diversos proyectos o áreas.
- Es complementario porque combina conocimientos, experiencias e intereses de distintos ámbitos: científicos, organizacionales, sociales, entre otros.

- Es aceptable porque las personas que participan como validadores cuentan con la experticia necesaria en el ámbito académico, lo que provoca que sus criterios sean aceptados por parte de quienes en el futuro pudieran usar la propuesta.

Para el efecto, se envió a cada uno de los validadores una solicitud de validación (ver Anexo 3) acompañada de la propuesta vía correo electrónico y el formulario de validación en el que se encuentran los criterios de evaluación que se presentan a continuación:

**Tabla 15.**

*Componente de evaluación de resultados*

<b>Componentes de evaluación</b>	<b>Criterio</b>	<b>Descriptor</b>
I. Evaluación General	Pertinencia	Objetivos Justificación Necesidades y expectativas de los estudiantes Viabilidad
II. Evaluación del impacto en el ámbito educativo	Coherencia	Aceptación del modelo Metodología
III. Institucionalización de la propuesta	Relevancia	Motivación al desarrollo de emprendimientos desde las aulas de clase
	Generalización	Propuesta de aplicación del modelo en Institutos de Educación Superior

*Elaborado por: Karla Vizcaíno*

*Fuente: Covarrubias, P., & Marín, R. (2015)*

Los objetivos, justificación, aplicabilidad de la propuesta de metodología se consideran muy adecuados y adecuados para los estudiantes del Instituto Yavirac. Debido a que estos parámetros analizados y propuestos pueden ser de gran utilidad para la realidad institucional, puesto que permitirá crear planes motivacionales a través de estrategias, en que los estudiantes sean los promotores de sus propios emprendimientos y que estos sean sostenibles en el tiempo.

### 3.2. Evaluación de impactos o resultados

Después de evaluar cada criterio, los especialistas dieron una calificación global a toda la propuesta e hicieron las recomendaciones pertinentes para que sean tomadas en cuenta. A continuación, se presenta el resumen de la evaluación otorgada por los especialistas a la propuesta.

**Tabla 16.**

*Resultados globales de la evaluación*

Criterios	Calificación		
	Validador 1	Validador 2	Validador 3
Evaluación General	<i>Muy adecuada</i>	<i>Muy adecuada</i>	<i>Muy adecuada</i>
Evaluación del impacto en el ámbito educativo	<i>Muy adecuada</i>	<i>Muy adecuada</i>	<i>Muy adecuada</i>
Institucionalización de la propuesta	<i>Muy adecuada</i>	<i>Muy adecuada</i>	<i>Muy adecuada</i>

**Elaborado por:** Karla Vizcaíno

El primer componente de evaluación general muestra que tanto los objetivos como la justificación, engloban la necesidad y expectativa que tiene la propuesta dentro del Instituciones de Educación Superior Públicas y su viabilidad es alta, debido a que es pertinente hacer énfasis en la educación empresarial de los estudiantes de todos los niveles de estudio.

El segundo componente de evaluación del impacto en el ámbito educativo y la metodología evidencian coherencia, es preciso mencionar que la aceptación de la propuesta es adecuada, siempre y cuando los docentes que imparten materias como emprendimiento o afines a ésta, tengan el conocimiento para transmitir aspectos psicosociales que pudieran estar influenciando sobre la intención de emprendimiento en los estudiantes.

Finalmente, el componente de Institucionalización de la propuesta presenta relevancia media ya que si bien los docentes pueden hacer énfasis en las características psicológicas sobre la intención de emprender, depende también de la motivación de los estudiantes en el desarrollo de estos rasgos que no son considerados. Sin embargo, se considera que la propuesta de aplicación del modelo

en Institutos de Educación Superior es alta, debido a que esto permitirá motivar a los estudiantes a ser los gestores de sus propios emprendimientos, creando planes motivacionales.

### **3.3. Conclusiones del III capítulo**

Para los intervinientes, la propuesta es viable, pertinente y adaptable en el Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio Yavirac, ya que se adapta a la realidad institucional, misma que puede ser gestora de planes de innovación desde las aulas de clase, logrando aplicar estrategias necesarias para motivar a los estudiantes en la creación de sus propios emprendimientos, con los conocimientos teóricos y prácticos.

Cabe mencionar, que los resultados de la propuesta son favorables, debido a que los componentes evaluados en el estudio son pertinentes, coherentes, relevantes y generales, esto refleja la aplicabilidad con los parámetros técnicos y metodológicos adecuados para otros Institutos de Educación Superior Públicos.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES

### Conclusiones

Existe información limitada sobre la relación entre la intención de emprendimiento y la inteligencia emocional. Sin embargo, se ha recopilado información a nivel general, sobre el análisis inicial de desarrollar un emprendimiento y la influencia sobre los aspectos conductuales y socioeconómicos en las personas, organizaciones y en los países. Cabe recalcar que la información que existe sobre esta relación demuestra que la inteligencia emocional es una característica psicológica determinante en las personas, mismas que tienen la capacidad de controlar sus emociones e incentivar su espíritu emprendedor.

Se logró determinar que si existe relación entre la Inteligencia Emocional y la Intención de Emprendimiento ya que a través de los resultados presentados a través del Coeficiente de Correlación de Spearman y Chi-Cuadrado de Pearson, los valores están sobre el límite inferior expuesto en literatura, demostrando la existencia de relación entre estas dos variables.

Este resultado se relaciona con investigaciones que reportan la influencia de la inteligencia emocional en el proceso emprendedor: primero, los individuos con alta inteligencia emocional desarrollan alta tolerancia al estrés personal y medio ambiental, y a su vez, son más afectivos, dispuestos a ser proactivos y creativos, facilitando el comportamiento emprendedor. Asimismo, existe un efecto directo de la inteligencia emocional sobre el emprendimiento (Ahmetoglu, G., 2011). También se ha encontrado evidencia del efecto positivo y significativo de la Inteligencia Emocional sobre la Intención de Emprendimiento en su relación directa (McLaughlin,). La inteligencia emocional se considera que es uno de los factores clave en la determinación de la intención emprendedora de los individuos, que los lleva a participar en las actividades empresariales (Hassan & Omar, 2016).

También se puede mencionar que la Inteligencia Emocional es un concepto que ha sido probado para producir resultados concretos y prácticos en la última década, y actúa como una variable en la comprensión de los resultados empresariales y procesos de comportamiento, en especial en la población universitaria. La

relevancia de encontrar respuestas sobre el inicio del proceso emprendedor desde las características psicológicas es lo que motivó a plantear esta investigación, considerando los factores emocionales que han sido muy poco estudiados en relación con los comportamientos intencionales para crear emprendimientos (Mortan et al., 2014).

A través de este estudio, fue posible diseñar un nuevo modelo de relación entre la Inteligencia Emocional e Intención de Emprendimiento en los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio Yavirac, debido a que las pruebas estadísticas reflejaron una significancia moderada de relación entre estas dos variables.

La propuesta del modelo, presenta la posibilidad de ser aplicada para cualquier otra Institución de Educación Superior, ya que los parámetros planteados se adaptan a la realidad académica y social de los jóvenes estudiantes de distintos Institutos Técnicos y Tecnológicos de la ciudad de Quito, que comparten características similares.

La generación de estas nuevas Dimensiones como son: Intención de Emprendimiento, Conocimientos Generales y Específicos, Percepción de necesidades, Influencia Emocional, Propósito Empresariales, Aceptación del entorno, Control emocional en el Desempeño Académico, Empatía con el entorno y Esfuerzo y Sensibilidad.

## **Recomendaciones**

Debido a la validez comprobada de los instrumentos se considera la posibilidad de aplicar este modelo a otros sectores sociales sobre todo en el sector rural donde el desarrollo de emprendimiento se maneja de una manera empírica lo que provoca la deserción a corto plazo de la idea de negocio, ya que carecen de estrategias que le permitan al emprendedor conocer las habilidades y la importancia de un adecuado en el proceso de creación y sostenibilidad de un emprendimiento.

Existe escasa información sobre los aspectos necesarios que deben considerarse previo al inicio de un emprendimiento, por lo que es importante considerar que el estudio de la Inteligencia Emocional como variable que afecta a la Intención de Emprendimiento solo es un elemento de muchos otros, que en lo posterior pueden ser sujetos de estudio, con el fin de promover el desarrollo de negocios exitosos y sostenibles en el tiempo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ahmetoglu, G., Leutner, F., & Chamorro, T. (2011). EQ-nomics: Understanding the Relationship between Individual Differences in Trait Emotional Intelligence and Entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, 51(8), 1028-1033. [http:// dx.doi.org/10.1016/j.paid.2011.08.016](http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2011.08.016).
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Anderson, A., & Jack, S. (2008). Role Typologies for Enterprising Education: The Professional Artisan? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 259-273.
- Bahadori, M. (2012). The Effect of Emotional Intelligence on Entrepreneurial Behavior: A Case Study in a Medical Science University. *Asian Journal of Business Management*, 4(1), 81-85.
- Boyd, N., & Vozikis, G. (1994). The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 6477.
- Carlsson, B., Acs, Audretsch, & Braunerhjelm, P. (2009). Knowledge Creation, Entrepreneurship, and Economic Growth: A Historical Review. *Industrial and Corporate Change*, 18(6), 1193-1229.
- Chion, S., & Vincent, Ch. (2016). *Analítica de datos para la modelación estructural*. Lima, Perú: Pearson.
- D'Alessio, F. (2006). *The Influence of Personality, Critical Thinking, and Emotional Intelligence Attributes in Peruvian Managers' Leadership*. (Disertación doctoral). Universidad de Phoenix, Arizona, Estados Unidos. <http://search.proquest.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/docview/304913837/E1A42150FFB84E87PQ/1?accountid=28391>
- Dehkordi, A., Sasani, A., Fathi, M., & Khanmohammadi, E. (2012). Investigating the effect of emotional intelligence and personality traits on entrepreneurial

- intention using the fuzzy Dematel method. *International Journal of Business and Social Science*. 3(13), 286-296.
- Fernández, P., & Extremera, N. (2006). Emotional Intelligence: A Theoretical and Empirical Review of its First 15 Years of History. *Psicothema*, 18, 7-12.
- Fisbhein, M., Midslestadt, A., & Hitchcock, I. (1994). Modelo de la acción razonada. *Reasoned Action Model*.
- Foo, M. (2011). Emotions and Entrepreneurial Opportunity Evaluation. *Entrepreneurship. Theory and Practice*, 35(2), 375-393.
- Garaván, T., & O'Cineide, B. (1994). Entrepreneurship Education and Training Programs: A Review and Evaluation - Part 2. *Journal of European Industrial Training*, 18(11), 13-21.
- Gelard, P., & Emamisaleh, K. (2014). Investigation of the Relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Intention. *International Journal of Management and Humanity Sciences*, 3(7), 2620-2635.
- Gibson, S., & Harris, M. (2008). An Examination of the Entrepreneurial Attitudes of U.S. versus Chinese Students. *Southern Journal of Entrepreneurship*, 1(1), 1-20.
- Goleman, D. (1998). Working with Emotional Intelligence. *New York, NY: Batman*.
- Graña, F. (2002). *Factores asociados al éxito emprendedor en cinco ciudades argentinas*. Universidad Nacional de Mar del Plata - Editorial Martín. <http://nulan.mdp.edu.ar/1105/1/00146.pdf>
- Hassan, R., & Omar, S. (2016). The Effect of Emotional Intelligence and Entrepreneurial Attitude on Entrepreneurial Intention. *Kuwait Chapter of the Arabian Journal of Business and Management Review*, 5(12), 1-10.
- Hermann, F., Manfred, L., & Christian, K. (2007). The Significance of Personality in Business Start-Up Intentions, Start-up Realization and Business Success. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(3), 227 - 251.
- Hernández Sampieri, R. (2018). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTA*. McGraw-Hill Interamericana.

- Hernández, N., Sánchez, R., & Rodríguez, R. (2017). La Inteligencia Emocional en el emprendimiento: Una discusión obligada para generar emprendedores exitosos. *CPMARK- Caderno Profissionnal de Marketing - UNIMEP*, 41-42.
- Hisrich, R., Langan-Fox, J., & Grant, S. (2007). Entrepreneurship Research and Practice. A Call to Action for Psychology. *American Psychologist*, 62(6), 575/589. doi: [http:// dx.doi.org/10.1037/0003-066X.62.6.575](http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.62.6.575).
- Hodzic, S., Ripoll, P., Lira, E., & Zenasni, F. (2015). Can Intervention in Emotional Competences Increase Employability Prospects of Unemployed Adults? *Journal of Vocational Behavio*, 88, 28-37.
- Hytti, U., & O'Gorman, C. (2004). What is “Enterprise Education”? An Analysis of the Objectives and Methods of Enterprise Education Programmes in Four European Countries. *Education and Training*, 46(1), 11-23.
- Kamalian, A., & Fazel, A. (2011). Discussing the Relationship between IE and Students Entrepreneurship. *Entrepr. Dev.*, 3(11), 127 - 146.
- Karimi, P., Kloshani, M., & Bakhshizadeh, A. (2012). A comparative study on emotional intelligence and cognitive between successful and unsuccessful entrepreneurs. *Management Science Letters*, 2(6), 2071-2076.
- Kolvereid, L., & Isaksen, E. (2006). New Business Start-Up and Subsequent entry into Self-Employment. *Journal of Business Venturing*, 21(6), 866-885.
- Krueger, N., Reilly, M., & Carsrud, A. (2000). . Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432.
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Izquierdo, E. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador* [Guayaquil, Ecuador: ESPAE-ESPOL].
- Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>

- Luque, L., Galicia, E., Pérez, V., & Ariza, L. (2015). Inteligencia emocional y factores cognitivos y su relación con los modelos de intención emprendedora. *En Emprendimiento e innovación: Creando empresas competitivas. IV Workshop de la Universidad Pablo de Olávide, Sevilla, España.*
- McLaughlin, E. B. (2012). *An Emotional Business: The Role of Emotional Intelligence in Entrepreneurial Success*. UNT Digital Library. Retrieved diciembre 8, 2021, from [http://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc115117/m2/1/high\\_res\\_d/dissertation.pdf](http://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc115117/m2/1/high_res_d/dissertation.pdf)
- McMullen, J., & Shepherd, D. (2006). Entrepreneurial Action and the Role of Uncertainty in the Theory of the Entrepreneur. *Academy of Management Review, 31*(1), 132-152.
- Merino, M., & Vargas, C. (2011). Evaluación comparativa del potencial emprendedor de Latinoamérica: Una perspectiva multinivel. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración, (46)*, 38-54.
- Mortan, R., Ripoll, P., Carvalho, C., & Bernal, M. (2014). Effects of Emotional Intelligence on Entrepreneurial Intention and Self-Efficacy. *Journal of Work and Organizational Psychology, 30*(3), 97-104.
- Olmos, R., & Castillo, M. (2008). *Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid España*. [En: Anais XIX Congreso Latinoamericano y del Caribe sobre el Espíritu Empresarial, Florianópolis, Brasil.
- Palma, Y. (2011). Factores que inciden en la intencionalidad de emprender de los estudiantes universitarios en Panamá. *Universidad Politécnica de Cataluña. Cataluña. España.*
- Palomeque, M., Plaza, J., & Tapia, N. (2020). Emotional intelligence and entrepreneurship: brief approach to understanding. *Revista Universidad y Sociedad. Scielo, 12*(4).
- Pozen, D. (2008). We are all Entrepreneurs Now. *Wake Forest Law Review, 43*(1), 283-340.

- Salovey, P., & Mayer, J. (1990). Emotional Intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*, 9(3), 185-211. <http://dx.doi.org/10.2190/DUGG-P24E-52WK6CDG>
- Salvador, C. (2008). Impacto de la inteligencia emocional percibida en la autoeficacia emprendedora. *Boletín de Psicología*, (92), 65-80.
- Shane, S. (2003). A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus. *Northampton, MA: Edward Elgar Publishing*.
- Shane, S. A. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-opportunity Nexus*. Edward Elgar.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). Social Dimensions of Entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.). *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 72-90.
- Sternberg, R. J., Kaufman, S. B., & Sternberg, R. J. (Eds.). (2011). *The Cambridge Handbook of Intelligence*. Cambridge University Press.
- Wennekers, A., & Thurik, A. (2005). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, 13(1), 27-55.
- Zampetakis, L. A., Kafetsios, K., Bouranta, N., Dewett, T., & Moustakis, V.S. (2009). On the Relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Attitudes and Intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 15(6), 1355-2554.  
doi: 10.1108/13552550910995452.
- Zhao, H., Seibert, S., & Lumpkin, T. (2010). The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Review. *Journal of Management*, 36, 381-404. doi:10.1177/ 0149206309335187

# ANEXOS

## Anexo 1. Formato de Encuesta



### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

#### **CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO PÚBLICO SUPERIOR TECNOLÓGICO YAVIRAC**

Este cuestionario tiene fines académicos y tiene como propósito recabar datos para el trabajo de titulación de Maestría en Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Cotopaxi con el título: “Inteligencia Emocional e Intención de Emprendimiento en Estudiantes de Instituciones Públicas de Educación Superior Tecnológicas Ecuatorianas”. El cuestionario es una adaptación del Test de inteligencia emocional, elaborado por Schutte et al. (1998), conocido como Schutte Self Report Inventory (SSRI). En su versión adaptada al español por Chico (1999), la escala se desarrolló sobre la base del modelo original de Salovey y Mayer (1990), y en sus formatos revisados (Mayer & Salovey, 1997; Mayer, Salovey & Caruso, 2002). Los datos que usted brinde tienen el carácter de confidencial y serán usados únicamente con fines académicos. Al responder este cuestionario, usted aceptará el consentimiento informado requerido.

## Anexo 2. Datos demográficos

Después de cada enunciado marque con una X una sola opción de respuesta:

Género	Masculino	
	Femenino	

Edad	Años	
	18 - 22	
	23 - 27	
	28 - 32	
	33 - 37	

Indique la carrera que está siguiendo	Desarrollo de Software	
	Marketing	
	Guía Nacional de Turismo	
	Arte Culinario	

Nivel de estudios que está cursando (semestre)	Primer Semestre	
	Segundo Semestre	
	Tercer Semestre	
	Quinto Semestre	

Estado civil	Soltero	
	Casado	
	Divorciado	
	Separado	
	Unión Libre	

Discapacidad	Si	
	No	

Etnia	Montubio	
	Mulato	

	Negro	
	No registra	

Provincia de Origen	Cotopaxi	
	Esmeraldas	
	Los Ríos	
	Manabí	
	Orellana	
	Pichincha	
	Santa Elena	
	Sucumbíos	
	Santo Domingo	

### ANEXO 3: VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

#### Validación Docentes del Instituto Superior Tecnológico Turismo y Patrimonio YAVIRAC

FICHA TÉCNICA DEL VALIDADOR	
Nombre:	Adrián Rafael Egas Huerta
Profesión:	Comunicador
Cargo que ocupa:	Docente
Empresa:	IST Yavirac
Teléfono:	0987018440

Aspectos	Escala de Valoración	Muy adecuada	Adecuada	Medianamente adecuada	Poco adecuada	Nada adecuada
Objetivos		X				
Justificación		X				
Necesidades y expectativas		X				
Viabilidad		X				
Aceptación			X			
Metodología		X				
Operatividad		X				
Políticas		X				
Aplicabilidad			X			
Comprensión		X				
Creatividad		X				
Impacto			X			

Luego de analizar los parámetros antes descrito, señalo que la propuesta de estudio reúne las condiciones necesarias para su implementación en el Instituto, ya que las estrategias propuestas se pueden ejecutar sin problemas, además pueden ser utilizadas en futuras investigaciones.

La investigadora puede hacer uso de este certificado en lo que estime conveniente.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:  
**ADRIAN RAFAEL  
 EGAS HUERTA**

**FICHA TÉCNICA DEL VALIDADOR**

Nombre: MAURICIO TAMAYO  
 Profesión: INGENIERO EN SISTEMAS Y COMPUTACIÓN  
 Cargo que ocupa: COORDINADOR TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN  
 Empresa: INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO YAVIRAC  
 Teléfono:0982417259

Aspectos \ Escala de Valoración	Muy adecuada	Adecuada	Medianamente adecuada	Poco adecuada	Nada adecuada
Objetivos	x				
Justificación	x				
Necesidades y expectativas		x			
Viabilidad	x				
Aceptación		x			
Metodología	x				
Operatividad	x				
Políticas	x				
Aplicabilidad	x				
Comprensión	x				
Creatividad		x			
Impacto	x				

Una vez analizados los parámetros propuestos en la tabla anterior me permito mencionar que serían de gran utilidad para la realidad institucional, puesto que permitirá crear planes motivacionales para mediante estrategias necesarias para que los estudiantes a sean los promotores de sus propios emprendimientos y que puedan sostenerlos en el tiempo

Mgs. Mauricio Tamayo



**FICHA TÉCNICA DEL VALIDADOR**

Nombre: TATIANA VIZCAINO  
 Profesión: MASTER EN GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS  
 Cargo que ocupa: COORDINADORA CENTRO DE EDUCACIÓN CONTINUA Y SERVICIOS ESPECIALIZADOS YAVIRAC  
 Empresa: INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO YAVIRAC  
 Teléfono:0982327784

Aspectos \ Escala de Valoración	Muy adecuada	Adecuada	Medianamente adecuada	Poco adecuada	Nada adecuada
Objetivos	x				
Justificación	x				
Necesidades y expectativas		x			
Viabilidad	x				
Aceptación		x			
Metodología	x				
Operatividad	x				
Políticas	x				
Aplicabilidad	x				
Comprensión	x				
Creatividad	x				
Impacto	x				

Luego de analizar los parámetros descritos en la tabla anterior me permito mencionar que estos se ajustan a la realidad institucional, puesto que permiten identificar la relación existente entre e la inteligencia emocional y la intención de emprendimiento en estudiantes del Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio Yavirac, lo que permitirá aplicar las estrategias necesarias para motivar a los estudiantes a ser los gestores de sus propios emprendimientos

Mgs. Tatiana Vizcaíno C.  
 503050445



FORMADO ALIANTO@YAVIRAC.2021  
**TATIANA ALEXANDRA  
 VIZCAINO CORDERAS**