

Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias Económico Administrativas

Escuela Profesional de Administración de Empresas



INFLUENCIA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL E INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN LA AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA DE TRABAJADORES DEL MALL AVENTURA PLAZA. AREQUIPA, 2017

Tesis presentado por las Bachilleres:

Escalante Lira, Fabiola Stephanie
Zeballos Vega, Marycielo Nashely

para optar el Título Profesional de:

Licenciada en Administración de Empresas

Asesor:

Dr. Vargas Espinoza, Luis

AREQUIPA - PERÚ

2017

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
URB. SAN JOSÉ S/N - UMACOLLO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

DICTAMEN DE BORRADOR DE TESIS

Vista la documentación suscrita con visto aprobatorio por los docentes: Mgter. Henry Núñez Rodríguez y Mgter. Verónica Trillo Espinoza, en relación al Borrador de Tesis Titulado: **“INFLUENCIA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL E INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN LA AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA DE TRABAJADORES DE MALL AVENTURA PLAZA. AREQUIPA, 2017”** Presentado por las señoritas bachilleres: ESCALANTE LIRA, FABIOLA STEPHANIE Y ZEBALLOS VEGA, MARYCIELO NASHELY.

SE DECRETA:

Aprobar el Borrador de Tesis, Presentado por: ESCALANTE LIRA FABILA STEPHANIE Y ZEBALLOS VEGA, MARYCIELO NASHELY, de acuerdo al informe del jurado Pre - dictaminador que forma parte del presente dictamen.

Arequipa, 01 de diciembre de 2017

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA


Dr. ERNESTO LUIS VERA BALLÓN
Director de la Escuela Profesional
de Administración de Empresas

LVE/DEPAE
Rn

Dedicamos esta tesis:

A Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado a este momento tan importante de mi formación. A mi madre y a mi padre por ser los pilares más importantes de mi vida. A mi hermano Ramiro, por estar conmigo y apoyarme siempre. A Rodrigo por tu comprensión y aliento incondicional. Y a mi amiga Marycielo, por que sin el equipo que formamos no hubiéramos logrado esta meta.

Fabiola

A Dios, la Virgen y el Señor de los Milagros, por permitirme llegar a este momento tan especial en la vida. A mis padres, por ser las personas que me han acompañado en todo mi trayecto estudiantil y de vida, que con sus consejos han sabido guiarme para culminar mi carrera profesional. A mi hermano Cesar, por haberme dado su apoyo incondicional para lograr esta meta, siendo mi ejemplo y guía cada día. Y a mi amiga Fabiola por que sin el equipo que formamos no hubiéramos logrado esta meta.

Marycielo

Nuestro especial agradecimiento,

Primero que nada agradecemos a Dios por habernos dado la vida y permitirnos llegar a este momento con salud y fortaleza.

A nuestros padres y hermanos por brindarnos su apoyo incondicional a lo largo de nuestra vida.

A nuestros maestros, por sus enseñanzas continuas y que con sabiduría nos transmitieron sus conocimientos para lograr nuestras metas.

A nuestra Escuela Profesional por su constante apoyo a lo largo de nuestra vida universitaria y en la realización de nuestra tesis profesional.

A nuestra alma mater "Universidad Católica de Santa María", que nos abrió sus puertas para nuestra formación profesional y por las oportunidades que nos brinda constantemente.

Y a todas las personas que siempre estuvieron con nosotras en las buenas y en las malas brindándonos soporte. Gracias.

Fabiola y Marycielo

El éxito no se logra sólo con cualidades especiales. Es sobre todo un trabajo de constancia, de método y de organización."

J.P. Sergent



ÍNDICE

RESUMEN

SUMMARY

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO TEÓRICO	1
1. PROBLEMA.....	1
2. DESCRIPCIÓN.....	3
2.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	3
2.2. TIPO DE PROBLEMA.....	3
2.3. ANÁLISIS DE VARIABLES.....	3
2.4. INTERROGANTES BÁSICAS.....	5
3. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	6
4. OBJETIVOS.....	7
5. MARCO TEÓRICO.....	8
5.1. INTELIGENCIA EMOCIONAL.....	8
5.2. INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO.....	17
5.3. AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA.....	24
5.4. ANTECEDENTES.....	26
CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO OPERACIONAL	29
1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	29
2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	29
3. CAMPO DE VERIFICACIÓN.....	32
3.1. ÁMBITO.....	32
3.2. TEMPORALIDAD.....	32
3.3. UNIDADES DE ESTUDIO.....	32
3.3.1. UNIVERSO.....	32
3.3.2. MUESTRA.....	32
4. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	34
5. RECURSOS NECESARIOS.....	34
5.1. HUMANOS.....	34
5.2. MATERIALES.....	34

5.3. FINANCIEROS.....	34
CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
CONCLUSIONES.....	52
RECOMENDACIONES.....	54
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	56
ANEXOS.....	65



LISTA DE TABLAS Y GRÁFICOS

Tabla 1	Nivel de inteligencia emocional de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	36
Gráfico 1	Nivel de inteligencia emocional de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	36
Tabla 2	Resultados obtenidos en las dimensiones de inteligencia emocional de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	37
Tabla 3	Intención de emprendimiento de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	38
Gráfico 2	Intención de emprendimiento de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	38
Tabla 4	Nivel de autoeficacia emprendedora de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	39
Gráfico 3	Nivel de autoeficacia emprendedora de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	39
Tabla 5	Edad y sexo de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	40
Gráfico 4	Edad y sexo de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	41
Tabla 6	Nivel de instrucción de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	42
Gráfico 5	Nivel de instrucción de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	42
Tabla 7	Tiempo de trabajo de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	43

Gráfico 6	Tiempo de trabajo de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	44
Tabla 8	Tiempo de experiencia laboral de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	45
Gráfico 7	Tiempo de experiencia laboral de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	45
Tabla 9	Carga familiar de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	46
Gráfico 8	Carga familiar de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	47
Tabla 10	Influencia de la inteligencia emocional en la autoeficacia emprendedora de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	47
Gráfico 9	Influencia de la inteligencia emocional en la autoeficacia emprendedora de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	48
Tabla 11	Influencia de la inteligencia emocional en la intención de emprendimiento de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	49
Gráfico 10	Influencia de la inteligencia emocional en la intención de emprendimiento de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	49
Tabla 12	Correlación entre las características de los trabajadores, inteligencia emocional, intención de emprendimiento y la autoeficacia emprendedora de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.....	50

RESUMEN

Se realizó un estudio de tipo descriptivo correlacional de corte transversal cuyo objetivo fue determinar la influencia de la inteligencia emocional e intención de emprendimiento en la autoeficacia emprendedora de trabajadores del Mall Aventura Plaza. Se aplicó como técnica la encuesta, los instrumentos aplicados fueron la ficha de recolección de datos, el Inventario de Competencias Emocionales de Goleman, el Cuestionario de Intención Emprendedora y el Instrumento de autoeficacia emprendedora de De Noble et al. La muestra de estudio estuvo conformada por 221 trabajadores de distintas tiendas del Mall Aventura Plaza, a excepción de las tiendas ancla.

Como resultados, se obtuvo que el nivel de inteligencia emocional de los trabajadores del Mall Aventura Plaza es alto en 51,58%. Las dimensiones más desarrolladas en los trabajadores, son la empatía y el autoconocimiento. El 61,54%, tiene alta intención de emprendimiento; el nivel de autoeficacia emprendedora de los trabajadores fue alto en 81%. Se observó que la inteligencia emocional y la intención de emprendimiento influyen de forma significativa en la autoeficacia emprendedora. Las características del personal que se correlacionan con la inteligencia emocional, intención de emprendimiento y autoeficacia emprendedora son la edad, el sexo femenino, nivel de instrucción y el tiempo de experiencia laboral.

Palabras clave: inteligencia emocional, intención de emprendimiento, autoeficacia emprendedora.

SUMMARY

A cross-sectional, descriptive, descriptive study was carried out whose objective was to determine the influence of emotional intelligence and entrepreneurial intention in the entrepreneurial self-efficacy of Mall Aventura Plaza workers. The survey was applied as a technique, the instruments applied were the data collection form, the Inventory of Emotional Competences of Goleman, the Entrepreneurial Intent Questionnaire and the Entrepreneurial Self-Efficacy Instrument of De Noble et al. The study sample consisted of 221 workers from different stores in the Mall Aventura Plaza, except for the anchor stores.

As a result, it was obtained that the emotional intelligence level of Mall Aventura Plaza workers is high at 51.58%. The most developed dimensions in the workers are empathy and self-knowledge. 61.54% have a high intention of entrepreneurship; the level of entrepreneurial self-efficacy of the workers was high at 81%. It was observed that emotional intelligence and the intention of entrepreneurship have a significant influence on entrepreneurial self-efficacy. The characteristics of the personnel that correlate with emotional intelligence, entrepreneurial intention and entrepreneurial self-efficacy are age, female gender, level of instruction and time of work experience.

Keywords: emotional intelligence, entrepreneurial intention, entrepreneurial self-efficacy.

INTRODUCCIÓN

En el campo de acción de la Administración de Recursos Humanos, intervienen una serie amplia de variables que adquieren importancia porque ejercen influencia directa en el desempeño de los trabajadores en distintas áreas del quehacer empresarial u organizacional. Es por eso, que el estudio de la inteligencia emocional e intención de emprendimiento constituye una línea de investigación que viene cobrando creciente interés, debido a que actualmente la situación económica, las brechas en el acceso al empleo y la necesidad que existe en nuestro medio de que las personas, sobre todo los egresados de las diferentes escuelas profesionales puedan abrirse camino en el mercado laboral siendo capaces de identificar y aprovechar las oportunidades que el mercado le ofrece para generar una propia empresa, negocio o emprendimiento y al mismo tiempo tener autoeficacia en la actividad desarrollada.

Sabemos que cuando las personas finalizan sus estudios, la mayoría de ellos decide buscar un empleo que le permita desempeñarse en su carrera profesional y todavía en nuestro medio, muchos egresados ansían en acceder a un puesto laboral ya sea en una institución pública o una organización privada, lo cual, facilita la necesidad de obtener un trabajo relativamente estable y seguro, en el que podrán permanecer durante varios años y concretizar su proyecto de vida. Sin embargo, estamos siendo testigos de una tendencia cada vez más creciente de que

otros jóvenes, apuntan por una menor necesidad de seguridad o estabilidad laboral y material y dan mayor preponderancia a las necesidades sociales o la capacidad de autorrealización; desean ser más autónomos e independientes en el aspecto laboral; muestran preferencia por el autoempleo y prefieren trabajar en pequeñas empresas o crear nuevas empresas. En general, las tendencias internacionales nos muestran, que el trabajo a tiempo parcial, la subcontratación, las consultorías, el autoempleo y en general los modelos de empleo flexibles, son algunos de los rasgos característicos de las nuevas tendencias en administración y economía.

Por lo anterior, nos vimos motivadas a realizar la presente investigación, porque consideramos que es necesario el estudio de estas variables ya que creemos que estas tendencias internacionales, cada vez cobran más fuerza en nuestro territorio, entonces se necesita de la participación de los profesionales en Administración de Empresas, para que en base a nuestras competencias profesionales se pueda dar un valioso aporte para que esta tendencia hacia el emprendimiento y autoempleo, sea beneficiosa tanto para las personas que deciden realizar algún emprendimiento pero también para la sociedad.

El presente estudio fue realizado mediante la aplicación de los instrumentos ad hoc a una muestra de trabajadores del Mall Aventura Plaza, habiendo elegido dicha población, porque la mayoría de ellos son jóvenes bachilleres o profesionales en carreras como Administración de Empresas, Ingeniería Industrial o Comercial, Contabilidad, entre otras, y tienen deficientes condiciones laborales e inestabilidad, por lo que podría existir la necesidad de generarse un autoempleo, iniciar algún emprendimiento que los ayude a concretizar su proyecto de vida y contribuir a su desarrollo personal, familiar y social.

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. PROBLEMA

En el ámbito contemporáneo empresarial, los recursos humanos constituyen el recurso más importante para las organizaciones que desean consolidarse en el mercado y mantener su competitividad. Por esta razón, los administradores están en la necesidad de indagar acerca de aquellos factores que pueden ejercer alguna influencia en el desempeño de los trabajadores, debido a que algunos de ellos presentan un desempeño muy eficiente, otros tienen desempeño promedio y algunos un menor desempeño, así como también se pueden observar diferencias en diversas cualidades, habilidades para interrelacionarse con otras personas y con los clientes, manejo de relaciones interpersonales, proactividad, y principalmente actitudes y aptitudes que demuestran la intención o capacidad de emprendimiento, todos estos aspectos constituyen factores impulsados por la inteligencia de los trabajadores.

Anteriormente en el medio empresarial, se priorizaba la formación científica, técnica y las capacidades mecánicas de los trabajadores, restando importancia al desarrollo emocional o se consideraba que estas podían

incluso disminuir la eficiencia de los trabajadores en el desempeño de su trabajo; sin embargo, de forma progresiva esta situación ha ido cambiando, y se ha demostrado que para lograr el éxito en el desempeño profesional y personal, que es la meta a la que todas las personas aspiran, así como también, para lograr el éxito a nivel empresarial, resultan indispensables las competencias emocionales, al igual que la formación científica – técnica. A partir de ello, es que diversos autores señalan que la inteligencia emocional es una variable de suma importancia para el desarrollo eficiente de los trabajadores y al mismo tiempo, impulsa sus deseos de salir adelante, de lograr una mayor autosuperación buscando estrategias que contribuyan a esta meta, ayudarlos a desarrollar la intención de emprendimiento y motivar la autoeficacia emprendedora.

Se ha podido observar, que en el caso específico de los trabajadores del Mall Aventura Plaza, existen ciertos aspectos de los trabajadores y de las condiciones laborales, por las cuales, los trabajadores se manifiestan carentes de adaptabilidad, se sienten poco motivados y consideran que existe una inadecuada comunicación con los niveles directivos, esta situación origina que los trabajadores muestren una actitud poco favorable frente al trabajo, bajos niveles de iniciativa, de emprendimiento y un bajo interés en lograr un desempeño destacado o por encima del promedio, es decir, que sólo se preocupan por cumplir su trabajo por un interés económico, pero no están comprometidos con la mejora de su desempeño y principalmente no tienen intención de emprendimiento ni autoeficacia emprendedora, a través de los cuales, no sólo podrían mejorar su desempeño laboral, sino potencializar sus competencias y mejorar su situación laboral y desarrollo personal.

Por los hechos descritos anteriormente, el estudio estuvo orientado a resolver la siguiente interrogante:

¿Cómo influye la inteligencia emocional e intención de emprendimiento en la autoeficacia emprendedora de trabajadores del Mall Aventura Plaza. Arequipa, 2017?

2. DESCRIPCIÓN

2.1. Campo, Área y Línea

Campo: Ciencias Económico Administrativas.

Área: Administración.

Línea: Recursos Humanos.

2.2. Tipo de problema

El estudio es descriptivo correlacional y de corte transversal.

2.3. Análisis de variables

a. Análisis de variables

Variables independientes:

Inteligencia emocional

Intención de emprendimiento

Variable dependiente:

Autoeficacia emprendedora

b. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	INDICADORES	SUBINDICADORES	MEDIOS
VARIABLES Independientes			
Inteligencia emocional	Autoconocimiento Autorregulación Motivación Empatía Habilidades sociales	Alto Medio Bajo	Inventario de Competencias Emocionales de Goleman
Intención de emprendimiento	Atracción profesional Norma subjetiva Autoeficacia Intención emprendedora	Medidas de dispersión de cada indicador	Cuestionario de Intención Emprendedora
Variable Dependiente			
Autoeficacia emprendedora	Afrontar cambios inesperados Construir un entorno innovador Definir el objetivo central del negocio Desarrollar los recursos humanos clave Descubrir nuevos productos y oportunidades de mercado Buscar relaciones con inversores	Medidas de dispersión de cada indicador	Instrumento de autoeficacia emprendedora de De Noble et al.
VARIABLES intervenientes			
Edad	Fecha de nacimiento	Años	Ficha de datos generales
Sexo	Caracteres sexuales secundarios	Masculino Femenino	
Nivel de instrucción	Estudios concluidos o en curso	Secundaria incompleta Secundaria completa Superior técnico incompleto Superior técnico completo	

Profesión	Carrera técnica o profesional en curso o concluida	Superior universitario incompleto Superior universitario completo Diversas	
Tiempo de trabajo	Tiempo que se encuentra trabajando en el Centro comercial	Meses o años	
Tiempo de experiencia laboral	Tiempo total que ha trabajado	Meses o años	
Carga familiar	Tiene familia	Sí No	

2.4. Interrogantes básicas

¿Cuál es el nivel de inteligencia emocional de los trabajadores del Mall Aventura Plaza?

¿Cómo es la intención de emprendimiento de los trabajadores del Mall Aventura Plaza?

¿Cuál es el nivel de autoeficacia emprendedora de los trabajadores del Mall Aventura Plaza?

¿La inteligencia emocional y la intención de emprendimiento influyen en la autoeficacia emprendedora de los trabajadores del Mall Aventura Plaza?

¿Cómo se correlacionan las características de los trabajadores con la inteligencia emocional, la intención de emprendimiento y la autoeficacia emprendedora de los trabajadores del Mall Aventura Plaza?

3. JUSTIFICACIÓN

Justificación académica: la realización del estudio es importante, porque permitirá desarrollar una línea de investigación, poco abordada en nuestro medio, además de que va propiciar un mejor conocimiento y comprensión del tema, incidiendo en los aspectos que influyen en la intención de emprendimiento de las personas que trabajan en los centros comerciales. Además, la realización del estudio nos permitirá obtener el Título Profesional de Licenciadas en Administración de Empresas.

Justificación empresarial y económica: la realización del estudio es importante, porque en el 2008, el Perú fue considerado uno de los países con mayor índice de actividad emprendedora en el mundo, ya que obtuvo un índice de actividad emprendedora del 25,6%, lo que significa que uno de cada cuatro peruanos adultos realiza algún tipo de emprendimiento, aunque solo un tercio lo sostiene en el tiempo (1). Además, estudios recientes señalan que cinco de cada seis emprendimientos en el Perú se generan por un tema de aspiraciones de mejora (mayor independencia o ingresos) y no por una falta de oportunidad de empleo, lo cual demuestra que el emprendimiento en el Perú está relacionado al bienestar y las metas del emprendedor (2). Es decir, que la actividad emprendedora tiene un impacto muy favorable en la innovación, la competitividad, la creación de empleo y autoempleo, en el desarrollo sostenible y crecimiento empresarial, así como también en el crecimiento económico del país.

Justificación social: en este aspecto, el estudio se justifica, porque se ha observado que los trabajadores de los centros comerciales de Arequipa, específicamente del Mall Aventura Plaza, muchas veces no trabajan en adecuadas condiciones laborales, sino que existe por parte de las empresas contratistas incumplimiento de las normas y condiciones de trabajo, y este personal, debido a la necesidad de contar con recursos económicos, se mantiene en sus puestos de trabajo, a pesar de que muchos de ellos tienen

una alta formación profesional y quizá también capacidades para iniciar y operar nuevas empresas motivados por el deseo de lograr sus metas personales y profesionales. Sin embargo, actualmente, no se tiene conocimiento ni se cuenta con estudios locales acerca de cómo la inteligencia emocional, la intención de emprendimiento y algunas características personales de los trabajadores pueden influir en la autoeficacia emprendedora, motivo por el cual nos planteamos desarrollar el presente estudio, el mismo que puede ofrecer información relevante para incentivar y mantener la intención de emprendimiento y autoeficacia emprendedora, herramientas importantes para el desarrollo personal.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

Determinar la influencia de la inteligencia emocional e intención de emprendimiento en la autoeficacia emprendedora de trabajadores del Mall Aventura Plaza. Arequipa, 2017.

4.2. Objetivos específicos

Establecer el nivel de inteligencia emocional de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.

Analizar la intención de emprendimiento de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.

Establecer el nivel de autoeficacia emprendedora de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.

Establecer si la inteligencia emocional y la intención de emprendimiento influyen en la autoeficacia emprendedora de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.

Analizar la correlación entre las características de los trabajadores con la inteligencia emocional, la intención de emprendimiento y la autoeficacia emprendedora de los trabajadores del Mall Aventura Plaza.

5. MARCO TEÓRICO

5.1. Inteligencia emocional

5.1.1. Conceptos

Antes de presentar el concepto de inteligencia emocional, existen otros conceptos que ayudan a definir el constructo referido, los que consideramos que son importantes de presentar porque ayudan a lograr una mejor comprensión del concepto de inteligencia emocional. Uno de estos conceptos de interés es: la emoción, que es definida como un estado afectivo que presentan todos los seres humanos y consiste en una reacción subjetiva al ambiente que viene acompañada de cambios orgánicos, es decir, alteración de algunos procesos fisiológicos y endocrinos de origen innato, y que son influidos por la experiencia (3).

Las emociones permiten que el organismo pueda adaptarse al mundo que lo rodea. Las emociones se presentan o manifiestan de forma súbita y bruscamente a manera de una crisis, que suele darse de manera más o menos violenta y al mismo tiempo son pasajeras, en los seres humanos, la experiencia de una emoción, casi siempre involucra un conjunto de cogniciones, actitudes y creencias sobre el mundo, y estos son utilizados para que podamos realizar una valoración o juicio de valor frente a distintas

situaciones concretas, y que, en consecuencia pueden influir en el modo en el que la persona percibe dicha situación (3).

En el año 1990, Salovey y Mayer, aportaron lo que sería la primera definición de la Inteligencia Emocional, y señalaron que “es una forma de inteligencia social que implica la habilidad para dirigir los propios sentimientos y emociones, así como de los demás, saber discriminar entre ellos, y usar esta información para guiar el pensamiento y la propia acción” (4).

Una de las definiciones más aceptadas de la inteligencia emocional es la que aporta Daniel Goleman, quien afirma que la inteligencia emocional es: “la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos y los de los demás, de motivarnos y de manejar adecuadamente las relaciones” (5).

En la definición de Cooper, señala que la inteligencia emocional “es aquello que nos motiva a buscar nuestro potencial único y nuestro propósito que activa nuestros valores íntimos y aspiraciones, transformándolos en cosas en las cuales pensamos. Es también la capacidad de sentir, entender y aplicar eficazmente el poder y la agudeza de las emociones como fuente de energía humana, información, conexión e influencia” (6).

Mercado, conceptualiza a la inteligencia emocional como: “el conjunto de necesidades emocionales, de impulsos y valores verdaderos de una persona que dirige toda su conducta” (7).

Por otro lado, de acuerdo a Bar-On la inteligencia emocional “es una variedad de actitudes, competencias y habilidades no cognoscitivas que influyen en la capacidad de un individuo para lograr el éxito en su manejo de exigencias y profesiones del entorno. Como tal es un factor importante para determinar su capacidad de alcanzar el éxito en la vida e influir directamente su bienestar psicológico general” (8).

5.1.2. Modelos sobre la inteligencia emocional

Existen dos modelos principales que ayudan al estudio y comprensión del constructo de la Inteligencia Emocional, estos son: el modelo mixto y el modelo de habilidad. Según las concepciones de los modelos mixtos, se combinan dimensiones de personalidad como el optimismo y la capacidad de automotivación con habilidades emocionales, este modelo incluye tanto a procesos psicológicos cognitivos como procesos no cognitivos. Autores destacados del modelo mixto son Goleman (5) y Bar-On (8). Según Goleman, la inteligencia emocional está representada por los siguientes componentes (5):

- a. Conciencia de uno mismo, esto se refiere a la capacidad que tienen las personas para conocerse a sí mismos, identificar sus propias emociones y la forma cómo las emociones le afectan.
- b. Autorregulación: entendida como la habilidad que le permite a las personas poder controlar o redirigir sus impulsos y estados de ánimo, es decir, que permite que las personas no se dejen llevar por las emociones del momento.
- c. Motivación: es la habilidad que permite que las personas puedan dirigir las emociones hacia un objetivo con lo cual se pueda mantener la motivación y fijar la atención en las metas, dejando en segundo lugar a los obstáculos.
- d. Empatía: es la habilidad para entender las emociones de las otras personas y para tratarlas de acuerdo con sus reacciones emocionales.
- e. Habilidades sociales: es la habilidad para manejar y construir relaciones con los demás y encontrar un espacio común.

El segundo seguidor de los modelos mixtos de la inteligencia emocional, Bar-On (8), señala que la inteligencia emocional está conformada por los siguientes componentes (8):

a. Habilidades Intrapersonales: entre las que se incluye la Autopercepción, entendida como la capacidad de ser consciente, de valorarse adecuadamente, entenderse y aceptarse a uno mismo, el Autoconocimiento emocional, que es la capacidad de las personas de ser conscientes y entender las propias emociones; la Asertividad, entendida como la capacidad de expresar las propias emociones, ideas, necesidades, deseos y defender sus derechos de forma constructiva; la Autoactualización, es hacer lo que uno desea, sentir disfrute al hacerlo, la Independencia, es la capacidad de auto-dirigirse, auto-controlarse y tener libertad de dependencia emocional (8).

b. Habilidades Interpersonales: fundamentalmente se considera a la Empatía, que es la capacidad de ser consciente, entender, apreciar las emociones y los sentimientos de otros; las Relaciones interpersonales, que son la habilidad para establecer y mantener relaciones satisfactorias con los demás, se caracteriza por la cercanía emocional, intimidad y por dar y recibir afecto; la Responsabilidad social, es la capacidad de mostrarse uno mismo ser parte activa y constructiva del grupo social al que pertenece.

c. Adaptabilidad: incluye la capacidad de Solución de problemas, esto es la habilidad para resolver problemas personales y sociales de forma constructiva y asertiva; el Realismo, es la habilidad para evaluar lo que cada persona es y los hechos que experimenta tanto de forma interna como subjetivamente, así como lo que existe externa y objetivamente; la Flexibilidad, que es la habilidad para ajustar los propios sentimientos y las conductas que adoptan las personas frente a situaciones cambiantes y nuevas.

d. Manejo del estrés: comprende la tolerancia al estrés, es la habilidad para enfrentar diferentes sucesos que se presentan de forma adversa, las situaciones que causan estrés y las emociones fuertes sin tratar de demostrar una falsa fortaleza, sino más bien tratando de forma real y efectiva el estrés; además se tiene el Control de los impulsos, que se refiere a poder resistir o demorar un impulso o tentación de actuar y controlar las propias emociones.

f. Estado anímico general: comprende la felicidad, que es un término muy usado y un hecho buscado por todas las personas, y que no es más que la capacidad de estar satisfecho con la propia vida, disfrutar de uno mismo y de los demás, divertirse y expresar emociones positivas; el Optimismo, es la capacidad para “mirar el lado bueno de la vida” y mantener una actitud positiva, incluso ante la adversidad (8).

En contraposición a los modelos mixtos, que se han resumido anteriormente, se tiene a los modelos de habilidad, pero este modelo no incluye componentes de personalidad, sino, más bien están centrados exclusivamente en el procesamiento emocional de la información y en el estudio de las capacidades relacionadas con dicho procesamiento. Los principales autores del modelo de habilidad son Salovey y Mayer (4), autores que afirman que la Inteligencia Emocional está formada por cuatro componentes:

1) Percepción y expresión emocional: esto es la habilidad para reconocer e identificar de manera consciente las emociones que cada persona tiene, poder valorarlas y expresarlas con exactitud, a través de una etiqueta verbal), es decir, que la persona esté consciente de sus emociones y sus pensamientos sobre las emociones, y al mismo tiempo, tener la capacidad de supervisarlos, distinguirlos y expresarlos.

2) Facilitación emocional: es la capacidad para ordenar las emociones con el objetivo de dirigir la atención, tener la capacidad de autosupervisarse y automotivarse, y también poder generar sentimientos que faciliten el pensamiento.

3) Comprensión emocional: es la capacidad de integrar los sentimientos hacia dentro del pensamiento propio y aprender a considerar la complejidad de los cambios emocionales. Entonces se entiende como la capacidad para

poder percibir las emociones, entender los problemas y al mismo tiempo poder reconocer las emociones que son similares y la forma como se relacionan con las situaciones que se presentan.

4) Regulación emocional: es la capacidad de dirigir y manejar las emociones que pueden ser positivas como negativas de una manera eficaz, con el objetivo de disminuir la tensión y aumentar la calma y bienestar. Entonces cada uno de estos componentes viene a ser la base de las habilidades que se han logrado en la fase anterior (4).

Cabe señalar que el modelo original de Salovey y Mayer (4), está basado en la habilidad, y es actualmente el modelo de mayor aceptación en la comunidad científica y el más coherente y completo de la Inteligencia Emocional, porque este enfatiza en las etapas del desarrollo de la Inteligencia Emocional, y a su vez destaca que la Inteligencia Emocional y su estudio orientan mucho acerca del potencial de crecimiento y en la forma como las emociones contribuyen al crecimiento intelectual (9).

Analizando la información descrita acerca de los modelos de la inteligencia, las autoras de la presente investigación, podemos sintetizar que los dos tipos de modelos señalados, otorgan gran importancia a la regulación de las propias emociones, entonces significa esto que dicha regulación representa un aspecto de suma importancia y aporte para el concepto, porque no tendría utilidad el poder reconocer las emociones propias, sino se pueden usar distintas habilidades personales que nos ayuden a manejarlas de forma que nos permitan adaptarnos al medio y a la situación por más adversa o desfavorable que esta pueda ser.

5.1.3. Implicancias de la inteligencia emocional en el desarrollo profesional – laboral

La inteligencia emocional, ha sido descrito como uno de los factores más importantes que sirven como referencia e indicador de éxito en las relaciones de trabajo, y actúa en conjunto con otras variables de mucho interés como son las habilidades técnicas, el conjunto de conocimientos que posee la persona, las capacidades mentales y físicas, el aspecto físico, la motivación por desempeñarse en un campo determinado de trabajo, las aspiraciones y metas profesionales, e incluso todas las circunstancias o factores que afectan y obstaculizan el buen desempeño y rendimiento del trabajador.

De acuerdo a Soto, citado por Pereira (10), señala que para poder manejar una situación emocional en el lugar de trabajo, se necesita de una serie de capacidades que nos ayudan a resolver los problemas, dado que permiten que se llegue al entendimiento y confianza, para ello es necesario saber escuchar y al mismo tiempo, ser capaces de poder persuadir con una recomendación, asimismo, tener facultades como el conocimiento de sí mismo, la posibilidad de ver las cosas con perspectiva y liderazgo o autoridad como para poder ser aquella persona en que los demás van a poder confiar.

Pereira señala que no es suficiente tener un alto nivel académico, sino y principalmente se necesita una alta capacidad de saber relacionarse, de hacerse escuchar si es necesario y de sentirse bien consigo mismo y con las demás personas con las que interactúa, estas características son las que distinguen a las personas que tienen un sano equilibrio emocional, es decir, aquellas que podríamos decir que tienen una alta inteligencia emocional (10).

Diversos autores señalan que en cada trabajo, a pesar de que este sea muy simple, hace que la persona que lo ejecuta sea merecedora de respeto, y que sus acciones sean debidamente reconocidas, así como sus anhelos, aspiraciones personales y habilidades. Entonces, se deduce que el trabajo es

un ámbito que permite que las personas expresen mejor sus emociones propias y de los demás (8, 10). Sin embargo, en el ámbito laboral, muchas veces es complicado poder ejercer un real control de las emociones, porque las mismas situaciones laborales cotidianas ocasionan cambios en el diario vivir y hacen a propósito que las emociones actúen en beneficio propio, y por ende pueden ayudar a mejorar la calidad de vida de la persona.

Si se pone atención en la información que proporcionan las emociones, se podrían cambiar las conductas, rendimientos y pensamientos a efecto de modificar las situaciones del entorno. Las emociones, cumplen un papel destacado en el diario vivir, por lo mismo, se debe estar consciente que si se maneja con inteligencia y criterio adecuado las emociones propias, se pueden alcanzar excelentes logros en las labores. Resulta interesante destacar el hecho de que si se logra tener un adecuado control de la inteligencia, también incrementa y desarrolla la inteligencia emocional porque se van aprendiendo y ejercitando una serie de capacidades que la componen, entre las que tenemos: la percepción reflexiva, el control emocional y la motivación propia (10). Es decir, que para lograr tener un desempeño eficaz y eficiente en el trabajo, gracias a la inteligencia emocional que nos ayuda a realizar una adecuada expresión de las emociones, tendremos mejor desempeño que si sólo aplicamos las facultades racionales y cognitivas exclusivamente.

Goleman, señala que en todas las organizaciones, es positivo realizar evaluaciones de la inteligencia emocional, porque esto permite que se pueda intervenir oportunamente para mejorar las aptitudes emocionales y así incentivar el desempeño y competitividad, para ello se necesita identificar aptitudes e identificar, evaluar y aumentar los distintos componentes de la inteligencia emocional de manera individual (5). Mientras que en el plano grupal, su utilidad radica en que se puede afinar la dinámica interpersonal que propicia que las personas que conforman los grupos de trabajo puedan tener un mejor desempeño de la inteligencia emocional y este aspecto debe ser muy valorado en los procesos de contratación, capacitación, desarrollo,

evaluación de desempeño y ascensos. Es necesario que los colaboradores, tengan esas habilidades, porque le ayuda a sobrevivir, competir, alimentar la capacidad de encontrar placer y gozo en el trabajo que realiza.

De acuerdo a Goleman, un líder es la persona que sabe cómo influir de forma positiva y eficiente en las emociones de las demás personas, es aquella persona que logra encaminar las emociones hacia una dirección positiva, por ejemplo fomentando el entusiasmo de un grupo, éste puede tener logros o aciertos muy importantes, por el contrario, si el líder orienta las emociones de manera negativa, fomentando el resentimiento o la ansiedad, el grupo va rumbo a la desintegración y es poco efectivo en función de los resultados que se esperan de él (11). Mientras que el autor Rincón, nos dice que la persona que tiene un puesto gerencial, debe ser y estar consciente de la imperiosa necesidad e importancia que tiene el hecho de manejar las emociones de forma inteligente, porque gracias a ello podrá ser más productivo y exitoso, además de que va lograr que su equipo de trabajo tenga una alta motivación y constancia para el desempeño de sus actividades laborales, y será capaz de planificar, organizar, administrar, dirigir y controlar todos las fases del proceso, mediante el despliegue de sus habilidades técnicas, comunicacionales y conceptuales, las mismas que pueden ser demostradas tanto en su quehacer diario como en sus relaciones con las demás personas. En muchas ocasiones se observa que los administradores o gerentes de recursos humanos, no cuentan con las suficientes conductas asertivas; es decir, que la forma como expresan sus pensamientos, solicitan favores, dan y reciben halagos, así como la impotencia ante el incumplimiento de sus funciones, no es la más adecuada y esto incide de forma negativa en el desarrollo personal, así como en el fomento de relaciones empáticas y agradables entre todos los miembros de la organización (12).

Es por lo anterior que Goleman et al., hacen un análisis detallado de la importancia de este tema y afirman que es responsabilidad de los líderes, poder desarrollar organizaciones emocionalmente inteligentes, es obligación

de los líderes identificar la realidad de la organización, aplicar todas las acciones que se necesiten para lograr el cambio y contribuir para que los todos los integrantes de la organización llegue al conocimiento de cuál es el papel que les corresponde en la organización (11); es por ello que también citan Romero (citado en Padrón y Sánchez), quien plantea que el desarrollo de las empresas se logra a partir de recursos humanos de excelencia en un plano integral (13).

5.2. Intención de emprendimiento

5.2.1. Concepto de emprendimiento, el emprendedor y la intención emprendedora

La clásica definición de emprendimiento refiere que este es: “la capacidad de iniciar y operar nuevas empresas (14). Mientras que otros autores señalan que la conducta de emprendimiento se mide mediante las intenciones por emprender (15, 16), siendo por tanto necesario estudiar cuáles son los factores que influyen en la formación de estas intenciones.

La intención emprendedora, es el primer paso para concretizar el proceso de emprendimiento (17, 18), lo que significa el proceso de convertirse en empresario, o poder crear o emprender un negocio o empresa (19).

Mientras que, la intención de emprendimiento es el grado de compromiso con una conducta objetivo futura y, por tanto, es capaz de predecir y explicar dicha conducta (20). Un estudio realizado por Bosma, Wennekers y Amorós, señala que la intención de iniciar o emprender un negocio es una medida importante del potencial emprendedor que tienen las personas así como la sociedad, porque esto se relaciona de manera positiva y significativa con la actividad emprendedora en sus etapas tempranas (21).

La intención emprendedora necesariamente está asociada a la figura del emprendedor (22), y usualmente se estudia en jóvenes porque estos presentan mayor tendencia a crear su propia empresa (23). Otros estudios señalan que la educación es un factor muy importante porque promueve o permite que se desarrolle el espíritu emprendedor, y esta es la razón por la que las universidades se preocupan en insertar en su plan de estudios asignaturas que incentiven el desarrollo de dicha competencia (24).

Otras definiciones coinciden en definir al emprendedor, como aquella persona que está motivada por crear una empresa ya sea de manera individual o con apoyo de otras personas (25, 26, 27), que tiene la sensibilidad para identificar una oportunidad, analizarla, estudiarla y proyectarse sobre ella para crear una organización (28). De acuerdo a Hisrich, Peters y Shepherd, un emprendedor es aquella persona que crea algo nuevo con valor para sí mismo y su mercado, la sociedad y los beneficiarios, siendo por tanto que invierta tiempo y esfuerzos; además que al hecho de emprender le son inherentes, la necesidad de asumir riesgos financieros, psicológicos y sociales, pero esto se realiza esperando obtener recompensas entre las que destacan la independencia, satisfacción personal y el beneficio económico (29).

Mientras que las intenciones de emprendimiento se manifiestan a través de los factores motivacionales que influyen sobre un comportamiento determinado y son indicadores del grado en que los individuos están dispuestos a poner en marcha tal comportamiento (30). Es en base a ello que Moriano y Gorgievski (31), señalan que la motivación origina el desarrollo de la acción y por ende al alcance de las metas propuestas. Señalan además que los emprendedores, tienen un nivel más alto en la motivación de logro y poder relacionada de manera intrínseca a la necesidad de independencia, autonomía y autorrealización, lo que trae como consecuencia que estas personas se encuentren a la búsqueda permanente de ideas de negocio, saben muy bien afrontar los riesgos sociales y económicos inherentes a la acción de emprender (31).

Una investigación acerca de la intención emprendedora, señala que para la creación de un nuevo negocio o emprendimiento, la persona responsable del mismo deberá invertir además de tiempo, un alto grado de planificación y procesamiento cognitivo, situación que propicia que la intención emprendedora sea vista como un tipo de comportamiento previsto, que es explicado a través de diferentes modelos de intenciones (31).

5.2.2. Modelos acerca de la intención de emprendimiento.

Se han postulado diversos modelos teóricos acerca de la intención emprendedora y en base a ello, se señala que cuando un emprendedor identifica una idea de negocio y que esta idea es viable, se inicia o empieza a operar la intención de emprender. Como afirma Veciana (32), el emprendedor puede verse afectado por una serie de factores que resultan fundamentales, entre ellos destacan el contexto familiar, los valores personales, las experiencias personales y ciertas características o cualidades de la personalidad, así como también algunos factores precipitantes, entre los que figuran la insatisfacción con la actividad realizada en el presente y la identificación de una necesidad de cambio y la oportunidad de negocio (32).

De acuerdo a la Teoría de la Conducta Planificada Ajzen plantea que el comportamiento es determinado por sus intenciones, las mismas que son influenciadas por tres tipos de variables: la actitud hacia la conducta, entendida como la estimación de los posibles resultados que se derivan a partir de la conducta; la norma subjetiva, que es la valoración que hace la persona respecto a las expectativas de las otras personas; y el control percibido que se refiere a la percepción del control que se tiene ante los factores que podrían influir en su resultado (33). A través de la Teoría de la Conducta Planificada, es posible interpretar la intención de emprender, así como el resultado que el emprendedor espera poder conseguir, lo que espera el entorno, es decir, las expectativas y la percepción de su capacidad para conseguir los resultados

trazados (33). Esta teoría predice y explica la conducta emprendedora enfocándose en la intención de la persona en una conducta determinada.

5.2.3. Factores intrínsecos y extrínsecos que influyen en la intención de emprendimiento

Las aspiraciones son los deseos, ideas y pensamientos que permiten que las personas se orienten hacia el logro de un objetivo personal, a través del cual, la persona se guía y actúa de manera tal que pueda lograr su nivel ideal de bienestar y calidad de vida (34). Es decir, que gracias a las aspiraciones, las personas pueden tener una guía u hoja de ruta que permiten conseguir las metas y objetivos planteados de manera que se alcance el desarrollo y bienestar personal (34). Es decir, que las aspiraciones tienen una estrecha relación con aquellas situaciones o factores que propician u originan el comportamiento, y a esto se le llama motivación (35).

Respecto a la motivación, se ha señalado que es un impulso que brinda energía para que se lleve a cabo el comportamiento, es un proceso psicológico que permite que las personas activen, orienten y mantengan constantes sus conductas de manera tal que a partir de la constancia lleguen a lograr sus aspiraciones (36). Las clases de motivación son la intrínseca y extrínseca (36), la motivación intrínseca orienta a las personas a realizar actividades por un interés natural y genuino por el desarrollo de dicha actividad; mientras que la motivación extrínseca se orienta a buscar un resultado o recompensa externo a la persona, de manera que pueda obtener satisfacción (36).

De acuerdo a lo anterior, se deduce que gracias a los dos tipos de motivación, una misma persona suele tener aspiraciones tanto intrínsecas como extrínsecas (36). Las aspiraciones intrínsecas están orientadas hacia el crecimiento personal, el poder establecer buenas relaciones interpersonales y contar con el apoyo a la comunidad; a diferencia de las aspiraciones

extrínsecas que se relacionan con las metas y logros económicos, la fama e imagen (36).

Como lo indica Roche y Haar, las aspiraciones intrínsecas se relacionan de manera positiva con el bienestar psicológico, porque de esta manera las personas alcanzan sus metas de forma autónoma dado que no dependen de elementos o situaciones externas frente a las que no tienen control (37), a diferencia de las aspiraciones extrínsecas, que guardan mayor relación con la obtención o necesidad de aprobación externa. Es decir, que cuando la persona se basa más en aspiraciones extrínsecas, suele estar más orientado hacia las comparaciones interpersonales y se muestra con una autoestima inestable, situación que afecta tanto su bienestar psicológico como el funcionamiento óptimo de la persona (37).

Mientras que las consecuencias de un predominio de motivación intrínseca y por ende la orientación hacia las aspiraciones incluyen tener un mayor desarrollo profesional, estar siempre adquiriendo nuevos conocimientos, mantener buenas relaciones interpersonales, ser autónomos para resolver problemas y tomar decisiones, hecho que es resultado de que estas personas se interesan más en realizar actividades que le permiten tener mejoras personales (37). Mientras que las consecuencias de tener mayor motivación extrínseca son poder obtener mayor remuneración, dinero, ser más famoso y tener una mejor imagen; pero en contraparte destaca la pérdida de autonomía debido a que la persona siente que la actividad depende de la forma como el exterior la refuerce (37).

En un estudio citado por Paredes, se ha señalado que las aspiraciones extrínsecas tienen el efecto de disminuir la satisfacción con la vida y aumentar la infelicidad, esto se debe a que las personas que tienen mayores aspiraciones extrínsecas son muy influidas por las distintas reacciones de otras personas, frente a las que no puede tener ningún control (38).

Mientras que las personas que tienen preponderancia de las aspiraciones intrínsecas tienen mayor nivel de bienestar y menos estrés, porque este tipo de aspiraciones son más relacionadas con los deseos y necesidades psicológicas personales. Se ha señalado que las aspiraciones intrínsecas tienen correlación positiva con la satisfacción con la vida (37). Además, se señala que las personas que presentan mayores aspiraciones intrínsecas presentan mayor vitalidad, mayor cantidad de afectos positivos y menos frecuencia de síntomas psicológicos (38).

5.2.4. Inteligencia emocional e intención de emprendimiento

Como afirman Mortan, Ripoll, Carvalho y Bernal, la inteligencia emocional, cuando se relaciona con las características de emprendimiento personal, se debe evaluar de acuerdo a los distintos contextos culturales y aquellos que son propios a cada región (39). El estudio de los autores citados evalúa el efecto que tiene la inteligencia emocional sobre la intención de emprendimiento de estudiantes universitarios que están próximos a concluir los estudios encontrando que las personas que tienen mayor desarrollo de la inteligencia emocional, son también aquellos que presentan un mayor grado de intención de emprendimiento (39).

Las intenciones de emprendimiento son un aspecto muy importante e indispensable para comprender el proceso de emprendimiento, y constituyen el eslabón inicial para el desarrollo de la actividad emprendedora. En diversos estudios se ha resaltado que es importante evaluar aspectos psicológicos en el proceso emprendedor, entre los que se tiene factores cognitivos, dando mayor importancia a las intenciones o motivaciones profundas que pueden llevar a realizarlas (40). En el estudio del proceso de emprendimiento se debe evaluar la función y la importancia de esquemas emocionales, mapas mentales y guiones cognitivos, los que pueden aportar valiosos recursos acerca de la formación de intenciones para crear una empresa, además de

ayudar a la mejor comprensión del proceso que lleva de la intención a la conducta (41, 42).

Diversos estudios orientados a evaluar el rol que ciertos atributos personales del emprendedor pueden influir en la configuración de la actividad y el comportamiento empresarial, han demostrado que algunas características inherentes del emprendedor definitivamente influyen en este proceso, dichas características incluyen la edad (44, 45), el nivel de conocimiento (46), la experiencia laboral (47), los modelos de referencia familiar (44, 48), además de los modelos de referencia de amistad y afinidad (44, 49, 48).

En el estudio de Hermann, Manfred y Christian se demostró que la inteligencia emocional tiene un efecto importante en la base del emprendimiento. La inteligencia emocional es determinante en el comportamiento de los empresarios por dos procesos fundamentales:

- 1) Es un elemento que permite evaluar la eficacia emocional, lo que significa que, a mayor inteligencia emocional, las personas tienen un mejor comportamiento sobre las presiones ambientales, lo que resulta importante porque les permite identificar sentimientos que los puedan decepcionar, sin embargo, tienen la capacidad de poder regularlos, aumentando el nivel de su comportamiento emprendedor (51).
- 2) Las personas que tienen mayor inteligencia emocional tienen sentimientos emocionales más altos, lo que les permite desarrollar mejor su creatividad y ser más proactivos para lograr superar las circunstancias adversas, además de desempeñar un papel importante en la creación del comportamiento emprendedor. En resumen, a mayor inteligencia emocional, la probabilidad de ser emprendedor es mayor (52).

Otros estudios señalan que aunado a la inteligencia emocional, destacan otras variables intrínsecas que son predictoras de las intenciones de emprendimiento, entre ellas se tienen a las motivaciones, valores, rasgos, actitudes, habilidades personales; y variables extrínsecas, destacando los factores sociales, económicos, políticos, normas subjetivas, percepción de oportunidades y recursos; estos factores anteceden la formación de intenciones de emprendimiento (49, 51).

Un importante estudio encontró relación entre la inteligencia emocional sobre el potencial de intención del emprendimiento, y encontraron que una variable importante que interactúa entre la inteligencia emocional y la intención de emprendimiento es la autoeficacia emprendedora (53).

5.3. Autoeficacia emprendedora

5.3.1. Conceptos

La autoeficacia emprendedora es una variable muy importante en las investigaciones acerca de la intención emprendedora. Esta es definida por Bandura, como “la creencia en las propias capacidades para producir determinados niveles de desempeño que ejercitan la influencia sobre eventos que afectan la propia vida del sujeto” (54). Esta sensación poderosa de eficacia ejerce un efecto más poderoso aun sobre la conducta y todos los procesos previos entre los que se incluyen la motivación, cognición, afectividad y la selección. La sensación de optimismo y la tenacidad que presentan estas personas giran en torno al concepto de autoeficacia y explican la razón del éxito inclusive cuando se está frente a situaciones muy adversas.

Se ha señalado que la autoeficacia debe referirse a una conducta específica, porque no existe una autoeficacia general. Entonces el estudio se orienta a la comprensión de la autoeficacia emprendedora, que fue estudiada por

Bandura, con relación a un dominio de medidas de autoeficacia (54). Señala el autor que diferentes conductas específicas del emprendimiento son influidas o determinadas por el proceso emprendedor, el mismo que se puede agrupar en cuatro fases: fase de búsqueda, fase de planeamiento, fase de persuasión y fase de implementación. Cada fase abarca una serie de conductas específicas que constituyen los elementos de la autoeficacia emprendedora. De acuerdo al estudio de Kickul y D'Intimo (55), la autoeficacia se compone de dos dimensiones, mientras que la de De Noble se compone de seis dimensiones (56) y la de Chen de cinco dimensiones (57); tal como se muestra a continuación:

a. Fases y Tareas (55)

Búsqueda

- 1) Concebir una única idea de negocio.
- 2) Identificar oportunidades del mercado para un nuevo negocio.

Planeamiento

- 3) Planear el nuevo negocio.
- 4) Escribir el Plan de Negocio.

Persuasión

- 5) Conseguir el dinero.
- 6) Convencer a otros para invertir.
- 7) Convencer al Banco para el préstamo.
- 8) Convencer a otros para que trabajen.

Implementación

- 9) Administrar el pequeño negocio.
- 10) Desarrollar un negocio exitoso

b. Factores de De Noble (56)

Habilidades

- 1) Manejo de incertidumbre.
- 2) Desarrollo del producto.
- 3) Interpersonales y manejo de interrelaciones.
- 4) Reconocimiento de oportunidades.
- 5) Búsqueda y localización de recursos críticos
- 6) Desarrollo y mantenimiento de un ambiente innovador.

c. Factores de Chen (57)

Habilidades

- 1) Toma de riesgos.
- 2) Innovar.
- 3) Control financiero.
- 4) Gestión.
- 5) Marketing.

5.4. Antecedentes

Kamalian y Fazel, (Inglaterra, 2011), señalan que a mayor inteligencia emocional, los individuos poseen un mejor comportamiento sobre las presiones ambientales, que a su vez les permite reconocer sentimientos que los puedan decepcionar pero tienen la capacidad de regularlos, incrementando el nivel de su comportamiento emprendedor (58).

Mortan, Ripoll, Carvalho y Bernal (Estados Unidos, 2014), señalan que la inteligencia emocional, al relacionarse con características de emprendimiento personal, necesita evaluarse en los diferentes contextos culturales y regionales. En dicha investigación se analizó el efecto que tiene la inteligencia emocional sobre la intención de emprendimiento de estudiantes universitarios, utilizando a la autoeficacia emprendedora como variable mediadora y

encontraron que la inteligencia emocional tiene un nivel medio alto en la mayoría de estudiantes, sin embargo, en más de la mitad la intención de emprendimiento y la autoeficacia emprendedora es baja, y concluyen que la percepción de autoeficacia emprendedora actúa como mediador entre la relación de la inteligencia emocional y las intenciones de emprendimiento (59).

Salazar, Herrera, Rueda y León, (España, 2014), señalan que las personas con alta inteligencia emocional y alta autoeficacia emprendedora, evalúan el entorno empresarial lleno de oportunidades; sin embargo, los individuos con baja inteligencia emocional y baja autoeficacia emprendedora perciben el mismo entorno lleno de obstáculos, por tanto, la autoeficacia emprendedora es la variable más vinculada e influyente en el estudio de la intención de emprendimiento, especialmente, por ser significativa en circunstancias de crisis económica y malas condiciones laborales como factor diferenciador en la percepción de oportunidades (60).

Paredes (Lima 2015), en su estudio acerca de la relación entre intención emprendedora, aspiraciones y satisfacción con la vida en 222 universitarios limeños, señala que existe una correlación positiva entre la intención emprendedora y las aspiraciones (intrínsecas y extrínsecas); y entre la satisfacción con la vida y las aspiraciones intrínsecas. Además, se halló una relación positiva entre la intención emprendedora y satisfacción con la Vida (38).

Duran y Arias (Venezuela, 2016), evaluaron la actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores y concluyen que la proactividad se relaciona de forma negativa con la inhibición y la rumiación, y el optimismo sólo con la rumiación. Entre las orientaciones para el diseño de planes de formación deberá considerarse el ejecutar un diagnóstico de las características del futuro emprendedor, incorporar de forma transversal el desarrollo de la actitud

empresarial en cuanto a optimismo y proactividad, además de enseñar el manejo y control de las emociones (61).

Llaza (Arequipa, 2014), estudio el potencial emprendedor de estudiantes universitarios de ciencias empresariales de la Universidad Católica de Santa María y de la Universidad Nacional de San Agustín y concluyen que en ambas universidades los estudiantes tienen un nivel avanzado de capacidad emprendedora, además encontraron diferencias en función al género y edad en la capacidad potencial frente al riesgo (62).



CAPÍTULO II PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1. TIPO DE INVESTIGACION

El estudio es descriptivo, correlacional y de corte transversal.

2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

2.1. Técnicas

Para el estudio se utilizó como técnica la encuesta.

2.2. Instrumentos

Los instrumentos fueron:

Ficha de recolección de datos: este instrumento fue realizado por las investigadoras y permitió recabar la información necesaria para la evaluación de las variables intervinientes del estudio (Anexo 1).

Inventario de Competencias Emocionales de Goleman: para evaluar la variable Inteligencia Emocional se aplicó el instrumento denominado "Emotional Competence Inventory (ECI)" o Inventario de Competencias Emocionales de Daniel Goleman (1998), el cual fue traducido, evaluado y adaptado por Hendrie Weisinger (63). El instrumento consta 45 ítems, los cuales miden los componentes: Autoconocimiento, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales, el cual se mide sobre una escala de respuestas tipo Likert. Los ítems correspondientes a cada componente son (63):

Dimensión	Ítems
Autoconocimiento	1, 6, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19,20,21
Autorregulación	1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 13, 27.
Motivación	7, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28.
Empatía	8, 10, 16, 19, 20, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35,36, 37, 38,39,42,43,44,45.
Habilidades sociales	8, 10, 16, 18, 34, 35, 37, 38, 39, 40, 41, 44, 45.

Para el desarrollo del estudio se utilizó la versión validada en el Perú en el estudio de Huacac (64), realizado en Tacna, en el cual encuentran una confiabilidad de 0,85. El puntaje obtenido en las respuestas de cada ítem se suman y luego de acuerdo a los percentiles, se establecen las categorías del nivel de inteligencia emocional alto: 167 a 225 puntos, medio: de 106 a 166 puntos o bajo: de 45 a 105 puntos (Anexo 2).

Cuestionario de Intención Emprendedora: El Cuestionario de Intención Emprendedora fue desarrollado en el 2005 por Liñan y Chen, con el objetivo de evaluar la intención de convertirse en empresario, es decir tener la intención de crear una empresa (65). El cuestionario cuenta con 4 subescalas: Atracción Profesional; Norma Subjetiva, Autoeficacia e Intención Emprendedora (65). En este cuestionario se presentan 4 escalas, que recogen diversas variables que tradicionalmente se han estudiado de manera

independiente. Se ha comprobado la validez y confiabilidad de este instrumento en diversos países como España y Taiwán (65, 66, 67) también en el Perú, tanto en su totalidad, utilizando las 4 escalas (68). En este cuestionario se puntúa en su mayoría con una escala tipo Likert; la frecuencia utilizada por los autores cuenta con siete grados de frecuencia, donde 1 representa la categoría desacuerdo total y 7 acuerdo total. Así, los autores juntan diversos instrumentos que usualmente evalúan constructos de manera independiente (entre los que está el instrumento de Intención Emprendedora) los incorporan como parte de un solo instrumentos para poder tener una evaluación del modelo teórico creado (65). El cuestionario de intención emprendedora ha sido aplicado en el Perú para una investigación que se realizó con 502 alumnos de una universidad privada de Lima (69) en este estudio y al realizar la validación del instrumento obtuvieron como resultado que la confiabilidad del instrumento alcanzó un coeficiente de consistencia interna alfa de Cronbach de 0.94 y las correlaciones total corregidas alcanzaron valores entre .72 y .87 (69). El puntaje total se suma y se convierte a la siguiente escala: intención de emprendimiento baja: de 23 a 69 puntos, media de 70 a 115 puntos y alta de 116 a 161 puntos (69) (Anexo 3).

Instrumento de autoeficacia emprendedora de De Noble et al: en su versión adaptada y validada en España por Moriano et al, citados por Manosalvas (70). Esta herramienta mide la creencia de la persona en sus propias habilidades para desempeñar las tareas necesariamente requeridas para la creación de una nueva empresa, consta de los mismos 23 items del Cuestionario de Intención Emprendedora, con la salvedad que la calificación o significado que se da a cada una de las cinco categorías, es distinta, la calificación se realiza de acuerdo a lo siguiente: 1 (Completamente incapaz) a 5 (Perfectamente capaz). Para el estudio se utilizó la versión validada en el Perú por Manosalvas quien obtuvo una confiabilidad de 0,93 (70).

3. CAMPO DE VERIFICACIÓN

3.1. Ámbito

El estudio fue realizado en el Centro Comercial Mall Aventura Plaza en el distrito de Paucarpata en la provincia, y departamento de Arequipa.

3.2. Temporalidad

El estudio se realizó durante los meses de julio a noviembre del 2017.

3.3. Unidades de estudio

3.3.1. Universo

Estuvo representado por los trabajadores de los diferentes establecimientos comerciales y de servicios que están ubicados en el centro comercial Mall Aventura Plaza, los que sumaron un aproximado 500 personas.

3.3.2. Muestra

Para realizar el estudio se ha calculado una muestra representativa empleando la fórmula de tamaño muestral como se detalla a continuación:

$$n = \frac{N \times 400}{N + 399}$$

Reemplazando:

$$n = \frac{500 \times 400}{500 + 399}$$

$$n = \frac{200000}{899}$$

n = 221 trabajadores.

La muestra estuvo conformada por 221 trabajadores que cumplieron los siguientes criterios:

Criterios de inclusión:

- Personas con edades comprendidas de 18 a 40 años, de ambos géneros que aceptaron participar en el estudio.
- Personas que trabajan en alguno de los establecimientos comerciales o de servicios ubicados en el Mall Aventura Plaza.

Criterios de Exclusión:

- Personal que trabajaba en las tiendas ancla del Mall Aventura Plaza (Saga Falabella, Tottus, Ripley, TopiTop, Casa & Ideas y Telecomunicaciones).
- Personas mayores de 40 años.
- Personal de mantenimiento.
- Personas que se negaron a participar.

4. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Luego de la aprobación del proyecto de tesis, se solicitó al Director del Programa Profesional de Administración, una carta de presentación de las investigadoras dirigidas al Gerente del Mall Aventura Plaza para que nos autorizaran a desarrollar el estudio. Una vez que obtuvimos el permiso se procedió a aplicar los instrumentos, se identificaron a los trabajadores y se les explicó el propósito del estudio, orientándoles acerca de la forma como debían resolver los instrumentos y en caso de aceptar participar en la investigación, se les hizo entrega de los formularios de los instrumentos. La aplicación de los mismos fue realizada en forma individual y sin afectar la realización de las actividades laborales de los trabajadores.

Una vez devueltos los instrumentos, se revisaron que estén llenados debidamente y se concluyó de esta forma hasta terminar de encuestar a toda la muestra de estudio. Posteriormente se realizó la tabulación de cada instrumento en la base de datos elaborada en el Programa Excel y se realizó el análisis estadístico de los datos con el Programa SPSS v. 20.0, para luego efectuar el informe final de la investigación. Los resultados son presentados en tablas y gráficos.

5. RECURSOS

5.1. Humanos

Investigadoras:

Srta. Fabiola Escalante Lira.

Srta. Marycielo Zeballos Vega.

5.2. Materiales

Instrumentos de recolección de datos, material de escritorio, computadora, paquete estadístico.

5.3. Financieros: Recursos propios.

CAPÍTULO III RESULTADOS



TABLA 1

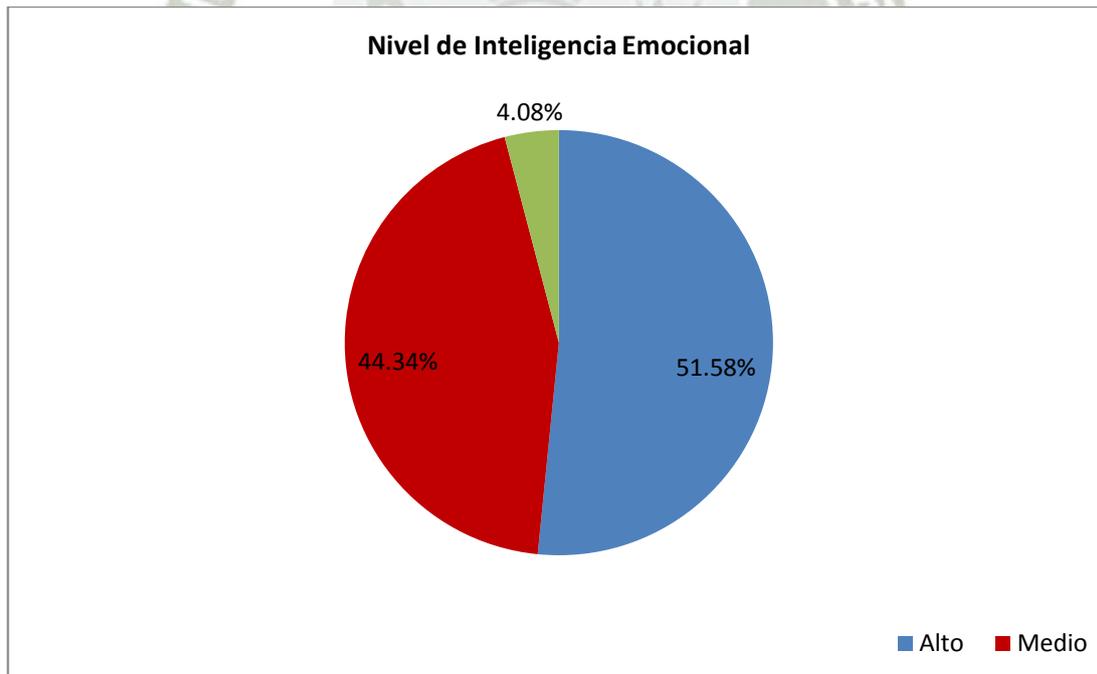
**NIVEL DE INTELIGENCIA EMOCIONAL DE LOS TRABAJADORES DEL
MALL AVENTURA PLAZA**

NIVEL DE INTELIGENCIA EMOCIONAL	F	%
Alto	114	51,58
Medio	98	44,34
Bajo	9	4,08
TOTAL	221	100,00

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 1

**NIVEL DE INTELIGENCIA EMOCIONAL DE LOS TRABAJADORES DEL
MALL AVENTURA PLAZA**



Fuente: Elaboración propia

Se observa en la tabla y gráfico, que el nivel de inteligencia emocional es alto en el 51,58% de trabajadores, medio en 44,34% y bajo en 4,08%.

TABLA 2**RESULTADOS OBTENIDOS EN LAS DIMENSIONES DE INTELIGENCIA EMOCIONAL DE LOS TRABAJADORES DEL MALL AVENTURA PLAZA**

DIMENSIÓN	Nº de ítems	Promedio	Desviación estándar
Autoconocimiento	12	44,11	±7,98
Autorregulación	10	28,85	±5,44
Motivación	8	28,87	±5,74
Empatía	20	73,34	±13,94
Habilidades sociales	13	11,30	±2,40

Fuente: Elaboración propia

Se observa en la tabla, que las dimensiones de la inteligencia emocional en la que los estudiantes obtienen un promedio más alto y por ende, presentan mayor desarrollo de esa dimensión es la empatía, luego el autoconocimiento, puntajes casi similares se obtienen en la autorregulación y la motivación, el menor puntaje promedio se observó en la dimensión de habilidades sociales.

TABLA 3

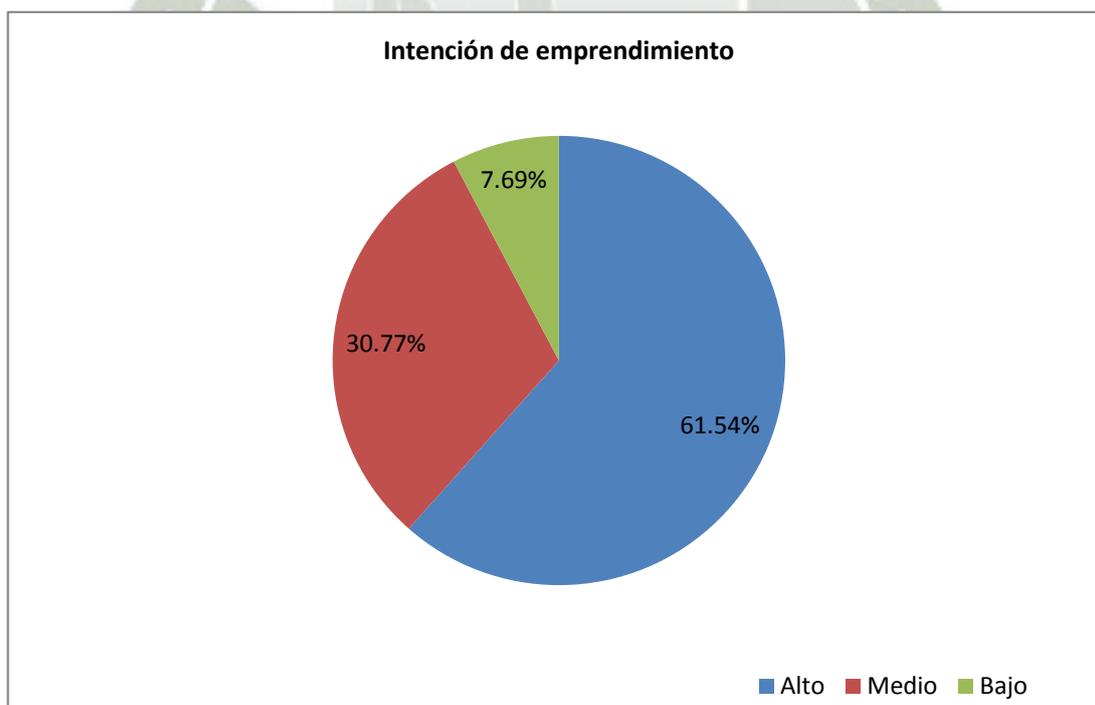
**INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO DE LOS TRABAJADORES DEL
MALL AVENTURA PLAZA**

INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO	F	%
Alto	136	61,54
Medio	68	30,77
Bajo	17	7,69
TOTAL	221	100,00

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 2

**INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO DE LOS TRABAJADORES DEL
MALL AVENTURA PLAZA**



Fuente: Elaboración propia

Se observa en la tabla y gráfico, que el 61,54% de trabajadores tiene alta intención de emprendimiento, el 30,77% tiene intención media y el 7,69% baja.

TABLA 4

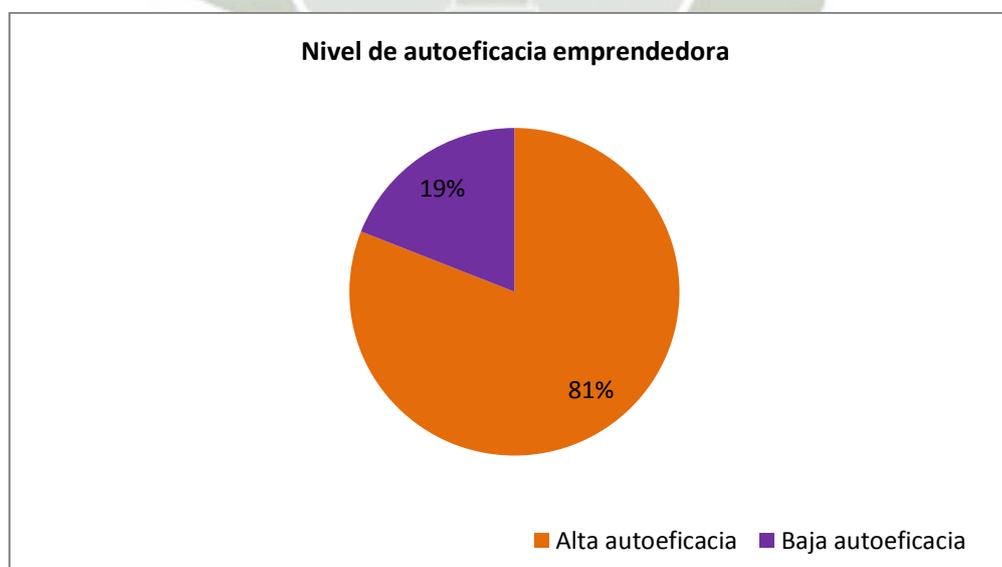
**NIVEL DE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA DE LOS TRABAJADORES
DEL MALL AVENTURA PLAZA**

NIVEL DE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA	F	%
Alta autoeficacia	179	81,00
Baja autoeficacia	42	19,00
TOTAL	221	100,00

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 3

**NIVEL DE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA DE LOS TRABAJADORES
DEL MALL AVENTURA PLAZA**



Fuente: Elaboración propia

Se observa en la tabla y gráfico, que el 81% de los encuestados presenta una alta autoeficacia emprendedora y el 19% tiene baja autoeficacia. Es decir, que si decidieran emprender un negocio o crear una nueva empresa, seguramente tendrían éxito, porque también se observó en la tabla anterior, que la intención de emprendimiento es alta.

TABLA 5

EDAD Y SEXO DE LOS TRABAJADORES DEL MALL AVENTURA PLAZA

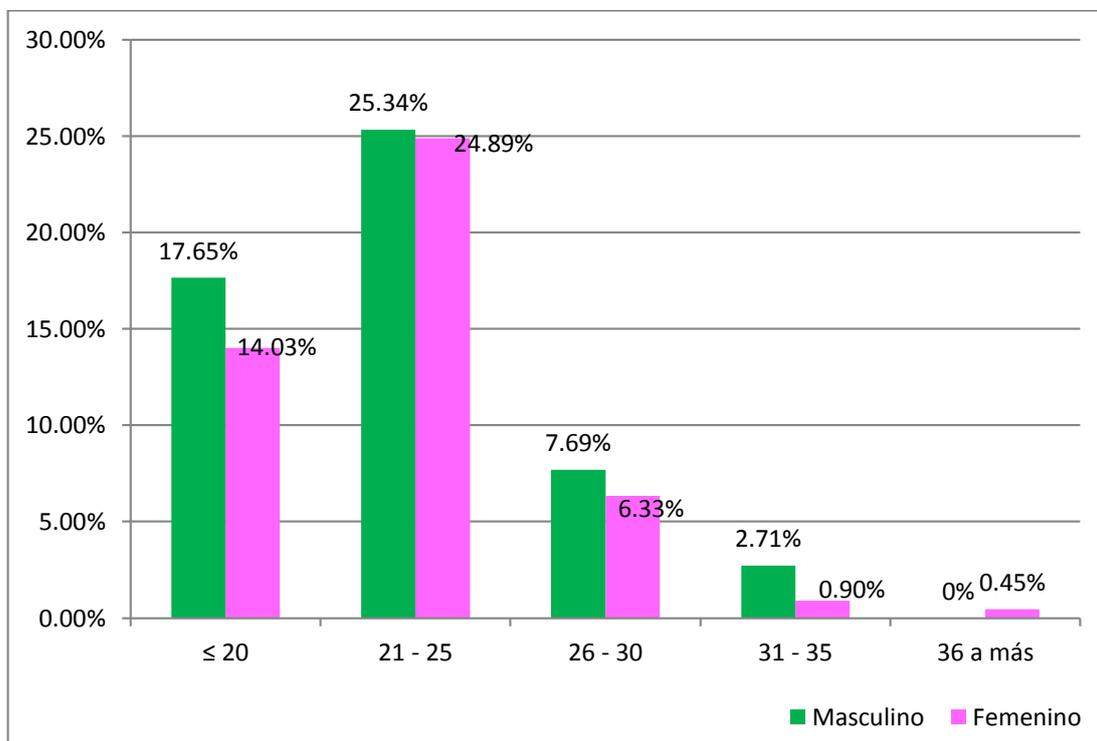
SEXO \ EDAD	Masculino		Femenino		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
≤ 20	39	17,65	31	14,03	70	31,67
21 – 25	56	25,34	55	24,89	111	50,23
26 - 30	17	7,69	14	6,33	31	14,03
31 – 35	6	2,71	2	0,90	8	3,62
36 a más	0	0,00	1	0,45	1	0,45
TOTAL	118	53,39	103	46,61	221	100,00

Fuente: Elaboración propia

$$X^2 = 0,3309 \quad p > 0,05$$

GRÁFICO 4

EDAD Y SEXO DE LOS TRABAJADORES DEL MALL AVENTURA PLAZA



Fuente: Elaboración propia

Se observa en la tabla y gráfico, que las edades de los trabajadores están comprendidas desde los 18 hasta los 41 años, siendo los rasgos más frecuentes entre 21 a 25 años que representa al 50,23%, luego ≤ 20 en 31,67%, de 26 a 30 años en 14,03%, los trabajadores de 31 a 41 años sólo representan el 4,07%. La edad promedio de los trabajadores fue 22, 77 años. En relación al sexo se observó, que el 53,39% de trabajadores son de sexo masculino y el 46,61% de sexo femenino. La prueba de Ji cuadrado no encuentre diferencias estadísticamente significativas entre ambas variables, lo que quiere decir, que tanto varones como mujeres, presentan edades en rangos similares.

TABLA 6

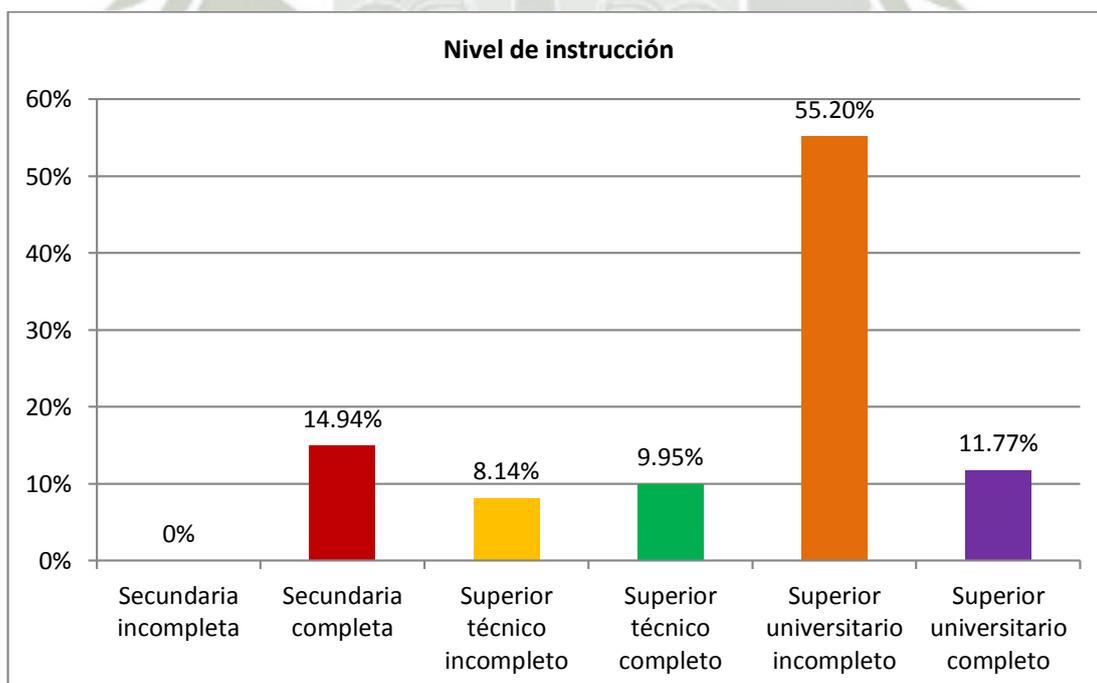
**NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LOS TRABAJADORES DEL MALL
AVENTURA PLAZA**

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	F	%
Secundaria incompleta	0	0,00
Secundaria completa	33	14,94
Superior técnico incompleto	18	8,14
Superior técnico completo	22	9,95
Superior universitario incompleto	122	55,20
Superior universitario completo	26	11,77
TOTAL	221	100,00

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 5

**NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LOS TRABAJADORES DEL MALL
AVENTURA PLAZA**



Fuente: Elaboración propia

Se observa en la tabla y gráfico, que el nivel de instrucción de mayor representatividad en la muestra estudiada fue el superior universitario incompleto (55,20%), en segundo lugar, el nivel de secundaria completa en 14,94%, el superior universitario completo en 11,77%. El nivel técnico incompleto representa al 8,14% y el técnico completo al 9,95%.

Los trabajadores en la mayoría de casos se encuentran estudiando y las carreras o profesiones que cursan con mayor frecuencia son administración, Ingeniería industrial, comercial, alimentaria, además varios son contadores, economistas, comunicador social, técnicos en salud, técnicos agropecuarios, cajeros, publicistas, licenciados en turismo, entre otros.

TABLA 7

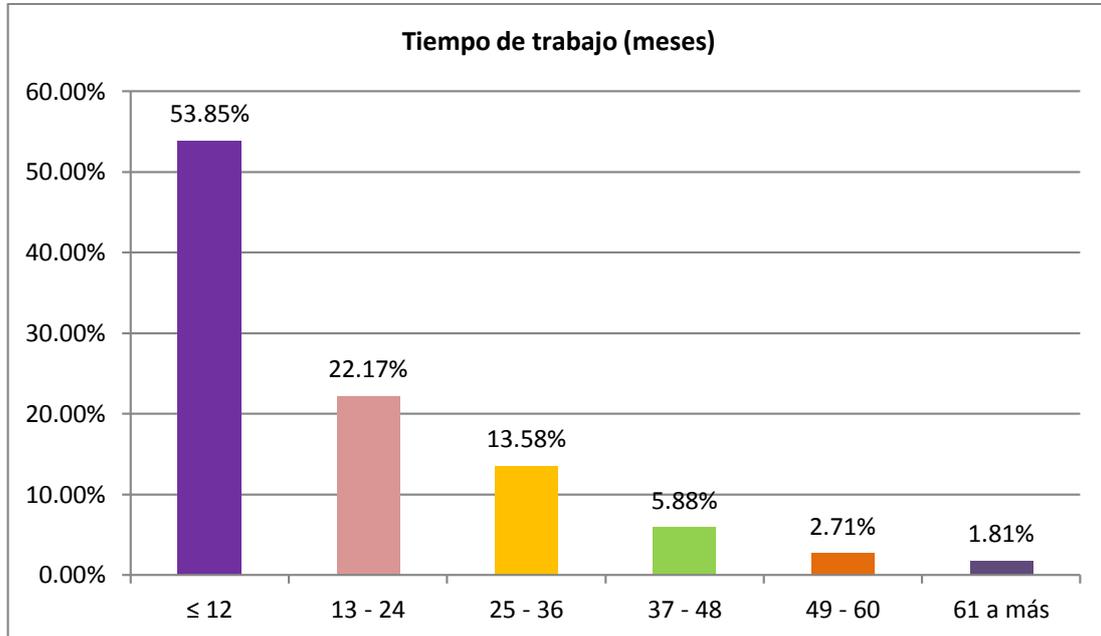
**TIEMPO DE TRABAJO DE LOS TRABAJADORES DEL MALL
AVENTURA PLAZA**

TIEMPO DE TRABAJO (meses)	F	%
≤ 12	119	53,85
13 – 24	49	22,17
25 – 36	30	13,58
37 – 48	13	5,88
49 – 60	6	2,71
61 a más	4	1,81
TOTAL	221	100,00

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 6

TIEMPO DE TRABAJO DE LOS TRABAJADORES DEL MALL
AVENTURA PLAZA



Fuente: Elaboración propia

Se observa en la tabla y gráfico, que el 53,85% de trabajadores tienen un tiempo de trabajo en el Mall Aventura Plaza menor o igual a 12 meses, el 22,17% trabaja de 13 a 24 meses, el 13,58% de 25 a 36 meses, los trabajadores con tiempo de servicio que va desde 37 a más meses representan el 10,4%. El tiempo de trabajo promedio es de 18 meses.

TABLA 8

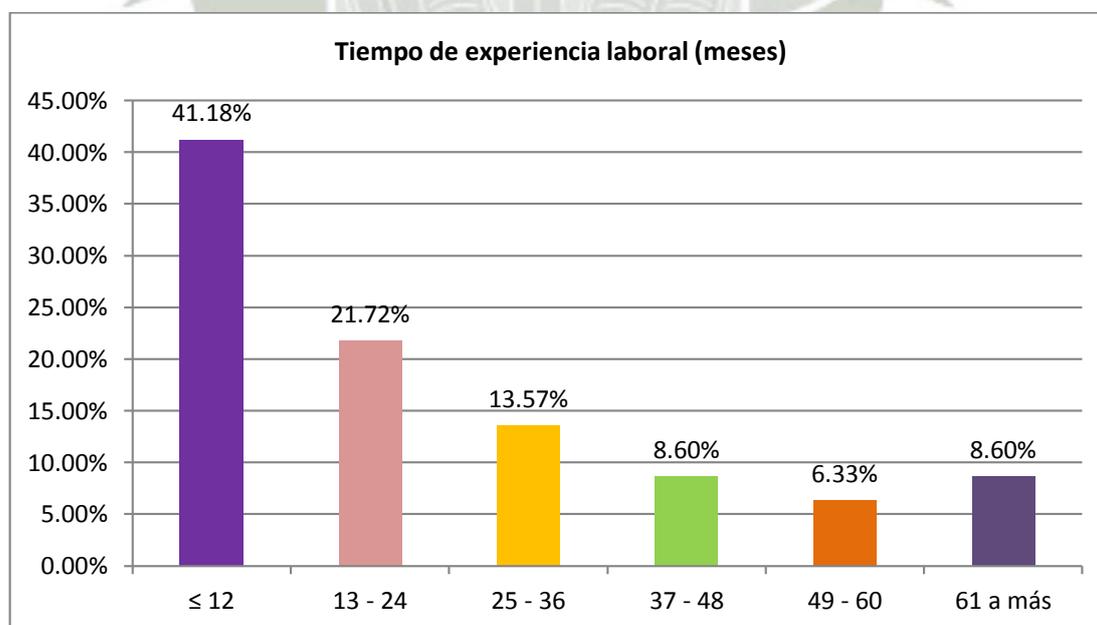
**TIEMPO DE EXPERIENCIA LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL
MALL AVENTURA PLAZA**

TIEMPO DE EXPERIENCIA LABORAL (meses)	F	%
≤ 12	91	41,18
13 – 24	48	21,72
25 – 36	30	13,57
37 – 48	19	8,60
49 – 60	14	6,33
61 a más	19	8,60
TOTAL	221	100,00

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 7

**TIEMPO DE EXPERIENCIA LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL
MALL AVENTURA PLAZA**



Fuente: Elaboración propia

Se observa en el gráfico, que el 41,18% de trabajadores presentan un tiempo de experiencia laboral menor o igual a 12 meses, el 21,72% tiene tiempo de experiencia laboral de 13 a 24 meses, en 13,57% la experiencia es de 25 a 36 meses, porcentajes similares de trabajadores (8,60%), tienen tiempo de experiencia de 37 a 48 meses y de 61 meses a más, el 6,33% tiene tiempo de experiencia de 49 a 60 meses. Es decir, que para la mayoría de trabajadores, el trabajo actual en el Mall Aventura Plaza, no ha sido su primer trabajo, sino que ya cuentan con experiencia laboral previa.

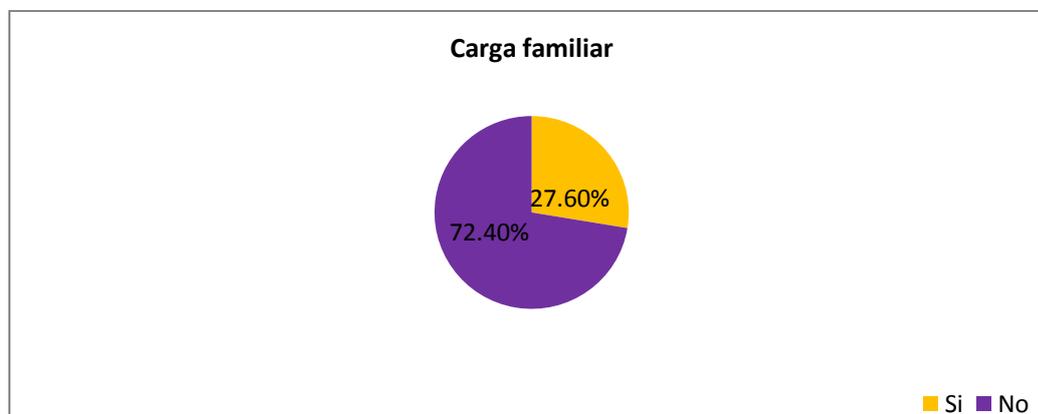
TABLA 9
CARGA FAMILIAR DE LOS TRABAJADORES DEL MALL AVENTURA
PLAZA

CARGA FAMILIAR	F	%
Si	61	27,60
No	160	72,40
TOTAL	221	100,00

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 8

**CARGA FAMILIAR DE LOS TRABAJADORES DEL MALL AVENTURA
PLAZA**



Fuente: Elaboración propia

Se observa en la tabla, que el 72,40% de trabajadores no tiene carga familiar mientras que el 27,60% si la tiene.

TABLA 10

**INFLUENCIA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN LA AUTOEFICACIA
EMPRENDEDORA DE LOS TRABAJADORES DEL MALL AVENTURA
PLAZA**

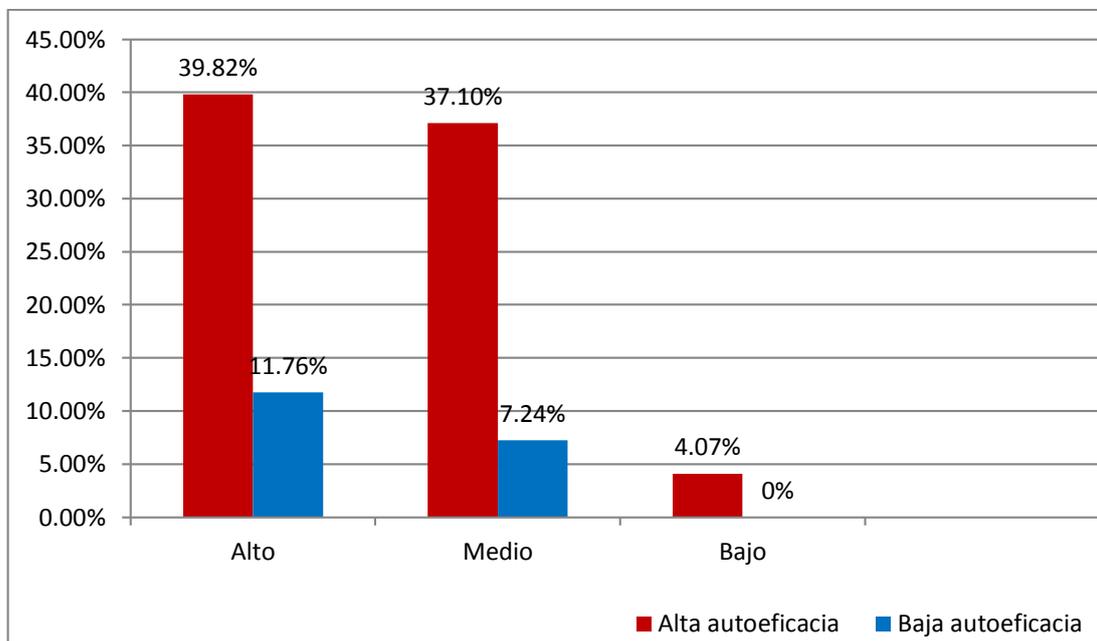
AUTOEFICACIA EMPREN. INTELIGENCIA EMOCIONAL	NIVEL DE	Alta		Baja		TOTAL	
		autoeficacia		autoeficacia			
	F	%	F	%	F	%	
Alto	88	39,82	26	11,76	114	51,58	
Medio	82	37,10	16	7,24	98	44,34	
Bajo	9	4,07	0	0,00	9	4,08	
TOTAL	179	81,00	42	19,00	221	100,00	

Fuente: Elaboración propia

Prueba t = 4,9736 p < 0,05

GRÁFICO 9

**INFLUENCIA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN LA AUTOEFICACIA
EMPRENDEDORA DE LOS TRABAJADORES DEL MALL AVENTURA
PLAZA**



Fuente: Elaboración propia

Se observa en la tabla y gráfico que los trabajadores que tienen, tanto nivel alto, medio y bajo de inteligencia emocional, en su mayoría presentan alta autoeficacia emprendedora. La Prueba t encuentra que la inteligencia emocional influye de forma significativa en la autoeficacia emprendedora.

TABLA 11

**INFLUENCIA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN LA INTENCIÓN DE
EMPREDIMIENTO DE LOS TRABAJADORES DEL MALL AVENTURA
PLAZA**

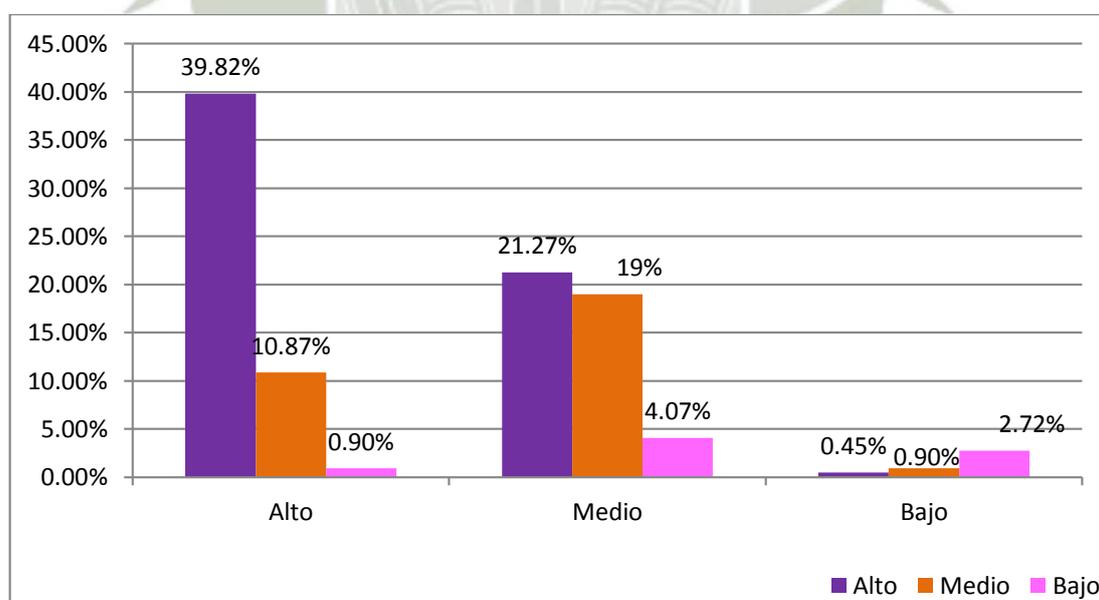
INTELIGENCIA EMOCIONAL \ INTENCIÓN DE EMPREDIMIENTO	Alto		Medio		Bajo		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Alto	88	39,82	24	10,87	2	0,90	114	51,58
Medio	47	21,27	42	19,00	9	4,07	98	44,34
Bajo	1	0,45	2	0,90	6	2,72	9	4,08
TOTAL	136	61,54	68	30,77	17	7,69	221	100,00

Fuente: Elaboración propia

Prueba t = 4,9736 $p < 0,05$

GRÁFICO 10

**INFLUENCIA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN LA INTENCIÓN DE
EMPREDIMIENTO DE LOS TRABAJADORES DEL MALL AVENTURA
PLAZA**



Se observa en la tabla y gráfico que los trabajadores que tienen, nivel de inteligencia emocional alto, en la mayoría de casos presentan alto nivel de intención de emprendimiento; la mayoría de los trabajadores con nivel medio de inteligencia emocional, tienen también nivel medio de intención de emprendimiento; y la mayoría de trabajadores con bajo nivel de inteligencia emocional, tienen bajo nivel de intención de emprendimiento. La Prueba t encuentra que la inteligencia emocional influye de forma significativa en la intención de emprendimiento de los trabajadores.

TABLA 12

**CORRELACIÓN ENTRE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS
TRABAJADORES, INTELIGENCIA EMOCIONAL, INTENCIÓN DE
EMPRENDIMIENTO Y LA AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA DE LOS
TRABAJADORES DEL MALL AVENTURA PLAZA**

Variable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Edad (1)	1	0,004	0,27	0,43	0,70	0,80	-0,41	0,67	0,11	-0,05
Sexo (2)		1	0,08	-0,12	-0,01	-0,05	0,008	-0,03	0,49	0,70
Nivel de instrucción (3)			1	0,10	0,17	0,25	-0,04	-0,07	0,51	0,02
Profesión (4)				1	0,03	0,37	0,19	0,47	0,08	
Tiempo de trabajo (5)					1	0,29	0,08	0,55	0,47	0,62
Tiempo de experiencia laboral (6)						1	0,03	0,45	0,83	0,89
Carga familiar (7)							1	0,27	-0,07	0,10
Inteligencia emocional (8)								1	0,56	0,60
Intención de emprendimiento (9)									1	0,60
Autoeficacia emprendedora (10)										1

Fuente: Elaboración propia

Se observa en la tabla, que las características del personal en general tienen una correlación alta con la inteligencia emocional e intención de emprendimiento son la edad, el sexo femenino, nivel de instrucción y el tiempo de experiencia laboral. Además se observa una correlación moderada alta entre la inteligencia emocional, la intención de emprendimiento y la capacidad emprendedora.



CONCLUSIONES

PRIMERA

El nivel de inteligencia emocional de los trabajadores del Mall Aventura Plaza es alto en 51,58%. Las dimensiones de la inteligencia emocional que están más desarrolladas en los trabajadores, son la empatía y el autoconocimiento, mientras que la menos desarrollada son las habilidades sociales.

SEGUNDA

La intención de emprendimiento de los trabajadores del Mall Aventura Plaza, es alta en 61,54%, es decir que muchos de los trabajadores están en la capacidad para poder generar o crear alguna empresa, negocio o emprendimiento, motivados por lograr sus metas en el ámbito profesional y personal.

TERCERA

El nivel de autoeficacia emprendedora de los trabajadores del Mall Aventura Plaza, es alto en 81%, lo que nos indica que si se decidieran a iniciar algún emprendimiento o crear alguna empresa, probablemente tendrían éxito. Ya que se ven influenciados por las variables independientes que en conclusiones anteriores hemos demostrado también es alta.

CUARTA

La inteligencia emocional y la intención de emprendimiento influyen de forma significativa en la autoeficacia emprendedora de los trabajadores del Mall Aventura Plaza, es decir, que conforme el nivel de inteligencia emocional y la

intención de emprendimiento son más altos, también lo es la autoeficacia emprendedora.

QUINTA

Las características de los trabajadores del Mall Aventura Plaza, que tienen correlación alta con la inteligencia emocional, la intención de emprendimiento y la autoeficacia emprendedora son la edad, el sexo femenino, nivel de instrucción y el tiempo de experiencia laboral. El tiempo de trabajo en la empresa y la carga familiar presentan una baja correlación con las variables de inteligencia emocional, intención de emprendimiento y la autoeficacia emprendedora.



RECOMENDACIONES

PRIMERA

Brindar una retroalimentación continua acerca del desempeño de los trabajadores para que puedan mejorar los aspectos en los que el rendimiento no es el óptimo, y potencializar sus cualidades y habilidades para que se sientan motivados y puedan mejorar su desempeño laboral.

SEGUNDA

Mejorar la comunicación entre los trabajadores del Mall Aventura y sus niveles directivos, dejando de lado la burocracia empresarial, ya que con un trato directo los trabajadores pueden dar sus puntos de vista reales de la situación actual de la empresa mejorando la iniciativa, innovación y emprendimiento dentro de los puestos de trabajo.

TERCERA

Capacitar constantemente a los empleados para que puedan alcanzar óptimos niveles de desempeño y puedan desarrollar actitudes y aptitudes para que la generación de un emprendimiento, negocio o empresa no sea algo difícil de alcanzar si no una meta a corto plazo. Además con estas herramientas las empresas contratistas de Centros Comerciales serán más atractivas para nuevos talentos, que aporten nuevas ideas e iniciativas.

CUARTA

A la gerencia del Mall Aventura Plaza, se sugiere tener en cuenta nuestros resultados, para que, obedeciendo al compromiso social que presentan con la comunidad y con el personal que labora en el mismo, se mejoren las condiciones de trabajo del personal, sobre todo en lo que respecta a una mayor flexibilización de los horarios para ayudar a que los trabajadores que son todavía estudiantes, puedan concluir sus estudios y así tener una mayor expectativa de desarrollo personal y profesional.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Global Entrepreneurship Monitor Foundation. How do I motivate others? The concept of motivating style. Londres. 2009.
2. Singer S, Amorós J, Moska, D. Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report. London: Global Entrepreneurship Research Association (GERA). 2014.
3. López O. La Inteligencia emocional y las estrategias de aprendizaje como predictores del rendimiento académico en estudiantes universitarios. Tesis presentada a la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos para optar el grado académico de Magíster en Psicología con Mención en Psicología Educativa. Lima, 2008.
4. Salovey P, Mayer J. Inteligencia Emocional. Imaginación, Conocimiento y Personalidad. 1990; 9 (3): 185 -211. Basic Books.
5. Goleman D. Emotional Intelligence. Nueva York: Bantam Books;1995.
6. Cooper R, Sawaf A. La Inteligencia Emocional aplicada al liderazgo y a las organizaciones. 1998.
7. Mercado C. Inteligencia emocional en estudiantes Pre - Universitarios. Tesis para optar el título de licenciado en Psicología. Lima, Perú: Universidad Nacional Federico Villarreal; 2000.
8. Bar-On R. Emotional and social intelligence. Insights from the emotional quotient inventory. En R. Bar-On y D. Parker (Eds.) The handbook of emotional intelligence: Theory, development assessment and application at home, school and in workplace. (pp. 363- 388).San Francisco, CA: JosseyBass; 2000.

9. Schutte S, Malouff M, Hall E, Haggerty J, Cooper T, Golden J, y Dornheim L. Development and validation of a measure of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences*. 1998; 25(2): 167-177.
10. Pereira S. “Nivel de inteligencia emocional y su influencia en el desempeño laboral” (estudio realizado con el personal de la empresa Servipuertas S.A. de la Ciudad Quetzaltenango). Tesis presentada a la Facultad de Humanidades de la Universidad Rafael Landívar para obtener el título de Psicóloga Industrial/Organizacional. México 2012.
11. Goleman D, Boyatzis R, y Mckee A. El líder resonante crea más. El poder de la inteligencia emocional. Bacerlona, España: Edit. Plaza & Janés Editores; 2002.
12. Rincón D. Inteligencia emocional del gerente educativo y su desarrollo personal. *Revista Mexicana de Orientación Educativa*. 2010; 7 (18): 34-44.
13. Padrón G, y Sánchez M. Efecto de la motivación al logro y la inteligencia emocional en el Crecimiento Psicológico. *Revista Venezolana de Gerencia*. 2010; 15 (49): 141-158.
14. Castillo A. El estado del Arte en la enseñanza del emprendimiento. Obtenido de: <http://www.finam.cl> (Fecha de acceso: 20 – 10- 17).
15. Herron L, y Robinson R. A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance. *Journal of Business Venturing*. 1993; 8: 281-294.
16. Krueger N, Reilly M. y Carsrud A. “Competing models of entrepreneurial intentions”, *Journal of Business Venturing*, 2009; 15 (6): 411-532.

17. Liñán F, y Chen Y. Development and validation of an Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ). IntEnt05 Conference, Guildford, United Kingdom. 2005.
18. Sánchez J, Lanero A. y Yurrebaso A. Variables determinantes en la intención emprendedora en el contexto universitario. Revista de Psicología Social Aplicada. 2009; 15: 37-59.
19. Lee S. y Wong, P. An exploratory study of technopreneurial intentions: a career anchor perspective. Journal of Business Venturing. 2004; 19, 7-28.
20. Lanero A, Sánchez J, Villanueva J. y D'Almeida O. La perspectiva cognitiva en el proceso emprendedor. Congreso Nacional de Psicología Social: Un Encuentro de Perspectivas. 2009; 2: 1594-1604.
21. Bosma N, Wennekers S. y Amorós, J. Global Entrepreneurship Monitor 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees across the global. Londres: Global Entrepreneurship Research Association. 2012.
22. Alonso M. y Galve, C. El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. Acciones e Investigaciones Sociales. 2008; 26: 5-44.
23. Espíritu R. y Sastre, M. La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. Cuadernos de Estudios Empresariales. 2007; 17: 95-116.
24. Fernández A, Rueda M. y Herrero A. Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la facultad de CC.EE. y empresariales de Cantabria. 2011.

25. Díaz C. La creación de empresas. Revisión histórica de teorías y escuelas. Trujillo, Perú: Ediciones La Coria. 2010.
26. Vázquez A. Política Económica Local. 2da edición Madrid: Ediciones Pirámide. 2010.
27. Veciana J. Creación de empresas como campo de estudio y salida profesional: Evolución, estado actual y tendencias de desarrollo. RGE-Revista de Gestão e Economia. 2001; (3): 2-9.
28. Rodríguez J. Desarrollo de habilidades directivas en un programa formativo universitario de negocios. 2007. Obtenido de: <http://dialnet.unirioja.es> (Fecha de acceso: 10 – 11- 17).
29. Hisrich R, Peters M. y Shepherd D. Entrepreneurship. Madrid: Mc Graw Hill. 2011.
30. Sánchez J. Aprendizaje Social e Intenciones Emprendedoras: Un estudio comparativo entre México, España y Portugal. Revista Latinoamericana de Psicología. 2009; 41: 109 – 119.
31. Moriano J. y Gorgievski M. Psychology of Entrepreneurship. Madrid: Uned. 2007.
32. Veciana J. Características del empresario en España: Empresario y proceso de creación de empresa. Revista Económica de Cataluña. 1985; 8: 19-40.
33. Ajzen I. The theory of planned behavior. Organizational behavior and Human Decision Processes. 1991; 50: 179 – 211.
34. Brdar I, Rijavec M. y Miljkovic D. Life Goals and Well – Being: Are Extrinsic Aspirations Always Detrimental to Well – Being?. Psychological. 2009.

35. Brown S. y Huning T. Intrinsic motivation and job satisfaction: the intervenignrole of goal orientation. Trabajo presentado en Allied Academies International Conference on Proceedings of the Academy of Organizational Culture, Communications and Conflict, New Orleans. 2010.
36. Reeve J. How do I motivate others? The concept of motivating style. In J. M. D. Gomez & E. G. Armas (Ed.), Motivación y Emoción: Investigaciones actuales. Universidad de la Laguna: Servicio de Publicaciones. 2010.
37. Roche M. y Haar J. Leader Aspirations and Job Satisfaction: The Moderating effect of Leadership position. New Zealand Applied Business Educators Conference. 2010.
38. Paredes M. Relación entre intención emprendedora, aspiraciones y satisfacción con la vida en universitarios limeños. Tesis para obtener el grado de Licenciado en Psicología, Facultad de Psicología de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima, 2015.
39. Mortan R, Ripoll P, Carvalho C. y Bernal M. Effects of Emotional Intelligence on Entrepreneurial Intention and Self-Efficacy. Journal of Work and Organizational Psychology. 2014; 30(3): 97-104.
40. Krueger F, Reilly D, y Carsrud L. Competing Models of Entrepreneurial Intentions. Journal of Business Venturing. 2000; 15(5): 411-432.
41. Prabhu P, McGuire J, Drost A. y Kwong K. Proactive Personality and Entrepreneurial Intent: Is Entrepreneurial Self-Efficacy a Mediator or Moderator? International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research. 2012; 18(5): 559 -586.

42. Shinnar S, Giacomini O, y Janssen F. Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2012; 36(3):465-493.
43. Jahanbin M. Study of Entrepreneurship Moods of Payem-E-Noor University Students. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. 2013; 5(3): 726- 738.
44. Aidis R, Estrin S. y Mickiewicz T. Institutions and Entrepreneurship Development in Russia: A Comparative Perspective. *Journal of Business Venturing*. 2008; 23(6): 656-672.
45. Liñán F. y Chen Y. Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*. 2009; 33(3): 593-617.
46. Cooper S. y Park J. The Impact of Incubator Organizations on Opportunity Recognition and Technology Innovation in New, Entrepreneurial High-technology Ventures. *International Small Business Journal*. 2008; 26(1): 7-56.
47. Álvarez C, Urbano D, Coduras A. y Ruiz J. Environmental Conditions and Entrepreneurial Activity: A Regional Comparison in Spain. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2010; 18(1): 120-140.
48. Prodan I. y Drnovsek M. Conceptualizing Academic-Entrepreneurial Intentions: An Empirical Test. *Technovation*. 2010; 30(5): 332-347.
49. Liñán F, Urbano D, y Guerrero M. Regional Variations in Entrepreneurial Cognitions: Start-Up Intentions of University Students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development*. 2011; 23(3): 187-215.
50. Hermann F, Manfred L. y Christian K. The Significance of Personality in Business Start-Up Intentions, Start-up Realization and Business

- Success. *Entrepreneurship & Regional Development*. 2007; 19(3): 227-251.
51. Kamalian A. y Fazel A. Discussing the Relationship between IE and Students Entrepreneurship. *Entrepr. Dev.* 2011; 3(11): 127-146.
52. Zampetakis, Kafetsios, Bouranta, Dewett, & Moustakis, 2009
53. Mortan R, Ripoll P, Carvalho C. y Bernal M. Effects of Emotional Intelligence on Entrepreneurial Intention and Self-Efficacy. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 2014; 30(3): 97-104.
54. Bandura A. Guide for constructing Self-Efficacy Scales. In T. P. Urdan, *Self- Efficacy Beliefs of Adolescents* (pp. 307-337). Greenwich: Information Age Publishing. 2006.
55. Kickul J, D'Intino R. Measure for measure: modeling entrepreneurial selfefficacy onto instrumental Task within the new Venture cretion process. *New England Journal of Entrepreneurship*. 2005; 39-48.
56. De Noble F, Jung J. y Ehrlich B. Entrepreneurial selfefficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley MA: Babson College. 1999.
57. Chen C, Green P. y Crick A. Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*. 1998; 13: 295-316.
58. Kamalian A, Fazel A. Discussing the Relationship between IE and Students Entrepreneurship. *Entrepr. Dev.* 2011; 3(11): 127-146. Inglaterra.

59. Mortan R, Ripoll P, Carvalho C. y Bernal M. Effects of Emotional Intelligence on Entrepreneurial Intention and Self-Efficacy. *Journal of Work and Organizational Psychology*. 2014; 30(3): 97-104. Estados Unidos.
60. Salazar F, Herrera M, Rueda S, León M. El efecto de la conservación de recursos sobre la intención emprendedora en el contexto de crisis económica: El rol moderador de la autoeficacia y la creatividad. *Anales de Psicología*. 2014; 30(2),: 549-559. España.
61. Duran E, Arias D. Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Revista Gestión de la Educación*, 2016; Volumen 6, Número 2. Venezuela.
62. Llaza, K. Potencial emprendedor de estudiantes universitarios de ciencias empresariales. Tesis presentada al Programa Profesional de Psicología para obtener el título Profesional de Licenciada en Psicología. Universidad Católica de Santa María, Arequipa. 2014.
63. Weisinger H. La inteligencia emocional en el trabajo. Argentina: Javier Vergara editores. 1998.
64. Huacac M. La inteligencia emocional y el desempeño laboral en la Empresa de Generación Eléctrica del Sur, periodo 2011-2013. Tesis presentada a la Escuela Académico Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración. Tacna. 2014.
65. Liñán F, Chen Y. Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*. 2009; 33(3): 593-617.

66. Alonso M. Entrepreneurial Intention: The Role of Gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2012; 6(3), 261-283.
67. Martínez M, Pérez F, Ariza R. 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*. 2015.
68. Bernaldes M. Intención emprendedora y factor de inmigración en estudiantes universitarios del Perú. Tesis de Doctorado. Universidad de Salamanca, Salamanca. 2010.
69. Liza I. Relación entre la intención emprendedora, norma subjetiva, autoeficacia emprendedora y personalidad proactiva en un grupo de estudiantes de una universidad privada de Lima. (Tesis de Licenciatura inédita) Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima. 2011.
70. Manosalvas L. Relación de la inteligencia emocional y la autoeficacia emprendedora. Tesis doctoral presentada a la Escuela de Posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú, CENTRUM, para obtener el Grado de Doctor en Administración Estratégica de Empresas. Lima. 2017.



ANEXO 1
FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Edad..... Sexo Masculino Femenino

Nivel de instrucción:

Secundaria incompleta Secundaria completa

Superior técnico incompleto Superior técnico completo

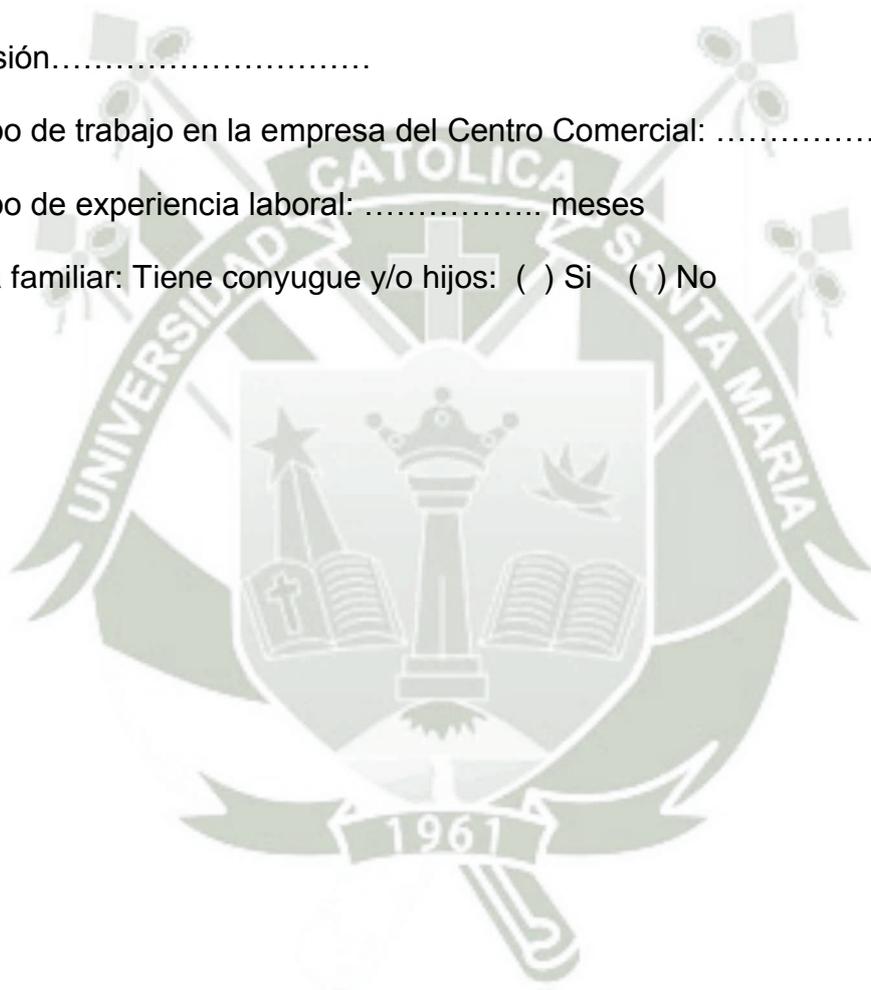
Superior universitario incompleto Superior universitario completo

Profesión.....

Tiempo de trabajo en la empresa del Centro Comercial:meses

Tiempo de experiencia laboral: meses

Carga familiar: Tiene conyugue y/o hijos: Si No



ANEXO 2

INVENTARIO DE COMPETENCIAS EMOCIONALES DE GOLEMAN

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

Capacidad en grado muy bajo: 1, Capacidad en grado bajo: 2,

Capacidad en grado medio: 3, Capacidad en grado alto: 4

Capacidad en grado muy alto: 5.

Nº	Descripción	Valoración				
		1	2	3	4	5
1	Identificar cambios en la excitación fisiológica propia.	1	2	3	4	5
2	Relajarse bajo situaciones de presión.	1	2	3	4	5
3	Actuar productivamente en circunstancias difíciles.	1	2	3	4	5
4	Actuar productivamente en situaciones que produzcan ansiedad.	1	2	3	4	5
5	Calmarse rápidamente en circunstancias difíciles.	1	2	3	4	5
6	Asociar distintas señales físicas con diferentes emociones.	1	2	3	4	5
7	Usar 'conversación interna' (hablar consigo mismo) para influir en sus estados emotivos	1	2	3	4	5
8	Comunicar sus sentimientos en forma efectiva.	1	2	3	4	5
9	Responder a sentimientos negativos de otros sin ser perturbado	1	2	3	4	5
10	Permanecer calmado cuando usted es el blanco de la bronca o agresividad de otros.	1	2	3	4	5

11	Saber cuándo usted está pensando en forma negativa.	1	2	3	4	5
12	Saber cuándo su 'conversación' interna es instructiva.	1	2	3	4	5
13	Saber cuándo se está poniendo furioso.	1	2	3	4	5
14	Saber cuándo está interpretando hechos que le pasan	1	2	3	4	5
15	Saber qué sentidos está usando en cada ocasión.	1	2	3	4	5
16	Comunicar correctamente lo que experimenta	1	2	3	4	5
17	Identificar qué información influye en sus interpretaciones.	1	2	3	4	5
18	Identificar cuándo experimenta cambios de humor.	1	2	3	4	5
19	Saber cuándo está a la defensiva.	1	2	3	4	5
20	Saber cuál es el impacto que su conducta tiene en otros.	1	2	3	4	5
21	Saber cuándo usted se comunica en forma incongruente.	1	2	3	4	5
22	Aumentar de ritmo las tareas, a voluntad.	1	2	3	4	5
23	Recuperarse rápidamente luego de un fracaso.	1	2	3	4	5
24	Completar tareas de largo plazo en los lapsos determinados.	1	2	3	4	5
25	Producir mucha energía cuando está haciendo un trabajo de poco interés.	1	2	3	4	5
26	Cortar o cambiar hábitos inefectivos.	1	2	3	4	5
27	Desarrollar patrones de conducta nuevos o más productivos.	1	2	3	4	5
28	Hacer que las acciones sigan a las palabras.	1	2	3	4	5
29	Trabajar positivamente en los conflictos	1	2	3	4	5

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

ANEXO 3

CUESTIONARIO DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA

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

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

() Si () No

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

Nº	Item	1	2	3	4	5	6	7
1	Trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto							
2	Desarrollar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores.							
3	Reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios.							
4	Reclutar y entrenar a los empleados claves.							
5	Expresar la visión y valores de la organización.							
6	Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes.							
7	Desarrollar relaciones con personas importantes que están vinculadas a fuentes de capital.							
8	Identificar nuevas áreas de crecimiento potencial.							
9	Desarrollar planes de contingencia para cubrir los puestos técnicos claves.							
10	Inspirar a otros a aceptar la visión y valores de la compañía.							
11	Tolerar cambios inesperados en las condiciones del negocio.							
12	Diseñar productos que resuelvan problemas actuales.							
13	Identificar recursos potenciales de financiación.							
14	Crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser más su propio jefe.							
15	Persistir frente a la adversidad							

16	Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes.							
17	Formular un conjunto de acciones para conseguir las oportunidades.							
18	Desarrollar un entorno laboral que anime a que las personas intenten hacer cosas nuevas.							
19	Comercializar los productos de manera adecuada.							
20	Determinar si el negocio irá bien.							
21	Alentar a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones, independientemente de sus resultados.							
22	Identificar y construir equipos de gestión.							
23	Formar una asociación o alianza con otros.							



ANEXO 4

CUESTIONARIO DE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA

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

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

() Si () No

Señale su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones donde:

1: completamente incapaz, 2: algo incapaz, 3: capaz, 4: muy capaz,

5: perfectamente capaz.

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

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

GRACIAS

