

## **Trabajo de Investigación**

*Relación entre la Intención Emprendedora y la Inteligencia Emocional*

**Presentado por:**

Jorge Mario Hurtado Sanclemente

**Colegio de Estudios Superiores de Administración - CESA**

**MBA Nacional**

**Bogotá**

**2023**

**Trabajo de Investigación**

*Relación entre la Intención Emprendedora y la Inteligencia Emocional*

**Presentado por:**

Jorge Mario Hurtado Sanclemente

**Profesor Investigador:**

Rodrigo Zárate Torres

**Colegio de Estudios Superiores de Administración - CESA**

**MBA Nacional**

**Bogotá**

**2023**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>5</b>
<b>2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>7</b>
<b>3. HIPÓTESIS .....</b>	<b>7</b>
<b>4. OBJETIVOS.....</b>	<b>8</b>
4.1    Objetivo General.....	8
4.2    Objetivos Específicos .....	8
<b>5. ESTADO DEL ARTE Y MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>9</b>
5.1    Primeros indicios de los conceptos Emprendedor y Emprendimiento .....	9
5.1.1    Parte I - Aportes de la escuela fisiócrata a la evolución conceptual .....	9
5.1.2    Parte II – Aportes del Keynesianismo .....	11
5.1.3    Parte III - Aportes de los clásicos .....	13
5.1.4    Parte IV - Otros autores que han abordado el tema .....	14
5.2    Intención Emprendedora.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
5.3    Inteligencia Emocional .....	18
5.4    Correlación entre la Intención Emprendedora y la Inteligencia Emocional .....	23
<b>6. RESULTADOS DEL ESTUDIO .....</b>	<b>26</b>
6.1    Determinación de la muestra poblacional y las variables .....	27
6.2    Variables Sociodemográficas .....	30
6.2.1.    Sexo de la muestra.....	31
6.2.2.    Edad de la muestra.....	31
6.2.3.    Estudios de la muestra .....	32
6.3    Variables de Control e Inteligencia Emocional .....	32
6.3.1.    Sexo e Inteligencia Emocional .....	32
6.3.2.    Sexo e Intención Emprendedora.....	34
6.3.3.    Educación e Intención Emprendedora .....	35
6.4    Regresión entre Inteligencia Emocional e Intención Emprendedora sin controles.....	36
6.5    Inteligencia Emocional e Intención Emprendedora .....	37
6.6    Inteligencia Emocional y Actitud hacia el Emprendimiento .....	40
6.7    Inteligencia Emocional y Autoeficacia para Empezar .....	41
6.8    Inteligencia Emocional y reacción de las personas significativas si emprendo .....	43
<b>7. DISCUSIÓN .....</b>	<b>44</b>
<b>8. CONCLUSIONES.....</b>	<b>49</b>
<b>9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## LISTA DE FIGURAS Y TABLAS

Ilustración 1 - Sexo de la muestra – Encuesta continua estudiantes CESA – Zarate, Rodrigo.....	31
Ilustración 2 - Estudios de la muestra – Encuesta continua estudiantes CESA – Zarate, Rodrigo.....	32
Tabla 1 - Escala de Inteligencia Emocional - Escala de Wong y Law (2002).....	29
Tabla 2 - Escala de Intención Emprendedora - Zárate Rodrigo (2010).....	30
Tabla 3 - Relación Sexo e Inteligencia Emocional – Encuesta continua estudiantes CESA – Zarate, Rodrigo .....	32
Tabla 4 - Relación Sexo e Intención Emprendedora – Encuesta continua estudiantes CESA – Zarate, Rodrigo .....	34
Tabla 5 - Relación Educación e Intención Emprendedora – Encuesta continua estudiantes CESA – Zarate, Rodrigo .....	35
Tabla 6 – Significancia estadística entre Inteligencia Emocional e Intención Emprendedora .....	37
Tabla 7 - Significancia estadística entre Inteligencia Emocional y actitud hacia el Emprendimiento .....	40
Tabla 8 - Significancia estadística entre Inteligencia Emocional y autoeficacia para Emprender.....	41
Tabla 9 - Significancia estadística entre la Inteligencia Emocional y reacción de las personas significativas si Emprendo .....	44

## 1. INTRODUCCIÓN

En un mundo cambiante, competitivo y en constante evolución tecnológica, el emprendimiento se ha consolidado como un motor fundamental para el desarrollo económico y social. Cada vez más personas buscan la independencia económica y la realización personal a través de la creación y gestión de sus propios negocios. Sin embargo, emprender no es solo una cuestión de oportunidad y visión; implica también poder enfrentar los desafíos que trae consigo gestionar las emociones y mantener una actitud resiliente ante cualquier situación que pueda surgir por fuera de lo previsto.

En este contexto, la Inteligencia Emocional emerge como un factor crítico que puede influir en la formación de la Intención Emprendedora. La capacidad de comprender y gestionar las emociones propias y de los demás, la habilidad para manejar el estrés, y la aptitud para establecer relaciones productivas son competencias esenciales para los emprendedores. Además de facilitar el proceso de toma de decisiones empresariales, estas competencias también pueden impactar el éxito profesional que pueda llegar a tener quien decida emprender.

Algunos de los puntos que un individuo deberá resolver al optar por esta opción, no solo de trabajo, sino de vida, son adquirir diversas habilidades por fuera de su formación académica primaria que le permitan tener mayor autonomía durante el proceso como lo puede ser aprender de diseño para elegir el branding de su marca, tener noción de finanzas básicas, así como otras habilidades blandas que le permitan construir conexiones de valor. Teniendo esto presente, ¿en

qué momento comenzamos a hablar sobre la importancia de Inteligencia Emocional durante el camino del emprendimiento?

Si bien este tema ha sido trabajado desde diversas disciplinas como la sociología, la psicología, la antropología y la pedagogía, existe una gran oportunidad de explorarlo y generar nuevos trabajos que permitan ahondar sobre la correlación entre ambas áreas para ofrecer así una herramienta de soporte para aquellos que buscan emprender y que están interesados en lograr una comprensión profunda y holística sobre cómo el manejo de las emociones, propias y de otros, es un factor determinante para abordar con éxito una opción laboral cargada de incertidumbre.

Una vez expuesto lo anterior, es posible decir que el presente trabajo de investigación se adentra en la intersección entre la Inteligencia Emocional y la Intención Emprendedora, a través de una revisión exhaustiva de la literatura con los principales referentes en el tema y un análisis empírico que, en una conversación teórico-práctica, permitirá comprender a mayor profundidad el alcance de esta relación.

A lo largo de este trabajo resolveremos la pregunta de investigación planteada a continuación partiendo por una conversación entre algunos autores referentes, que, con diversos enfoques en psicología, administración y economía, proporcionan una visión integral sobre ambos conceptos y cómo se correlacionan. Sumado a esto, ahondamos en un ejercicio práctico que nos permite lograr una visual más amplia, contribuyendo con conclusiones de valor sobre el comportamiento del individuo emprendedor, quien puede llegar a tener un impacto significativo en el desarrollo económico y social.

El análisis práctico se realiza en una muestra de estudiantes de pregrado del Colegio de Estudios Superiores de Administración, CESA. Y, se ha seleccionado este tema como foco de estudio dado que, “el emprendimiento ha sido objeto de gran interés en el campo de la investigación por su capacidad para dinamizar el crecimiento económico” según (Yang & Dess, 2007), a propósito del entorno desafiante y los cambios culturales a los que se enfrentan las diferentes economías alrededor del mundo, y el papel que puede llegar a tener la Inteligencia Emocional como determinante del éxito de los emprendedores y, por consiguiente, de la Intención Emprendedora.

## **2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

¿Cuál es la relación entre la Inteligencia Emocional y la Intención Emprendedora, y de qué manera influyen en el desempeño profesional y en el éxito empresarial del individuo, tomando en consideración otros factores contextuales y personales?

## **3. HIPÓTESIS**

La inteligencia Emocional, comprendida como la habilidad de identificar oportunidades, la capacidad gestionar las emociones y de asumir riesgos de manera calculada, en favor del negocio, tiene una relación significativa con la Intención Emprendedora. Así, es de esperarse que aquellos que se caracterización por tener mayores niveles de Inteligencia Emocional demuestren tener una Intención Emprendedora más fuerte y consistente en el tiempo, aun considerando la influencia de otros factores contextuales y personales.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 Objetivo General**

Explorar y comprender a profundidad la relación que existe entre la Inteligencia Emocional y la Intención Emprendedora, así como otros factores contextuales y personales que puedan influir para el éxito de quien decida optar por este camino profesional.

### **4.2 Objetivos Específicos**

- Analizar la literatura dispuesta por algunos de los principales referentes en ambas áreas.
- Evaluar la Inteligencia Emocional en un grupo de estudiantes que manifiestan interés por emprender, utilizando instrumentos y pruebas validadas.
- Determinar la Intención Emprendedora de los participantes, así como su actitud hacia el emprendimiento y su autoeficacia para emprender.
- Examinar el impacto de la Inteligencia Emocional a partir de variables descriptivas que muestren tendencias de cara a la Intención Emprendedora.
- Realizar un análisis estadístico para investigar la correlación entre la Inteligencia Emocional y la Intención Emprendedora, la actitud hacia el emprendimiento y la autoeficacia para emprender.
- Explorar la influencia de otros factores contextuales y personales como la personalidad y el entorno empresarial, en la relación entre la Inteligencia Emocional y la Intención Emprendedora, la actitud hacia el emprendimiento y la autoeficacia para emprender.
- Ofrecer una discusión y conclusiones basadas en los hallazgos del estudio, destacando la importancia de contribuir en el desarrollo de la Inteligencia Emocional desde la academia

en futuros emprendedores, así como su relevancia en el ámbito empresarial y laboral, en general.

## **5. ESTADO DEL ARTE Y MARCO TEÓRICO**

### **5.1 Primeros indicios de los conceptos Emprendedor y Emprendimiento**

Autores como Grebel, Pyka & Hanusch (2003), Filion (2003) y Kruger (2004), entre otros, han evidenciado a lo largo de sus trabajos que, etimológicamente, el término “emprendedor” nace en Francia, y lo denominaban “entrepreneurs”. Estos lideraban o dirigían importantes actividades, estrategias y políticas del reino, tales como conquistas o expediciones militares. Lo cual cobra sentido cuando vemos que el término entrepreneur procede de la raíz del latín vulgar (in, en, y prendere), que significa: coger, atrapar, tomar.

Para sus inicios, el concepto resaltó la “característica propia del emprendedor que aborda una conquista, valiente, con iniciativa y energía” (Verin, 2011). Razón por la cual, durante los siglos XVI y XVII, el término entrepreneur fue acogido para hacer referencia a los aventureros que se sumaron al viaje hacia el Nuevo Mundo convencidos de las nuevas oportunidades que traía consigo y sin tener en cuenta con lo que pudieran encontrarse. Posteriormente, fueron los fisiócratas quienes dieron un nuevo enfoque al concepto.

#### **5.1.1 Parte I - Aportes de la escuela fisiócrata a la evolución conceptual**

Como manifiesta Rodríguez, A (2009), fue a comienzos del siglo XVIII, que Richard Cantillón (1755), economista irlandés-francés, enfocó el concepto entrepreneur a las actividades económicas, señalando que la función principal que caracteriza al empresario es la incertidumbre

y realizando una categorización de los agentes económicos, dividiéndolo en 3 grupos diferenciados: los Propietarios de la tierra, los Prestamistas y Emprendedores.

Dentro de la anterior clasificación, Cantillón (1755), diferencia al Emprendedor como el hombre racional por excelencia que asume riesgos en condiciones de incertidumbre, que como dice Cantillón (1755), es “capaz de actuar en una sociedad mercantil donde la competencia y la perplejidad hacen evaluar las probabilidades para tomar decisiones”. Finalmente, Cantillón destaca que “una de las funciones del entrepreneur o empresario es la de crear empresa o poner en marcha la actividad empresarial en un ambiente de incertidumbre”.

Más adelante, tal y como plantea Pérez (2011), “en una época en que la economía estaba basada en la agricultura, justo cuando los efectos de la Revolución Industrial comenzaban a transformar el panorama económico mundial”

François Quesnay (1694-1774), líder de la escuela fisiócrata, señaló que el entrepreneur era agricultor ya que la única fuente de riqueza era la tierra, pues la agricultura era concebida como una actividad productiva en oposición a lo infructuosa que pudiese ser la manufactura en términos de valor, conclusión derivada de una época en la que la manufactura estaba organizada en su mayor parte en pequeña escala y sólo una proporción mínima de quienes se dedicaban a esta labor obtenían de su trabajo algo más allá de la subsistencia.

Retomando lo expuesto por Rodríguez, A (2009), Jaques Turgot (1727-1781), Barón de Laune, en su obra Reflexiones sobre la Formación y Distribución de la Riqueza (1766), a diferencia de Cantillón, identifica “que la fuerza motriz principal no es cualquier entrepreneur, sino el entrepreneur-capitalista, el hombre que combina ambas funciones realizando una diferenciación entre el capitalista y el entrepreneur, según la cual los que asume este último están respaldados por su propia porción de capital” según lo expuesto por Pérez, Beatriz (2010). A partir de esto, el emprendimiento fue concebido como el resultado de una decisión tomada por un capitalista quien tiene la capacidad de realizar transacciones con las tierras, tales como realizar compras, comercializar, inversión en agricultura y los préstamos a interés.

Aun cuando los principales exponentes de la fisiocracia exploraron el tema del emprendimiento no llegaron a un consenso generalizado. No obstante, se precisaron dos características primordiales: una, donde el emprendedor es una persona de inteligencia superior capaz de tomar riesgos; y otra, a partir de “la cual el emprendedor toma decisiones con riesgo innovador y como trabajador innovador que hace la diferencia” (Bentham y Smith).

### **5.1.2 Parte II – Aportes del Keynesianismo**

Fuentes, D (2010), por su parte, realiza un recorrido por el libro *Animal Spirits* de George A. Akerlof y Robert J. Shiller (2009), obra que pretendía responder algunos de los cuestionamientos más relevantes de la macroeconomía a partir de una de las escuelas emergentes de la época conocida como economía del comportamiento o behavioral economics, a partir de una expresión originaria del economista británico John Maynard Keynes (1883-1946): animal spirits.

Como plantea Fuentes, D (2010), en plena Gran Depresión, Keynes (1883-1946) acuñó la expresión *animal spirits* en su libro *la Teoría General de la Ocupación, el Interés y el Dinero*, con la cual hace referencia a los estímulos, impulso u optimismo espontáneo que mueven a las personas cuando no es posible hacer un cálculo racional, haciendo referencia a que los sentimientos o estados de ánimo tienen un rol trascendental en las decisiones económicas.

Como argumenta Fornero, R (2010), a través de su teoría, Keynes sustentó que, aunque la mayor parte de las actividades económicas suelen tener motivaciones racionales, también existen otras actividades que están gobernadas por los *animal spirits*, entendiendo que los estímulos que mueven a las personas no son siempre económicos, y que su comportamiento no es racional cuando persiguen este tipo de intereses, por lo que son considerados como la causa principal de la fluctuación de la economía.

De acuerdo con lo que comenta Fornero, R (2019) “para Keynes, los *animal spirits* se relacionan con la conducta del emprendedor y, por ende, con el impulso a la acción, cuando una gran incertidumbre hace que sea razonable justamente guiarse de esa manera.”

Finalmente, en la obra de George A. Akerlof y Robert J. Shiller (2009) se describen los cinco aspectos o cinco tipos de *animal spirits* y la manera en que se ven sumamente afectadas las decisiones de tipo económico: la justicia, la confianza, o equidad, las conductas corruptas y antisociales, la ilusión monetaria, y las historias de la tradición oral; un planteamiento enriquecedor para la economía y el entendimiento contextual.

Sin duda alguna, los *animal spirits* fueron la clave de una visión complementaria de la economía, a través de la cual se explican las inestabilidades que subyacen en el capitalismo.

### **5.1.3 Parte III - Aportes de los clásicos**

Tal y como expone Rodríguez (2009), Adam Smith (1723-1790), filósofo, economista y uno de los principales exponentes de La Escuela de Economía Clásica Inglesa, a través de su obra la Teoría de los Sentimientos Morales (1759) puso en evidencia sentimientos morales como la justicia, la venganza, el resentimiento, la admiración, la virtud y la corrupción para evidenciar que la moralidad tienen su origen en la aprobación o desaprobación social de las acciones. Según Rodríguez (2009) “Smith da algunas interpretaciones de trabajador superior aproximadas al concepto de superyó que Freud posteriormente trataría de analizar en el psicoanálisis.”

De acuerdo con lo planteado por Filion (2003) y expuesto dentro del artículo de Ibarra, A, Zárate, R & Acosta, J (2014), otro de los grandes exponentes de la época es Jean Baptiste Say (1767-1832), economista y empresario francés, quien asocia el emprendimiento con la capacidad de innovación, reconociendo al emprendedor como un verdadero agente de cambio en la sociedad. Asociación que a hoy se mantiene vigente, pues resalta una de las funciones de un emprendedor actual.

Tal y como concluye Rodríguez (2009), Say y Smith estuvieron de acuerdo en asimilar al emprendedor como un trabajador superior y Smith, además de otros autores como Bentham y Mangoldt lo calificaron como innovador.

#### **5.1.4 Parte IV - Otros autores que han abordado el tema**

Como es posible evidenciar en el texto de Ibarra, A, Zárate, R & Acosta, J (2014), Schumpeter (1911), destacado economista austro-estadounidense, profesor de Harvard, asoció al emprendedor como un agente de cambio económico, que genera innovación, originando inestabilidades en los mercados de bienes y servicios. Según expone Rodríguez (2009) a pesar de esta hipótesis, más adelante, Schumpeter se destacó investigaciones relacionadas con “la importancia del emprendedor en los negocios y su capacidad de estimular la inversión además de la innovación”.

En su trabajo, Rodríguez (2009) incorpora, de forma concisa, el análisis del emprendimiento realizado por otros autores de la teoría neoclásica americana previamente rescatado del artículo de Hebert y Link (1988), en donde “Francis E. Walter (1894-1963), político luterano, quien acentuó los elementos de toma de decisiones y el liderazgo; Frederick Hawley (1827-1889) referenció al tomador de riesgo, haciendo énfasis en la importancia del emprendedor en el crecimiento económico; John Bates Clark (1847-1938) debate la teoría de los tomadores de riesgo y describió al emprendedor como el director de la actividad económica; y Frank Knight (1885-1972) distingue entre los riesgos asegurables y la incertidumbre no asegurable, y el desarrollo de una teoría de las utilidades que relaciona la incertidumbre no asegurable con el cambio económico y con las diferencias de capacidad empresarial”.

Dentro del artículo de Ibarra, A, Zárate, R., & Acosta, J. (2014) se destaca la relación entre el aspecto social y emprendimiento, a partir de la postura de O'Farrel (1986) quien sostuvo que las relaciones sociales y/o culturales a las que está expuesto el individuo tienen un papel importante en la estimulación o a la inhibición de las conductas o intenciones de emprendimiento. Lo cual es respaldado por las posturas de Hagen (1962), y Mc Clelland (1960), quienes sugieren que el emprendedor cuenta con una personalidad creativa orientada hacia el logro.

Según menciona Rodríguez (2009), para Amit (1997), “las investigaciones realizadas sobre las percepciones de los ejecutivos relacionan el emprendimiento con conceptos como innovación dinamismo y flexibilidad”. Asimismo, Rodríguez (2009) menciona que los libros más populares de gerencia y administración definen emprendimiento como “la capacidad de iniciar y operar nuevas empresas, en la cual la visión es reforzada por autores como Brook (1968), Bennis y Nanus (1985) y Mintzberg et al. (1999)”.

Cuenca, P., Feijó y Bravo, A (2019) expone el trabajo de Benavides, Sánchez, y Luna (2004), en donde se define al emprendedor como el individuo dispuesto a generar ideas con potencial beneficioso y que es capaz asumir el riesgo de darles vida, reuniendo los recursos que sean necesarios para lograrlo. “Así pues, la actividad emprendedora, en la generación de un negocio, se constituye como una opción de empleabilidad y desarrollo profesional”.

Sobre la base de las nociones y consideraciones planteadas por los diversos autores, y que a hoy sigue surgiendo, es evidente que si bien no existe un consenso generalizado del emprendimiento si es evidente que para emprender se requiere una actitud o intención

emprendedores dispuesta a afrontar las realidades sociales, culturales y políticas, sean más o menos favorables, para poder analizar, concretar y tomar la decisión de emprender.

## **5.2 Intención Emprendedora**

Peng, Lu y Kang (2012) mencionan la Intención Emprendedora como “una orientación psicológica, deseos y esperanzas que influyen en las decisiones que se toman en las empresas”. La Intención Emprendedora es de las cosas más importantes antes de iniciar un nuevo negocio, y Ajzen (1991) la considera como resultado de la actitud del individuo hacia el comportamiento que lo motiva a querer emprender en un negocio. A su vez, como campo de estudio, la Intención Emprendedora viene siendo estudiada con mucha frecuencia a nivel global (Fayolle y Liñán, 2014).

Aquellas investigaciones que hacen referencia a variables cognitivas de las personas con un enfoque en la creación de negocios que ha sido aceptada internacionalmente; “Uno de los marcos teóricos más utilizados en el análisis de la Intención Emprendedora es la teoría de la conducta planificada” (Ajzen, 1991), “que incluye el análisis de las normas subjetivas, las actitudes y el control de comportamiento”, pero ignora otros “aspectos sociodemográficos. Precisamente, el segundo tema en importancia en el análisis de la Inteligencia Emocional lo constituyen los antecedentes y los factores demográficos de las personas bajo estudio” según Liñán & Fayolle, (2015). “De hecho, los factores situacionales relacionados con los antecedentes y la vida actual de una persona pueden ejercer presión sobre un individuo para emprender” (Olomi y Sinyamule, 2009; Fatoki, 2014).

La experiencia laboral es otro factor frecuentemente citado en la literatura que afecta la Intención Emprendedora (Bhandari, 2012; Yeng y Ahmad, 2012; Ahmed et al., 2017; Miranda, Chamorro y Rubio, 2017; Setti, 2017); “Otros estudios han demostrado que para promover la Intención Emprendedora de los estudiantes universitarios es necesario mejorar la calidad de las pasantías” (Yi, 2017).

Como se mencionó anteriormente, el entorno universitario en sí mismo juega un papel importante en la mejora de las aspiraciones emprendedoras y la identificación de oportunidades para las personas, “ya que aprenden no solo de los programas que estudian, sino también del entorno en el que estudiaron” (Iakovleva y Foss, 2017). Algunos estudios apuntan a potenciar los conocimientos prácticos de los universitarios para emprender proyectos (Castelao, Gonzáles.

Jordán y Ruiz, 2015) o “afirman que el entorno universitario afecta las actitudes de tipo emprendedor y, por tanto, a la Intención Emprendedora” (Tran, Bui, Nguyen, y May 2018).

Sin embargo, los estudiantes de universidades privadas mostraron mayores Intenciones Emprendedoras; incluso los estudios de Martínez, García y Duarte (2018) muestran que los estudiantes de instituciones privadas tienen mayores intenciones emprendedoras antes de iniciar sus estudios; y Yurtkoru, Acar y Seray (2014) “encontraron que entre estudiantes de universidades públicas y privadas se afecta la aversión al riesgo y la Intención Emprendedora”.

El efecto de la edad, por otro lado, es un área poco estudiada de la investigación empresarial. Miralles, Giones y Gozun (2017) estudiaron su relación con la Intención Emprendedora, según

Ahmed et al (2017), no hubo diferencia significativa en la edad de los emprendedores. Según Haddad (2017), las diferencias de edad están relacionadas con las motivaciones de autoeficacia de los individuos y están influenciadas por la estructura social, las creencias, los factores situacionales y los acontecimientos familiares. Tsai, Chang y Peng (2016) concluyen que la edad tiene un impacto negativo en las oportunidades e intenciones comerciales percibidas, mientras que Thorgren, Sirén, Nordström y Wincent (2016) revelan una relación en forma de letra U entre la edad y las intenciones comerciales.

Finalmente, encontramos que la Intención Emprendedora está determinada por una serie de factores diferentes que se pueden dividir en dos factores: uno relacionado con factores personales que distinguen a los emprendedores de otros (Hwee y Shamuganthan, 2010) y otro relacionado con factores ambientales. como características socioeconómicas y demográficas (Iwu et al., 2016; Tarapuez et al., 2018).

### **5.3 Inteligencia Emocional**

Según lo expuesto por Zárate y Matviuk (2010) “De acuerdo con Chopra y Kanji (2010), el término Inteligencia Emocional es una paradoja, pues contiene dos términos que son contradictorios y complejos. De acuerdo con estos dos autores, las emociones son subjetivas y la inteligencia es objetiva. Por lo tanto, para poder definir la Inteligencia Emocional debe partir definiendo los términos separadamente”.

Para describir inteligencia y emoción de manera separada, los autores Zárate y Matviuk, (2010) exponen que “Spearman (1927) conceptualizó inteligencia como un simple factor ‘g’ o inteligencia general el cual era el diferencial en el desempeño entre individuos en todas las áreas de la habilidad humana (Cartwright y Pappas, 2008; Salovey y Mayer, 1990)”. También los autores identifican que “El otro punto de vista propuesto a principios del siglo pasado, le corresponde a Thurstone (1938), quien argumenta que la inteligencia puede ser mejor entendida como un conjunto de siete habilidades mentales primarias tales como: el razonamiento numérico, las habilidades espaciales y la comprensión verbal que explican varios aspectos del desempeño (Cartwright y Pappas, 2008; Salovey y Mayer, 1990)”.

Zárate y Matviuk (2010), denotan que “Chopra y Kanji (2010) mencionan que la palabra inteligencia se origina del latín *intellegere* que significa entender. Aunque muchas definiciones se han propuesto en la literatura, la definición popularizada de inteligencia fue citada por Gottfredson en 1997, la cual fue firmada por 52 investigadores de la inteligencia en 1994, quienes la definen como una habilidad mental que, además de otras cosas, involucra la habilidad de razonar, planear, resolver problemas, pensar abstractamente, comprender ideas complejas, aprender rápidamente y aprender de la experiencia; no es solamente aprender de los libros, ni una habilidad académica, sino que refleja una habilidad más profunda para comprender nuestro entorno (Gottfredson, 1997). En resumen, el término inteligencia está relacionado con la lógica, el razonamiento, el planeamiento, el aprendizaje, el pensamiento y el resolver problemas (Chopra y Kanji, 2010)”.

Zárate y Matviuk (2010) identifican que “por otro lado, está el término emociones, que de acuerdo con Chopra y Kanji (2010) definen emoción como un estado mental y psicológico con una amplia variedad de sentimientos, pensamientos y comportamientos. “La raíz de la palabra emoción es motere, el verbo latino mover además del prefijo ‘e’ que implica alejarse, lo que sugiere que en toda emoción hay implícita una tendencia de actuar” (Goleman, 1995). Este término generalmente se asocia con el estado de ánimo, temperamento, personalidad y disposición (Chopra y Kanji, 2010). De acuerdo con Cartwright y Pappas (2008), “las emociones han sido examinadas desde diferentes disciplinas incluyendo psicología (Cornelius,1996), sociología (Williams, 2001), biología (Damasio,1994) y gerencia (Fineman, 2000; Herriot, 2001)”.

En el área de la psicología, Young (1943, p. 263) definió emociones como un grave disturbio en la totalidad del individuo. Con Young, la literatura presenta a un primer grupo de autores que definen emociones como algo caótico, una respuesta desorganizada a un evento determinado (Shaffer, Gilmer y Schoen, 1940; Woodworth, 1940). A diferencia de este primer grupo, existe un segundo grupo de autores que definen emociones como una respuesta organizada a un evento específico (Lepper, 1948; Easterbrook, 1959; Mandler, 1975; Simon, 1982). Este segundo grupo además sugiere que las emociones son un factor motivador del ser humano”.

Zárate y Matviuk (2010) también mencionan en su estudio que “Salovey y Mayer, introducen en 1990 la Inteligencia Emocional en la literatura psicológica científica, y esta se populariza por Goleman (1995), con su best-seller "Emotional Intelligence". A lo largo de los años, varios investigadores han proporcionado definiciones de la Inteligencia Emocional (por ejemplo, Bar-

On, 1997; Goleman, 1995). Según Mortan, Ripoll, Carvalho y Bernal, 2014 la definición más extendida en el mundo académico es la dada por Salovey y Mayer (1990).

En 1990 definieron por primera vez la Inteligencia Emocional como un tipo de inteligencia social y personal que implica "la capacidad de controlar los sentimientos y las emociones propias y ajenas, de discriminar entre ellos y de utilizar esta información para guiar el pensamiento y las acciones propias".

En 1997 refinaron esta definición incluyendo cuatro dimensiones interrelacionadas: percepción, valoración y expresión de las emociones; facilidad del pensamiento por parte de las emociones; comprensión y análisis de la información emocional, empleando el conocimiento emocional; y regulación de las emociones (Mayer y Salovey, 1997). Como señalaron Cartwright y Pappas (2008), siguen comprometidos con la idea de que "la Inteligencia Emocional se encuentra en la intersección entre el procesamiento mental de la información emocional y su integración con la información cognitiva"

Gracias a lo explorado por Zárte y Matviuk (2010) se puede ver que "el enfoque de capacidades específicas se centra en habilidades y capacidades particulares importantes para la Inteligencia Emocional (Mayer et al., 2008). Las principales habilidades identificadas por los autores son: la percepción e identificación emocional; el uso de la información emocional en el pensamiento, el razonamiento sobre las emociones, en particular la valoración, la clasificación, la categorización de las emociones y las habilidades lingüísticas para comunicar estas emociones; por último, pero no menos

importante, la gestión de las emociones en uno mismo y en los demás, a través de la cual uno es capaz de comprometerse, prolongar o separarse de un estado emocional, monitorear y reflexionar sobre los sentimientos, y replantear la percepción de ciertas situaciones (Cartwright & Pappas, 2008; Mayer, et al., 2008)”.

Las capacidades específicas identificadas por los autores reflejan el modelo de cuatro ramas desarrollado por Mayer y Salovey (Mayer & Salovey, 1997; Salovey & Mayer, 1990). Se trata de un enfoque integrador, ya que unen cada área para tener una Inteligencia Emocional global. Se considera que cada área se desarrolla desde la primera infancia (Mayer et al., 2008). Además, estas cuatro ramas están organizadas jerárquicamente: la percepción de la emoción está en el nivel básico, y la gestión de la emoción está en el nivel más alto y complejo, por lo que la regulación de la emoción propia y ajena se construye sobre la base de las competencias de las otras tres ramas (Fernández-Berrocal y Extremera, 2006)” (Zárate y Matviuk, 2010).

Otro enfoque de la Inteligencia Emocional es el Modelo Mixto, llamado así porque se dirige a cualidades mixtas. Ha sido propuesto por Bar On (1997), quien definió la Inteligencia Emocional como un "conjunto de capacidades, competencias y habilidades no cognitivas que influyen en la capacidad de una persona para tener éxito a la hora de enfrentarse a las demandas y presiones del entorno" (p. 14). Cartwright y Pappas (2008) observaron que este modelo, al igual que el de Goleman, incluía cinco grandes categorías: habilidades emocionales intrapersonales, habilidades emocionales

interpersonales, adaptabilidad, gestión del estrés y estado de ánimo general (Zárate y Matviuk, 2010).

“La Inteligencia Emocional se ha asociado a menudo con importantes resultados vitales, como un mayor bienestar psicológico (Schutte, Malouff, Thorsteinsson, Bhullar y Rooke, 2007), relaciones sociales de alta calidad (Lopes et al., 2004) y un mayor éxito profesional” (Zárate y Matviuk, 2010).

Aquellos que logran dominar la inteligencia social, tienen la posibilidad de establecer relación con otras personas de manera fácil y son sagaces en la interpretación de sus actitudes y sentimientos. Adicionalmente, son capaces de guiar, acomodar y dejar en claro las disputas que pueden desencadenarse en cualquier actividad humana (Goleman, 1995).

#### **5.4 Correlación entre la Intención Emprendedora y la Inteligencia Emocional**

La relación entre la Intención Emprendedora y las variables sociodemográficas ha sido analizada en diversos estudios (Liñán, Rodríguez y Rueda, 2011; Liñán y Fayolle, 2015; Soria, Zúñiga y Ruiz, 2016; Jaimes, Jaramillo, 2016) y (Pérez, 2017. Tarapuez, García y Castellano, 2018), pero a pesar de los avances, “los determinantes de las decisiones individuales para iniciar un emprendimiento siguen sin estar claros” (Liñán, Rodríguez, & Rueda, 2011).

Incluso otros trabajos no muestran una relación estadísticamente significativa entre la Intención Emprendedora y las variables sociodemográficas (Iwu, Ezeuduji, Eresia y Tengeh, 2016; Ahmed, Chandran y Klobas, 2017; Setti, 2017, 2017) o suponiendo que no se limita a esta.

Los tipos varían, pero dependen de cómo los individuos se ven a sí mismos como emprendedores (Silveira, Cabeza & Fernández, 2016).

Lopes, Grewal, Kadis, Gall y Salovey (2006) descubrieron que la Inteligencia Emocional universal estaba significativamente relacionada con diversos indicadores de rendimiento profesional, con las calificaciones de facilitación interpersonal, con el afecto y con las reacciones. En consonancia con dichos resultados, un análisis longitudinal anterior (Snarey y Vaillant, 1985) encontró que el rendimiento profesional estaba más influenciado por las habilidades de las personas para hacer frente y gestionar los sentimientos, manejar el estrés y la frustración, y llevarse bien con otras personas, que por el coeficiente intelectual. Por consiguiente, es viable deducir que la Inteligencia Emocional es un predictor fundamental de resultados significativos en diferentes materias de la vida cotidiana, del mundo real y del éxito profesional.

La Inteligencia Emocional de rasgo (Petrides y Furnham, 2001) se considera un criterio bastante acertado para el triunfo profesional (O'Boyle, Humphrey, Pollack, Hawver y Story, 2010), incluso, en un inicio se sugirió que la Inteligencia Emocional puede ser aún más relevante que el IQ (Goleman, 1995), aunque las pruebas empíricas no secundan este último argumento (Van Rooy y Viswesvaran, 2004).

Existen pruebas que demuestran que la Inteligencia Emocional predice los resultados del manejo profesional, así como hay pruebas que indican que la Inteligencia Emocional es un elemento determinante para las autopercepciones en relación con el sentimiento, que son de

manera directa importantes para las cambiantes organizativas como la satisfacción profesional y el rendimiento. Frente a esto, 2 de los metaanálisis de O'Boyle, Humphrey, Pollack, Hawver y Story, (2010, 2010); Van Rooy & Viswesvaran, (2004), expusieron que la Inteligencia Emocional predice una secuencia de resultados de rendimiento, inclusive luego de mantener el control del IQ y los cinco grandes rasgos de la personalidad (Apertura, Escrupulosidad, Extraversión, Empatía y Neuroticismo).

Con respecto al análisis de la predominancia de la Inteligencia Emocional sobre la Intención Emprendedora, Zampetakis et al. (2009a, 2009b) o Rhee y White (2007) aseguran que la Inteligencia Emocional afecta la Intención Emprendedora por medio de dos vías. Por un lado, las muestras que las personas con una alta autoevaluación en Inteligencia Emocional presentan una mayor tolerancia al estrés, por otro lado, las personas con alta Inteligencia Emocional tienden a tener mayor disposición a la proactividad, todo lo que resulta en Intención Emprendedora. Rhee y White (2007) aseguran que los emprendedores exitosos, entendidos como esos que obtienen mayores beneficios, se asemejan a individuos con un elevado grado de Inteligencia Emocional.

Esto puede darse debido a que el emprendimiento es una actividad básicamente de naturaleza social (Zampetakis et al., 2009b) pues el emprendedor ha de comerciar con proveedores y distribuidores para hacer posible la producción y repartición de un producto, y las interacciones adecuadas con los múltiples equipos, va a resultar en gran medida en el éxito empresarial (Skudiene, Auruskeviciene, Reardon y Stangej, 2011).

Por lo tanto, la capacidad para interactuar con otras personas y construir redes de apoyo es un rasgo directamente asociado a la Inteligencia Emocional, y es de suma importancia para la explotación de la Intención Emprendedora (Mortan et al., 2014; Chell y Baines, 2000); en otras palabras, un relacionamiento exitoso permitirá llevar a cabo actividades empresariales (Salvador, 2008), así como pronosticar su triunfo (Ahmetoglu et al., 2011; Zampetakis et al., 2009a), y entender la conducta del emprendedor.

De igual manera, se evidencia que una mayor capacidad de Inteligencia Emocional permite anticipar y prevenir rupturas emocionales, posibilita guiar el problema y sopesar la información emocional para tomar las mejores decisiones, producir un ámbito de trabajo positivo y una alta moral en las personas con las que se trabaja (Skudiene et al., 2011). Es por esto que Gerus (2009; en Skudiene et al., 2011) afirmaba, como consecuencia de su investigación, que en medio de las 10 habilidades claves de la siguiente generación de directivos emprendedores se destaca, antes que cualquier otro factor, la Inteligencia Emocional, la cual les permitirá alcanzar resultados exitosos en sus proyectos.

## **6. RESULTADOS DEL ESTUDIO**

Ahora, para comprender la relación entre la Intención Emprendedora y la Inteligencia Emocional, y confrontarla frente a lo planteado dentro del estado del arte, se tomó una muestra compuesta por 70 estudiantes del Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA – y se llevó a cabo una encuesta dentro de la cual se utilizaron variables de control como: edad, sexo, nivel de educación, entre otras.

## **6.1 Determinación de la muestra poblacional y las variables**

Para llevar a cabo este estudio sobre la relación entre la Intención Emprendedora y la Inteligencia Emocional en estudiantes del Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA), se procedió a definir tanto la muestra poblacional como las variables pertinentes. En el proceso de selección de la muestra, se eligieron aleatoriamente 70 estudiantes del CESA, con el objetivo de representar una muestra diversa y representativa de la población estudiantil.

Los participantes respondieron a una encuesta que incluyó una serie de variables relacionadas con la Intención Emprendedora, como la intención de iniciar un negocio, la autoeficacia percibida para emprender y la actitud hacia el emprendimiento. También se incluyeron variables de Inteligencia Emocional, como la autoconciencia, la empatía, la automotivación y la autorregulación, con el fin de evaluar cómo estas dimensiones emocionales se relacionan con la Intención Emprendedora.

Además, se consideraron variables que exploraron la influencia de personas significativas en el entorno de los estudiantes, como familiares cercanos, amigos y colegas, en su decisión de emprender. La combinación de estas variables permitirá un análisis integral de la relación entre la Intención Emprendedora y la Inteligencia Emocional en esta muestra específica de estudiantes del CESA.

El objetivo principal de la encuesta y de las preguntas planteadas a los participantes, fue medir su Inteligencia Emocional según la Escala de Wong y Law (2002), también conocida

como “WLEIS”, (Tabla 1), por medio de la cual se plantean 16 preguntas para medir 4 factores: la autoconciencia, la empatía o habilidades sociales, la automotivación y la autorregulación.

En paralelo, con la escala elaborada y probada por Rodrigo Zárate (Tabla 2) se buscó medir la Intención Emprendedora a través de 13 preguntas con 4 grandes variables: Intención Emprendedora, autoeficacia para emprender, actitud hacia el emprendimiento y la reacción de las personas significativas en caso de emprender un negocio.

Al final del ejercicio, el objetivo de este estudio de campo fue analizar los resultados contra las variables de control y validar la significancia estadística entre la Inteligencia Emocional y la Intención Emprendedora.

### **Escala de Inteligencia Emocional**

#### **AUTOCONCIENCIA**

1. La mayoría de las veces tengo bien en claro por qué tengo ciertos sentimientos.
2. Tengo un buen entendimiento de mis emociones personales.
3. Realmente entiendo lo que siento.
4. Siempre me fijo si soy o no feliz.

#### **EMPATÍA – HABILIDADES SOCIALES**

5. Siempre conozco las emociones de mis amigos por sus conductas.
6. Soy un/a buen/a observador/a de las emociones de los demás.
7. Soy sensible a las emociones y sentimientos de los demás.
8. Tengo buen entendimiento de las emociones de la gente que me rodea.

#### **AUTOMOTIVACIÓN**

9. Siempre fijo metas para mí mismo/a y luego trato de alcanzarlas.

- 10. Siempre me digo a mí mismo /a que soy una persona competente.
- 11. Soy una persona con automotivación.
- 12. Yo siempre me alentaría a mí mismo/a dar lo mejor de mí.

**AUTOREGULACIÓN**

- 13. Soy capaz de controlar mi temperamento y manejar las emociones racionalmente.
- 14. Soy bastante capaz de controlar mis propias emociones.
- 15. Cuando estoy muy enojado/a siempre me puedo calmar rápidamente.
- 16. Tengo un buen control de mis propias emociones.

Tabla 1 - Escala de Inteligencia Emocional - Escala de Wong y Law (2002)

**Escala de Intención Emprendedora**

**INTENCIÓN EMPRENDEDORA**

- 1. Actualmente estoy tratando de iniciar mi propio negocio.
- 2. Mi meta es llegar a ser un emprendedor.
- 3. Realizaré cualquier esfuerzo para llegar a ser emprendedor.
- 4. Tengo la fuerte intención de emprender en el futuro.
- 5. Tengo un fuerte pensamiento de crear un negocio en el futuro.

**AUTOEFICACIA PARA EMPRENDER - POSEO LAS CAPACIDADES PARA:**

- 6. Crear nuevos productos y servicios.
- 7. Comercializar una idea nueva, o producto o servicio.
- 8. Gerenciar una empresa de forma exitosa.

**ACTITUD PARA EL EMPRENDIMIENTO**

- 9. Ser emprendedor tiene más ventajas que desventajas.
- 10. Entre varias opciones prefiero ser un emprendedor.

**IDENTIFIQUE LA REACCIÓN DE LAS PERSONAS SIGNIFICATIVAS SI USTED EMPRENDE UN NEGOCIO**

- |  |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"><li>11. Su familia cercana.</li><li>12. Sus amigos.</li><li>13. Sus colegas.</li></ol> |
|--|

**Tabla 2 - Escala de Intención Emprendedora - Zárate Rodrigo (2010)**

## **6.2 Variables Sociodemográficas**

Respecto a las variables sociodemográficas de la muestra analizada, en resumen, podemos concluir que, de los 70 estudiantes entrevistados, muestra determinada para este estudio, se identificó que el 59% de los participantes es de sexo masculino mientras que el 41% restante es de sexo femenino (Figura 3), evidenciando una mayor participación por parte de los hombres. Por otro lado, el 3% de la muestra está en los 20 años o menos, el 90% se encuentra entre los 21 y 25 años, y el 7% restante está por encima de los 25 años (Figura 4).

Adicionalmente, el 60% de los entrevistados se encuentra finalizando sus estudios universitarios, mientras que el 33% ya los finalizó y el 7% adicional no ha iniciado sus estudios ni cuenta con un posgrado (Figura 5).

### 6.2.1. Sexo de la muestra



Ilustración 1 - Sexo de la muestra – Encuesta continua estudiantes CESA – Zarate, Rodrigo

### 6.2.2. Edad de la muestra

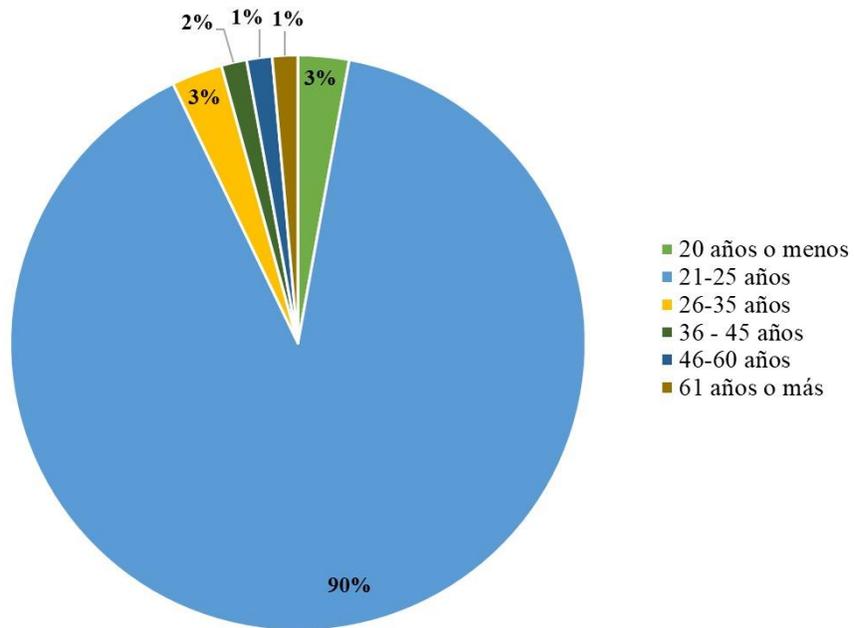


Ilustración 2 - Edad de la muestra – Encuesta continua estudiantes CESA – Zarate, Rodrigo

### 6.2.3. Estudios de la muestra

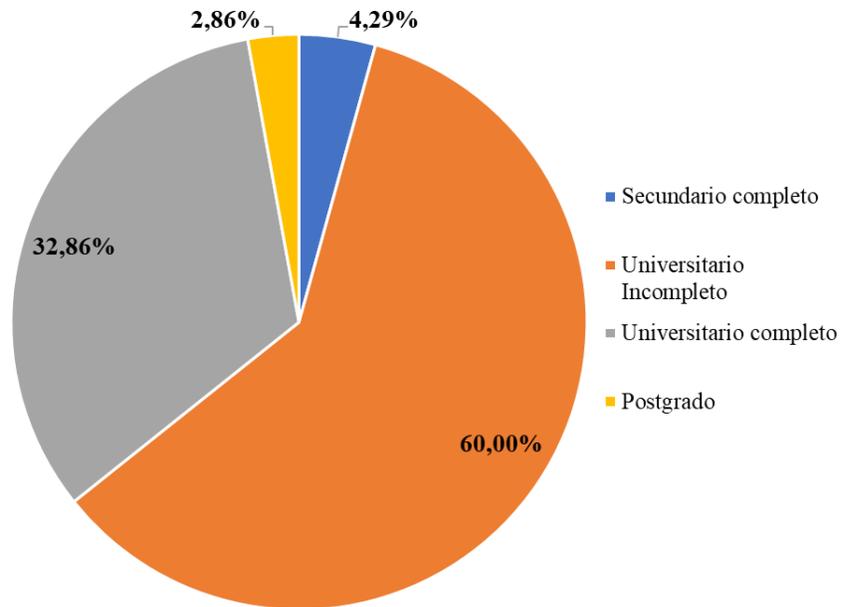


Ilustración 2 - Estudios de la muestra – Encuesta continua estudiantes CESA – Zarate, Rodrigo

## 6.3 Variables de Control e Inteligencia Emocional

### 6.3.1. Sexo e Inteligencia Emocional

Sexo	Promedio Autoconciencia	Promedio Empatía	Promedio Automotivación	Promedio Autorregulación
Hombre	5,299	5,348	5,902	5,043
Mujer	5,198	5,448	5,345	4,259

Tabla 3 - Relación Sexo e Inteligencia Emocional – Encuesta continua estudiantes CESA – Zarate, Rodrigo

Tal y como se indicó anteriormente, el instrumento definido para analizar la relación entre Sexo e Inteligencia Emocional fue la Escala de Inteligencia Emocional de Wong y Law (2002), instrumento con adecuada validez, alto grado de confiabilidad y capacidad predictiva.

Respecto a los resultados obtenidos a través del instrumento de medición, podemos determinar que, al analizar las diferentes puntuaciones medias obtenidas entre hombres y mujeres, encontramos que aun cuando la diferencia es baja, los hombres cuentan con una mejor puntuación en la mayoría de las competencias, excepto por la única competencia social evaluada dentro de este ejercicio y se trata de la empatía, la única dimensión en la cual las mujeres puntúan una media por encima de los hombres.

Que las mujeres presenten mayor empatía representa que cuentan con la capacidad de entender y/o experimentar como propios los estados emocionales de otras personas, permitiéndoles sentir, desde la perspectiva del otro, de forma racional y eficaz. Llegar a dominar una competencia emocional interpersonal como lo es el trabajo en equipo implicará un dominio subyacente de la competencia básica de la empatía y de poder guiar a otros, a un estado de positividad.

Los hombres, por su parte, muestran una mayor puntuación en competencias individuales o del área intrapersonal relacionadas con la conciencia de nuestras emociones y del saber expresarlas, como lo son la autoconciencia, la automotivación y la autorregulación.

Particularmente, en el instrumento podemos observar que los hombres puntúan una media más alta que las mujeres en la competencia interpersonal de la autorregulación. Esta hace referencia a la capacidad que tenemos las personas, indiferente al sexo, de controlar las emociones, seleccionando la emoción que se desea experimentar dependiendo de la situación. Esto permite

dar un tratamiento y enfoque adecuado a cómo reaccionar, sin reprimir emociones, mientras se mantienen las buenas relaciones.

En términos generales, la variación de puntuaciones entre sexos es bastante pequeña, sin embargo, la tendencia marca que los hombres muestran rasgos de mayor Inteligencia Emocional.

### 6.3.2. Sexo e Intención Emprendedora

Sexo	Promedio Intención Emprendedora	Promedio autoeficacia para emprender	Promedio actitud hacia el emprendimiento	Promedio reacción de las personas significativas si usted emprende un negocio
Mujer	5,61	6,13	5,66	6,77
Hombre	6,31	6,63	6,17	6,88

Tabla 4 - Relación Sexo e Intención Emprendedora – Encuesta continua estudiantes CESA – Zarate, Rodrigo

Ahora, frente a la relación del Sexo con la Intención Emprendedora, se ve de manera más marcada que en el caso de la Inteligencia Emocional una tendencia del sexo masculino hacia la intención a emprender en todas las variables. Esto se puede justificar en el número de hombres que emprenden en el país versus el número de mujeres, que según el Global Entrepreneurship Monitor del 2023, “las investigaciones sobre actividad empresarial y género han revelado evidencia sobre la mayor presencia en hombres que en mujeres. De hecho, Ahl (2006) & Marlow (2002) afirman que la actividad empresarial ha sido tradicionalmente un campo dominado por hombres y, globalmente, por cada mujer existen casi dos hombres inmersos en la actividad empresarial (Acs et al., 2009)”.

Iniciativas que promuevan el emprendimiento femenino por parte de entidades de apoyo al emprendimiento son de suma importancia para seguir fortaleciendo el tejido empresarial en Colombia. Si tuviéramos más mujeres emprendedoras, cuya Inteligencia Emocional tiene una media muy similar a la de los hombres, pero con un factor de gran relevancia adicional como lo es la empatía, se podría robustecer la economía y traer modelos de negocio que generen alto valor.

### 6.3.3. Educación e Intención Emprendedora

Nivel de estudios	Promedio Intención Emprendedora	Promedio autoeficacia para emprender	Promedio actitud hacia el emprendimiento	Promedio reacción de las personas significativas si usted emprende un negocio
Universitario completo	5,77	6,38	5,68	7,13
Universitario Incompleto	5,99	6,44	5,88	6,93

Tabla 5 - Relación Educación e Intención Emprendedora – Encuesta continua estudiantes CESA – Zarate, Rodrigo

Para este caso, al analizar la media de los índices de Intención Emprendedora se visibiliza un resultado interesante en el hecho de que aquellas personas que no han terminado su grado universitario son más propensas a emprender desde el punto de vista de intención, autoeficacia y actitud hacia el emprendimiento.

En cuanto a la reacción de las personas significativas en caso de que se decida emprender un negocio, es el único índice que muestra que las personas que han completado sus estudios cuentan con mayor apoyo por parte de las personas que consideran significativas para tomar la decisión de emprender, se infiere que esto puede estar relacionado con el hecho de que si la persona no es exitosa con su emprendimiento, al menos cuenta con un grado universitario como respaldo para poder emplearse y avanzar en su carrera profesional.

#### **6.4 Regresión entre Inteligencia Emocional e Intención Emprendedora sin controles**

Otra de las metodologías para identificar la relación directa entre la Inteligencia Emocional y la Intención Emprendedora fue correr dentro de un software estadístico un modelo de regresión entre ambas variables utilizando los instrumentos anteriormente descritos. Para tal fin, se calcularon los índices de autoconciencia, empatía, automotivación y autorregulación, y se validó la significancia estadística entre dichas variables y la Intención Emprendedora; la actitud hacia el emprendimiento, la autoeficacia para emprender y la respuesta de las personas significativas en caso de tomarse la decisión de emprender.

Para una mayor comprensión de los resultados, se ha de tener en cuenta que la muestra determinada hace parte en un 100% a estudiantes del Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA, que, al tratarse de una escuela de negocios, puede llevar a concluir que los participantes de la muestra tienen un mayor interés o tendencia a emprender del que se podría encontrar en una universidad con un enfoque académico distinto, sin embargo, se definió validar cómo se comporta esta muestra respecto a estas dos variables y comprender así la percepción en el nicho particular de los estudiantes en una escuela de negocios.

Con la regresión se identificó una relación positiva entre todas las variables y significancia baja, media y/o alta en muchos de los casos, lo que en principio nos lleva a pensar que existe una correlación clara entre la Inteligencia Emocional y la Intención Emprendedora. A continuación, se analiza en detalle el resultado de la regresión en la que se toma como variable principal la

Inteligencia Emocional, y en cada uno de los casos se cruza con las variables del instrumento de medición de la Intención Emprendedora.

### 6.5 Inteligencia Emocional e Intención Emprendedora

VARIABLES	Intención Emprendedora	Intención Emprendedora	Intención Emprendedora	Intención Emprendedora
Autoconciencia	0.217*			
	(0.115)			
Empatía		0.271**		
		(0.124)		
Automotivación			0.143	
			(0.122)	
Autorregulación				0.104
				(0.087)
Constante	-1.159*	-1.477**	-0.829	-0.496
	(0.627)	(0.688)	(0.719)	(0.433)
R-squared	0.052	0.068	0.021	0.021

Errores estándar en paréntesis

\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

Tabla 6 – Significancia estadística entre Inteligencia Emocional e Intención Emprendedora

En esta regresión se pueden observar 2 significancias estadísticas claras, entre la autoconciencia y la empatía. En cuanto a la autoconciencia, se identifica una relación positiva y estadísticamente significativa llevando a inferir que a medida que la Intención Emprendedora aumenta hay más autoconciencia, es decir que, el entender las emociones, sentimientos, y tener momentos de autoconocimiento en los que se cuestionan los estados del ser lleva a tener una incidencia positiva con la Intención Emprendedora.

La habilidad de autoconciencia implica reconocer los propios estados de ánimo, los recursos y las intuiciones. Las competencias emocionales que dependen de la autoconciencia son: la

conciencia emocional misma, que permite identificar las propias emociones y sus efectos; la correcta autovaloración como la competencia emocional que permite conocer las propias fortalezas y sus limitaciones; y la autoconfianza como el fuerte sentido del propio valor y capacidad.

Siendo la autoconciencia una variable con relación estadísticamente significativa con la Intención Emprendedora, se puede decir que es de los puntos más débiles de esta muestra con una media de 5.3 sobre 7, y lo que nos dice la correlación de 0.217 es que una persona con intención de emprender debe tener un claro entendimiento de sus emociones personales para, de esta manera, mantener encaminada y sostenida su intención de emprender.

Un emprendedor con un nivel alto de autoconciencia está en capacidad de entender sus emociones y no dejar que estas lo lleven a tomar decisiones apresuradas en el desarrollo de su empresa o inclusive a abandonar su emprendimiento por un desequilibrio emocional.

Por su lado, la empatía también marca una relación positiva y estadísticamente significativa en 0.271. Hogan (1969) describe la empatía como “la comprensión intelectual o imaginativa de la condición o estado de los otros sin la experiencia real de los sentimientos de la persona”, y la literatura deja muy clara la importancia de conectar con otras personas y entender sus sentimientos para ser un buen líder. En este caso la relación es mayor que con la autoconciencia, siendo más relevante este atributo para tener una Intención Emprendedora alta.

En lo que respecta a la automotivación y la autorregulación no se evidencia una relación positiva y estadísticamente significativa. Por un lado, la automotivación puede ser una

observación errada y no consistente con lo que denota el estado del arte, ya que en diferentes oportunidades se hace referencia a factores relacionados con este índice en los que se menciona que un emprendedor tiene un componente de resiliencia que es el que logra mantener las intenciones en firme y la persistencia del emprendedor está atada a ser una persona que mantiene su motivación hacia su idea o proyecto de negocio.

En cuanto a la autorregulación, es entendible que no exista esa relación positiva y estadísticamente significativa debido a que los emprendedores no siempre están caracterizados por controlar su temperamento o por manejar las emociones racionalmente. En muchas ocasiones, el emprendedor puede ser impulsivo y tomar decisiones basadas en su intuición y no necesariamente en su investigación.

Los resultados muestran además que, la empatía parece estar más fuertemente relacionada con la Intención Emprendedora que la autoconciencia, la automotivación y la autorregulación en esta muestra específica de estudiantes. Sin embargo, en general, la influencia de la Inteligencia Emocional sobre la Intención Emprendedora es moderada y son otros factores los que pueden desempeñar un papel importante en la formación de la intención.

Finalmente, los coeficientes constantes negativos sugieren que, en ausencia de habilidades de Inteligencia Emocional, la Intención Emprendedora tiende a ser más baja, pero esta relación no es fuerte ni estadísticamente significativa en todos los casos.

## 6.6 Inteligencia Emocional y Actitud hacia el Emprendimiento

VARIABLES	Actitud hacia el emprendimiento			
<b>Autoconciencia</b>	0.303*** (0.112)			
<b>Empatía</b>		0.316** (0.123)		
<b>Automotivación</b>			0.171 (0.122)	
<b>Autorregulación</b>				0.144* (0.086)
<b>Constante</b>	-1.618** (0.610)	-1.725** (0.679)	-0.990 (0.715)	-0.686 (0.428)
<b>R-squared</b>	<b>0.101</b>	<b>0.093</b>	<b>0.029</b>	<b>0.041</b>

Errores estándar en paréntesis

\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

**Tabla 7 - Significancia estadística entre Inteligencia Emocional y actitud hacia el Emprendimiento**

En esta regresión la autoconciencia y la empatía nuevamente se ven relacionadas de manera positiva y estadísticamente significativa, en esta ocasión específicamente sobre la “actitud hacia el emprendimiento”. Lograr una actitud hacia el emprendimiento implica que el individuo considere que ser emprendedor tiene más ventajas que desventajas y vea el emprendimiento como la mejor opción de carrera, esto de acuerdo con el instrumento de medición. Sin duda los niveles de autoconciencia son relevantes para este fin pues que la actitud sea positiva se correlaciona estrechamente con la Inteligencia Emocional del individuo.

Los resultados sugieren que la autoconciencia y la empatía están fuertemente relacionadas con una actitud positiva hacia el emprendimiento, mientras que, aunque la autorregulación también muestra una relación significativa, es menos fuerte. Por su parte, la automotivación no parece estar fuertemente relacionada en este estudio específico y se sugiere que el desarrollo de la Inteligencia Emocional, especialmente en términos de autoconciencia y empatía, podría

desempeñar un papel importante en la promoción de actitudes positivas hacia el emprendimiento sin dejar de tener presente que otros factores que no se incluyen en el modelo también pueden influir en la actitud que se tenga hacia el emprendimiento.

Para este caso, la significancia estadística es visible en los tres puntos, lo que denota que el control y autoconocimiento de las emociones está muy relacionado con la actitud hacia el emprendimiento.

### 6.7 Inteligencia Emocional y Autoeficacia para Emprender

VARIABLES	Autoeficacia para emprender	Autoeficacia para emprender	Autoeficacia para emprender	Autoeficacia para emprender
<b>Autoconciencia</b>	<b>0.279**</b>			
	(0.113)			
<b>Empatía</b>		<b>0.300**</b>		
		(0.123)		
<b>Automotivación</b>			<b>0.400***</b>	
			(0.113)	
<b>Autorregulación</b>				0.019
				(0.088)
<b>Constante</b>	<b>-1.491**</b>	<b>-1.638**</b>	<b>-2.317***</b>	<b>-0.088</b>
	(0.615)	(0.682)	(0.665)	(0.437)
<b>R-squared</b>	<b>0.086</b>	<b>0.084</b>	<b>0.161</b>	<b>0.001</b>

Errores estándar en paréntesis

\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

**Tabla 8 - Significancia estadística entre Inteligencia Emocional y autoeficacia para Emprender**

Nuevamente se observan relaciones estadísticamente significativas entre la autoconciencia, la empatía, la automotivación y la autorregulación, en este caso con la autoeficacia para emprender, que mide principalmente la capacidad de innovar y crear nuevos productos y/o servicios.

Tratándose la autoconciencia de una variable que mide si la mayoría de las veces se tiene en claro por qué se dan ciertos sentimientos, si se tiene un buen entendimiento de las emociones personales, si realmente se entiende lo que se siente y si se tiene conciencia de si se es o no feliz, es muy importante este resultado ya que denota que una persona con autoconocimiento es capaz de enfocarse con mayor facilidad en idear un modelo de negocio enfocado en la creación de una solución innovadora con el fin de contribuir en la resolución de un problema latente de la sociedad.

En esta regresión el punto con mayor significancia estadística es la automotivación, caso particular frente a las dos regresiones anteriores en donde no se había observado una significancia estadística con esta variable. Esto coherente entendiendo que, si una persona se mantiene motivada durante su carrera emprendedora es más probable que persista en la búsqueda de sus objetivos a pesar de los obstáculos y desafíos que pueda encontrar en su camino. La automotivación, como predictor significativo de la autoeficacia para emprender, subraya la importancia de mantener un nivel constante de impulso y determinación en el contexto empresarial.

La alta significancia estadística de la automotivación en esta regresión sugiere que aquellos individuos que poseen la habilidad de mantenerse motivados, incluso en momentos difíciles, tienen una mayor confianza en su capacidad para emprender con éxito. Esta autoconfianza adicional puede ser un factor crítico para superar las adversidades y mantener un compromiso sólido con su empresa a lo largo del tiempo.

En última instancia, la automotivación emerge como una característica fundamental que impulsa la autoeficacia para emprender, lo que, a su vez, puede influir positivamente en la intención y la capacidad de emprender con éxito. Estos hallazgos reiteran la importancia de fomentar la automotivación como una competencia clave en la formación y el apoyo a futuros emprendedores, ya que puede ser un catalizador para el logro de sus metas empresariales.

Los hallazgos son consistentes con la idea de que las personas que son conscientes de sus emociones, que son capaces de relacionarse emocionalmente con los demás y que tienen la capacidad de motivarse a sí mismas son más propensas a sentirse eficaces en el contexto del emprendimiento.

### 6.8 Inteligencia Emocional y reacción de las personas significativas si emprendo

VARIABLES	Reacción personas significativas si emprende un negocio			
Autoconciencia	0.204*			
	(0.116)			
Empatía		0.082		
		(0.128)		
Automotivación			0.259**	
			(0.119)	
Autorregulación				0.038
				(0.088)
Constante	-1.088*	-0.449	-1.497**	-0.182
	(0.629)	(0.710)	(0.701)	(0.437)
R-squared	0.046	0.006	0.067	0.003

Errores estándar en paréntesis

\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

**Tabla 9 - Significancia estadística entre la Inteligencia Emocional y reacción de las personas significativas si Emprendo**

Los resultados sugieren que la automotivación está fuertemente relacionada con una reacción positiva de las personas cercanas cuando se toma la decisión de emprender un negocio. La autoconciencia también muestra una relación positiva, aunque menos fuerte. La empatía y la autorregulación no parecen estar relacionadas de manera significativa en este estudio específico.

En general, las variables de Inteligencia Emocional explican una proporción relativamente pequeña de la variación en la reacción de las personas significativas, lo que sugiere que otros factores también pueden desempeñar un papel importante en la forma en que las personas cercanas reaccionan ante la decisión del individuo de emprender un negocio.

## **7. DISCUSIÓN**

Es momento de recapitular algunos de los hallazgos claves del estudio para poder analizarlos y comprender su importancia dentro del campo de estudio, así como de la realidad del país.

Como primer hallazgo se evidencia la importancia y la necesidad de la autoconciencia como un elemento esencial para la Intención Emprendedora, pues tener autoconciencia significa que el individuo tiene una comprensión profunda sobre quién es, cuáles son sus metas, qué lo motiva, cuáles son sus valores y cuál es su propia opinión de sí mismo, de sus rasgos, actitudes y comportamientos; lo cual le permite actuar de la mejor manera ante las situaciones que se puedan presentar.

Tener autoconciencia le permite al emprendedor identificar los factores que le alteran para establecer estrategias de comunicación efectivas, identificar posibles problemas para idear un mejor panorama, tomar decisiones empresariales racionales y mantener en equilibrio emocional y mental ante situaciones desafiantes que puedan presentarse. Aquellos que tienen una buena autovaloración tienden a tener una mayor intención de emprender porque creen en sí mismos y en lo que son capaces de lograr.

Este atributo se puede decir que es relevante tanto en emprendedores como para directivos de altos cargos que manejan equipos de trabajos numerosos, pues es una habilidad que sin duda conlleva a autogestionar las emociones para sacar la mejor versión de los demás interlocutores de interés para la consecución de las metas. Es decir, quien logra tener autoconciencia, logra mitigar múltiples situaciones que puedan presentarse incómodas y establecer una comunicación efectiva con sus contrapartes para llegar a acuerdos beneficios sin deteriorar las relaciones.

Aquí entra el segundo hallazgo más relevante y se trata de la inminente correlación que ha de existir entre la empatía y la Intención de Empreder, pues los individuos empáticos son más propensos a identificar oportunidades de negocio o posibles servicios y/o productos que resuelvan problemas reales en la sociedad y puedan mejorar la vida de las personas. El poder relacionarse emocionalmente con las demás personas, le ha de facilitar al emprendedor construir y mantener relaciones sólidas con socios, inversionistas, empleados y otros colaboradores.

Particularmente, se evidencia que las mujeres presentan una mayor empatía cognitiva logrando intelectualmente entender lo que otros individuos pueden sentir o pensar en una situación particular, logrando incluso aprovechar esta habilidad para predecir cómo actuará esa persona a futuro; una competencia que tanto a nivel personal como laboral puede dar importantes frutos especialmente en el liderazgo de equipos o proyectos con el fin de guiar a otros individuos de interés hacia las metas establecidas. Un emprendedor requiere trabajar fuertemente en el desarrollo constante de esta habilidad que le permitirá conectar con los demás, mantener un ambiente de trabajo positivo y de confianza ante posibles incertidumbres derivadas del ejercicio emprendedor.

Para el caso de la academia, es importante analizar e identificar de qué manera se está impartiendo formación relacionada con el desarrollo de competencias como la autoconciencia, el autoconocimiento y la empatía para que los futuros profesionales de todas o varias disciplinas, y para efectos particulares de este estudio, aquellos con Intención Emprendedora puedan comprender la relevancia de estas habilidades desde la teoría y trabajar en el desarrollo de las mismas desde la propia academia. También es relevante evaluar la posibilidad de que sean mujeres quienes lideren estos módulos en la academia enfocados en la empatía entendiendo que múltiples noticias además del presente estudio destacan la habilidad femenina en el campo.

Sumado a estos dos primeros hallazgos, se evidencia un punto relevante frente a la capacidad de autorregulación de individuo con intención de emprender, una de las variables analizadas, frente a la cual no se encontró una relación significativa estadísticamente hablando con la Intención Emprendedora ni con la actitud hacia el emprendimiento ni con la autoeficacia para emprender, más, sin embargo la autorregulación es una variable relevante en individuos con alta

Inteligencia Emocional, la cual se correlaciona estrechamente con las dos habilidades mencionadas anteriormente (autoconciencia y empatía), pues trata sobre la gestión de las emociones por parte del emprendedor.

Frente a esto, es importante profundizar en la investigación sobre la relación y el impacto de esta competencia en la Intención Emprendedora y el éxito del emprendedor, pues al iniciar el ejercicio de desarrollar una idea de negocio el individuo se encuentra con una serie de desafíos externos como lo pueden ser las leyes del país, las dinámicas del mercado, la política pública, entre otros, que deriven en toma de decisiones impulsivas y basadas en la intuición, perdiendo así el rigor en su ejercicio de emprendimiento. Vale la pena retomar aquí uno de los conceptos más mencionados durante el estado del arte y se trata del concepto de *animal spirits*, aquellos estímulos del emprendedor que hablan sobre el impulso a la acción y el posible comportamiento irracional cuando se persiguen intereses más allá de los económicos.

Como cuarto hallazgo se evidencia la importancia de considerar y de fomentar, incluso desde la formación, la automotivación y la resiliencia como una habilidad clave en los individuos con interés en emprender, pues tomar la decisión de desarrollar una idea de negocio implica de antemano iniciar un camino con desafíos, obstáculos y adversidades que no todos los individuos están dispuestos a afrontar.

Mantenerse motivado, persistente y enfocado en los objetivos a largo plazo es esencial para experimentar el camino del emprendimiento aun cuando se desconozca cuál será su resultado.

Sin duda, la automotivación es una habilidad que se puede desarrollar a lo largo del tiempo a través de la práctica, la autoevaluación y el compromiso.

Se evidencia un quinto hallazgo a destacar relacionado con el impacto que pueden tener las personas cercanas cuando se toma la decisión de emprender frente a lo cual se evidencia que no es un factor determinante o movilizador para el individuo, como sí lo pueden ser los mencionados anteriormente.

Los principales hallazgos evidenciados con el estudio corroboran los fundamentos presentados durante el estado del arte, no obstante, se evidencia una oportunidad de exploración más profunda en lo que concierne a la relación entre el emprendimiento y la capacidad de innovación tan mencionada por varios autores como Jean Baptiste Say (1767-1832) y Según expone Rodríguez (2009), pues desde sus planteamientos el emprendedor es considerado un agente de cambio de la sociedad a partir de la innovación, pero ¿cómo se relaciona esto con la Inteligencia Emocional y la Intención Emprendedora?, un tema interesante por abordar en un nuevo estudio.

Es importante tener presente el alcance de este estudio y/o limitación principal, el cual se mencionó con anterioridad, y se trata de que la población evaluada fue una muestra de estudiantes del CESA, una escuela de negocios, lo que representa una alta sinergia entre el perfil de los evaluados y la temática tratada, ya que se comparte un interés común por el mundo empresarial. Esto podría mostrar una gran diferencia al evaluar a estudiantes de otras carreras profesionales que aun cuando no son parte de una formación en negocios, también puede

presentar interés y/o intención de emprender en sus propios campos de trabajo o incluso alguno diferente.

Tal y como se menciona en el espacio del arte para promover la Intención Emprendedora de los estudiantes universitarios de diferentes disciplinas, más allá de los estudiantes de escuelas de negocios, se ha de tener en cuenta el entorno universitario en el que están aprendiendo más allá sobre sus programas, el tipo de relaciones que construyen y los proyectos a los que tienen accesos para poder “cultivar” esta Intención Emprendedora.

## **8. CONCLUSIONES**

Este estudio proporciona evidencia sólida de que la Inteligencia Emocional desempeña un papel relevante en la formación de la Intención Emprendedora, la actitud hacia el emprendimiento y la autoeficacia para emprender. Los resultados destacan la importancia de desarrollar estas habilidades emocionales en futuros emprendedores y de reconocer que las dimensiones de la Inteligencia Emocional pueden influir en el éxito empresarial. Sin embargo, es esencial tener en cuenta que otros factores contextuales y personales también pueden influir en el proceso emprendedor, y futuras investigaciones podrían explorar estos factores en mayor detalle.

La investigación ha demostrado que la Inteligencia Emocional está significativamente relacionada con diversos indicadores de rendimiento profesional. Esto incluye la capacidad para manejar las emociones, el estrés, la interacción efectiva con otros y la gestión de conflictos.

Estos hallazgos sugieren que las habilidades de Inteligencia Emocional son esenciales no solo para el emprendimiento, sino también para el éxito en la vida laboral en general.

Si bien algunos autores han planteado que la Inteligencia Emocional podría ser incluso más relevante que el coeficiente intelectual, la literatura generalmente respalda la idea de que la inteligencia emocional es un predictor sólido de resultados en la gestión profesional. Aunque no reemplace al coeficiente intelectual, la Inteligencia Emocional agrega un valor distintivo al predecir el desempeño y la autopercepción relacionada con el trabajo.

Por su parte, la Inteligencia Emocional de rasgo se ha identificado como un criterio confiable para el éxito profesional. Los estudios indican que la Inteligencia Emocional predice resultados de gestión y liderazgo, incluida la satisfacción en el trabajo y el rendimiento, incluso después de considerar el coeficiente intelectual y las características de personalidad.

La literatura también destaca que la Inteligencia Emocional contribuye a una mayor tolerancia al estrés. Las personas con alta Inteligencia Emocional tienden a lidiar de manera más efectiva con situaciones estresantes, lo que es un atributo valioso para los emprendedores que enfrentan desafíos constantes en sus empresas.

La capacidad de interactuar y construir relaciones efectivas con otras personas se menciona como un componente esencial tanto de la Inteligencia Emocional como del emprendimiento exitoso. Las redes y las habilidades de comunicación son cruciales para el éxito empresarial y se consideran parte integral de la Inteligencia Emocional.

Las investigaciones anteriores, como las de Zampetakis et al. y Rhee y White, respaldan la noción de que la Inteligencia Emocional influye en la Intención Emprendedora. Se sugiere que las personas con alta Inteligencia Emocional son más propensas a emprender debido a su capacidad para manejar el estrés y su inclinación hacia la proactividad, características valiosas en el mundo empresarial.

Los resultados de este estudio, que revelan la relación positiva entre la Inteligencia Emocional y la Intención Emprendedora, se alinean de manera coherente con lo que se ha encontrado en la literatura previa. La Inteligencia Emocional emerge como un factor influyente en la toma de decisiones emprendedoras y el éxito profesional, destacando su importancia tanto en el mundo empresarial como en la vida laboral en general.

Los coeficientes constantes negativos sugieren que, en ausencia de habilidades de Inteligencia Emocional, la Intención Emprendedora, la actitud hacia el emprendimiento y la autoeficacia para emprender tienden a ser más bajas. Sin embargo, estos coeficientes no son estadísticamente significativos en todos los casos, lo que sugiere que otros factores no considerados en este estudio también pueden influir en estas variables.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- Ahmetoglu, G., & Chamorro-Premuzic, T. (2010). Measure of entrepreneurial tendencies and abilities. Unpublished Measure (available on request).
- Akerlof, G and Shiller, R (2009). *Animal Spirits: How Human Psychology Drives the Economy and Why It Matters for Global Capitalism*. Princeton, NJ: Princeton University Press. 230 pages
- Benavides, M., Sánchez, M. y Luna, R. (2004). El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual: un análisis cualitativo en el ámbito universitario. *Revista de dirección, organización y administración de empresas*.
- Bhandari, N. (2012). Relationship Between Students' Gender, Their Own Employment, Their Parents' Employment, and the Students' Intention for Entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, 133-144
- Cantillón, R. (1755) *Essai sur la nature du commerce en general*. London (reprinted for Harvard University Press, Boston, G.H. Ellis, 1892).
- Cartwright, S. & Pappas, C. (2008). Emotional Intelligence, its Measurement, and Implications for the Workplace. *International Journal of Management Reviews*. 10 (2): 149–171.
- Castelao, M., Gonzáles, J., Jordán, A. y Ruiz, A. (2015). Universidad y emprendimiento. Intención Emprendedora en estudiantes de universidades privadas madrileñas. *Revista de Investigación en Educación*, 13 (2), 187-205.
- Chopra, P. & Kanji, G. (2010) Emotional Intelligence: A catalyst for inspirational leadership and management excellence. *Total Quality Management*. 21 (10), 971-1004
- Cuenca, P., Feijó, T y Bravo, A (2019) Análisis de factores que contribuyen en la actividad emprendedora de los jóvenes. *Revista ECA Sinergia*. e-ISSN 2528-7869. Mayo - agosto 2019. Vol. 10 N° 2, págs.59-68. Edición continua. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6965731#:~:text=Entre%20los%20resultados%20alcanzados%20se,la%20creaci%C3%B3n%20de%20un%20negocio>.
- Fatoki, O. (2014). The entrepreneurial intention of undergraduate students in South Africa: the influences of entrepreneurship education and previous work experience, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(7), 294-299.
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666.
- Filion, L. (2003) *Réaliser son projet d'entreprise*, 3ème édition. Collection *Entreprendre*. Québec, Canadá:

- Fornero, Ricardo A. (2010) Animal spirits: Qué significa en Keynes, y antes y después de Keynes. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas, Año LIX, No. 128. Obtenido de [https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/9774/01-fornero-rfceco.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/9774/01-fornero-rfceco.pdf)
- Fuentes C, Daniel (2010) Animal Spirits. Cómo influye la psicología humana en la economía. Revista de Economía Institucional vol. 12, n.º 22, primer semestre/2010, pp. 307-313. Obtenido de [dfuentes22.pdf](#) ([uexternado.edu.co](http://uexternado.edu.co))
- Goleman, D. (1995a). La inteligencia emocional. Por qué es más importante que el cociente intelectual. En D. Goleman. Vergara Grupo Zeta.
- GEM Colombia 2023: Universidad Icesi, Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Universidad del Norte, Universidad EAN, Institución Universitaria Americana.
- Grebel, T; Pyka, A. & Hanusch, H. (2003). An Evolutionary Approach to Theory of Entrepreneurship. *Industry and Innovation*, 10 (4), 493-415.
- Haddad, G. (2017). Understanding women entrepreneurial motivations: Does age matter? Lebanon: Social, Political and Economic Issues, (pp. 65-84). Retrieved from [www.scopus.com](http://www.scopus.com)
- Hagen, E. (1962) On the theory of Social Change. Homewood, IL: Dorsey.
- Hwee, J., & Shamuganthan, G. (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of Business Ethics*, 95(2), 259- 282.
- Ibarra, A, Zárate, R., & Acosta, J. (2014). Caracterización Del Emprendedor Latinoamericano, A Partir Del Modelo Global Entrepreneurship Monitor – Gem. *Económicas CUC*, ISSN 0120-3932, ISSN-e 2382-3860, Vol. 35, N°. 1, 2014, págs. 135-156. Obtenido de
- Iwu, C., Ezeudji, I., Eresia, C. & Tengeh, R. (2016). The Entrepreneurial Intention of University Students: The Case of a University of Technology in South Africa. *Acta Universitatis Danubius. OEconomica*, 12(1), 164-181.
- Kruger, M. (2004) Creativity in the entrepreneurship domain. Unpublished PhD thesis in Ent
- Law, K. S., Wong C. H., Huang, G. H. & Li, X. (2008). The effects of emotional intelligence on job performance and life satisfaction for the research and development scientists in China. *Asia Pacific J Manage.* 25: 51-69
- Martínez, M., García, F. & Duarte, M. (2018). Influence of the university environment on the entrepreneurial intention in public and private universities. *RAUSP Management Journal*, 53(1), 122-133.
- Mayer, J. D., & Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence? In P. Salovey & D. J. Sluyter (Eds.), *Emotional development and emotional intelligence. Educational implications*: pp. 3–31.

- Mayer, J., Roberts, R. & Barsade, S. (2008) Human abilities: Emotional Intelligence. *Annual Review of Psychology*, 59, 507-536.
- Miranda, F., Chamorro, A. & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113-122.
- O'Boyle, E. H., Jr., Humphrey, R. H., Pollack, J. M., Hawver, T. H., & Story, P. (2010). The relation between Emotional Intelligence and job performance. A meta- analysis. *Journal of Organizational Behavior*, 10, 1002.
- Peng, Z., Lu, G., & Kang, H. (2012). Entrepreneurial Intentions and Its Influencing Factors: A Survey of the University Students in Xi'an China. *Scientific Research*, 3(Suppl.), 95-100.
- Pérez, B. (2011). Reseña crítica del empresario en la fisiocracia y la economía clásica. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*; Vol 17, No 47, 27-38. Obtenido de <https://revistas.ujat.mx/index.php/hitos/article/view/482>
- Petrides, K. V., & Furnham, A. (2001). Trait Emotional Intelligence. Psychometric investigation with reference to established trait taxonomies. *European Journal of Personality*, 15, 425–448.
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. pensamiento & gestión, 1. Obtenido de <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/download/864/4945?inline=1#aff1>
- Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9 (3): 185–211.
- Say, J.B. (1803). *Traite d'economie politique*. New York: Kelley.
- Schumpeter, J.A. (1911) *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Press
- Setti, Z. (2017). Entrepreneurial intentions among youth in MENA countries: Effects of gender, education, occupation and income. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 30(3), 308-324.
- Tarapuez, E. (2016). Factors affecting the entrepreneurial intention in college students of Quindio (Colombia). *Visión de Futuro*, (13)20, 137-152.
- Thurstone, I.L. (1938). *Primary Mental Abilities*, Psychometric Monographs No. 1. Chicago IL: University of Chicago Press.
- Tsai, K., Chang, H. & Peng, C. (2016). Refining the linkage between perceived capability and entrepreneurial intention: roles of perceived opportunity, fear of failure, and gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 127-1145.

- Turgot, A.R.J. (1766). *Réflexions sur la formation et la distribution des richesses*. In G. Schelle 1913-1923, vol II.
- Van Rooy, D. L., & Viswesvaran, C. (2004). Emotional Intelligence. A meta-analytic investigation of predictive validity and nomological net. *Journal of Vocational Behavior*, 65, 71–95.
- Verin, H. (2011). *Entrepreneurs, entreprise: histoire d'une idée* (2<sup>a</sup> ed). París: Classiques Garnier
- Woodworth, R.S. (1940). *Psychology* (4th ed.). New York: Henry Holt
- Yang, H., & Dess, G. (2007). Where do entrepreneurial orientations come from, an investigation on their social origin. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 10, 223-247.
- Young, P. T. (1943). *Emotion in Man and Animal: Its Nature and Relation to Attitude and Motive*. John Wiley & Sons, New York: NY
- Yurtkoru, S., Acar, P. & Seray, B. (2014). Willingness to take risk and entrepreneurial intention of university students: An empirical study comparing private and state universities. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 834-840.
- Zampetakis, L. A., Beldekos, P., & Moustakis, V. S. (2008). “Day-to-day” entrepreneurship within organizations: The role of Trait Emotional Intelligence and perceived organizational support. *European Management Journal*, 27, 165–175.
- Zárate Torres, Rodrigo; Matviuk Sergio. (2010) *La inteligencia emocional y el sector financiero colombiano*. *Revista EAN*. 69: 148-165