



INTELIGENCIA EMOCIONAL, AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA Y CAPACIDAD CREATIVA EN UNIVERSIDADES DE LA AMAZONIA PERUANA

Dulio Oseda-Gago*

dosedag@hotmail.com

orcid.org/0000-0002-3136-6094

Universidad Nacional Intercultural de la Amazonia

Fidel Onésimo Arauco-Canturín**

ingenieroarauco@yahoo.com

orcid.org/0000-0002-9090-7081

**Universidad Nacional del
Centro del Perú**

Felisícimo German Ramírez-Rosales***

ramirezfeli7@hotmail.com

orcid.org/0000-0002-1196-8020

Universidad Nacional de Huancavelica

Recibido: 10/05/2018 Aprobado: 30/09/2018

RESUMEN

La presente investigación tuvo como propósito determinar la relación que existe entre la inteligencia emocional, la autoeficacia emprendedora y la capacidad creativa en estudiantes de ingeniería de las universidades de la amazonia peruana. Para ello se realizó una investigación cuantitativa de tipo transversal y correlacional. Se utilizaron los instrumentos de autoeficacia emprendedora de Noble, Jung y Ehrlich, las pruebas de medición de capacidad creativa de Armitage y Conner, así como el test de inteligencia emocional desarrollado por Shutte. Estos instrumentos fueron aplicados en una muestra de 360 estudiantes de universidades amazónicas del Perú, a través de un muestreo probabilístico y estratificado. Los resultados indicaron que existen correlaciones positivas y significativas entre las variables. De allí que resulte de vital importancia resaltar la fuerte y significativa correlación entre la inteligencia emocional y la autoeficacia emprendedora, con la capacidad creativa de estos estudiantes para su inclusión en la acción pedagógica.

Palabras clave: inteligencia emocional; autoeficacia emprendedora; capacidad creativa; universidades amazónicas.

***Dulio Oseda-Gago.** Ph.D. en Administración de Negocios. **Universidad de adscripción:** Universidad Nacional Intercultural de la Amazonia.

****Fidel Onésimo Arauco-Canturín.** Doctorado en Administración. **Universidad de adscripción:** Universidad Nacional del Centro del Perú.

*****Felisícimo Germán Ramírez-Rosales.** Doctorado en Ciencias de la Educación. **Universidad de adscripción:** Universidad Nacional de Huancavelica, Perú.

***EMOTIONAL INTELLIGENCE, ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY AND CREATIVE
CAPACITY IN THE PERUVIAN AMAZONIA UNIVERSITIES***

ABSTRACT

This research work aimed at establishing a relationship between emotional intelligence, the entrepreneurial self-efficacy and creative skills of engineering students of Peruvian Amazonia Universities. To do so, a quantitative, transversal and correlational research was carried out. Self-efficacy instruments of Noble, Jung and Ehrlich, creative skills tests of Armitage and Conner, as well as an emotional intelligence test developed by Shutte, were employed. These instruments were served in a sample of 360 students of Peruvian Amazonia universities, through a probabilistic and stratified sampling. Results indicate that there are positive and significant relationships between emotional intelligence and self-efficacy, and the creative capacity of these students to be included in their pedagogical action.

Key words: emotional intelligence, entrepreneurial self-efficacy, creative capacity.

Introducción

En el contexto mundial y latinoamericano, el crecimiento económico y social de cada país está determinado por la actividad empresarial, en donde las universidades desempeñan un papel fundamental para el establecimiento y desarrollo de una economía orientada hacia la creación de emprendimientos, además de representar la principal fuente de innovación y transferencia de conocimientos. En efecto, autores como Krauss (2011) señalan que el emprendedor debe asumir riesgos disminuyendo su miedo en crear su propio emprendimiento. Paralelo a esto, se entiende como inteligencia emocional tener las habilidades para tomar decisiones, entender los sentimientos propios y de los otros y actuar con asertividad (Goleman, 1996). Según el autor, la inteligencia emocional involucra cinco habilidades: descubrir las emociones y sentimientos propios, reconocerlos, manejarlos, crear una motivación propia y gestionar las relaciones personales.

Los fracasos al desarrollar emprendimientos generan costos que impactan en la sociedad por la pérdida de oportunidades y recursos (Zhao, Seibert y Lumpkin, 2010). En consecuencia, al finalizar sus estudios, los estudiantes universitarios se encuentran en un momento de incertidumbre sobre su futuro laboral, decisión que podría conducir a una dependencia laboral o a la generación de un propio emprendimiento (Olmos y Castillo, 2008).

Por otra parte, Merino y Vargas (2011) indican que las personas jóvenes tienen una mayor afinidad hacia la actividad emprendedora, al igual que aquellos que poseen mayor preparación académica. Sin embargo, a pesar del creciente interés en la creación de emprendimientos académicos, pocas investigaciones han identificado los factores que

pueden fomentar el espíritu emprendedor entre los estudiantes universitarios (Walter, Auer, y Ritter, 2006).

De acuerdo con Krueger (2007), el análisis de las intenciones de emprendimiento debe considerar una evaluación más profunda sobre el modo de pensar de los emprendedores universitarios, que podría mejorar el impacto del entrenamiento y la capacitación en emprendimiento. En efecto, se ha evidenciado que los individuos que experimentan formación emprendedora, presentan un cambio significativo de sus actitudes e intenciones. Sin embargo, Hassan y Wafa (2012) indican que hay diferencias ostensibles en las intenciones empresariales entre los universitarios que siguen programas de estudio en ciencias, porque son significativamente mayores comparados con los estudiantes de negocios o de artes. Son pocos los graduados de las escuelas de negocios que se embarcan inmediatamente en un emprendimiento después de la graduación, la mayoría prefiere trabajar para otros en una primera etapa (Collins, Hannon y Smith 2004).

Cabe destacar que la mayoría de los estudios que examinan el efecto de la intención empresarial en ambientes educativos se centran en economías desarrolladas (Byabashaija y Katono, 2011; Zhang, Duysters y Clodt, 2014). Ahora bien, en un contexto latinoamericano, autores como Lasio, Caicedo, Ordeñana e Izquierdo (2015) reportan que el porcentaje de intención de emprendimiento es alto hasta la educación de nivel secundario, comenzando su descenso en etapas de educación superior, como la universidad y posgrado. Dichos autores también señalan que la edad y el género influyen en el comportamiento intencional; precisando que las mujeres tienen una intención emprendedora más elevada con respecto a los hombres; sin embargo, a medida que se incrementa la edad, se desarrolla un efecto decreciente en la intencionalidad, en ambos géneros.

A la luz de todo lo anterior, se considera relevante y significativo analizar los posibles factores psicológicos relacionados que anteceden o integran el proceso de poner en marcha un emprendimiento, que podrían explicar el comportamiento de intención de emprendimiento y creatividad en estudiantes que egresan de las universidades en carreras de ciencias e ingeniería.

Para ello, se pretende determinar de manera específica qué relación existe entre la inteligencia emocional y la autoeficacia emprendedora, con la capacidad creativa en los estudiantes de ingeniería de las universidades de la amazonia peruana. Preliminarmente, en esta dirección se planteó como hipótesis investigativa que podría existir una relación directa y significativa entre la inteligencia emocional y autoeficacia emprendedora, con la capacidad creativa en los estudiantes de ingeniería de las universidades de la amazonia peruana.

Marco teórico

La literatura científica indica que la investigación sobre la inteligencia emocional, la autoeficacia emprendedora y la capacidad creativa se ha analizado desde varios factores de orden económico, social, educativo y personal (Chell, 2008) con diferentes enfoques epistemológicos (Campo y Guerrero, 2013), a partir de los rasgos del individuo (García, Déniz y Cuellar, 2015). No obstante, en el presente estudio dichas nociones quieren abordarse desde el impacto que tienen en los estudiantes universitarios. En efecto, en la actualidad, existe mucha literatura relevante en el campo científico que relaciona y analiza el efecto de la inteligencia emocional sobre la capacidad creativa, utilizando como variable mediadora a la autoeficacia emprendedora.

Así, en primer lugar, en lo que respecta a la inteligencia emocional varios autores coinciden en que esta determina el desarrollo y la creación de emprendedores exitosos y eficientes (Sorayaei, Shaiyadeh y Atf, 2015). Además, influye en la capacidad de innovación y mejora del comportamiento empresarial (Nghah y Salleh, 2015). Así por ejemplo, autores como Salvador (2008) sostienen que algunas dimensiones de la inteligencia emocional tienen una relación positiva y significativa con la autoeficacia emprendedora y su percepción. En otras palabras, las emociones tienen un efecto positivo en el campo del emprendimiento (Biniari, 2011).

Por su parte, Mortan, Ripoll, Carvalho y Bernal (2014) indicaron que los estudiantes universitarios con alta inteligencia emocional son más sociables y se perciben como generadores de oportunidades para desarrollar actividades emprendedoras. Adicionalmente, estos autores señalan que otro de los factores psicológicos que afectan el desarrollo de la intención de emprendimiento de estudiantes universitarios es la inteligencia emocional según Salovey y Mayer (1990), a partir de los lineamientos de la teoría de inteligencias múltiples de Gardner, de modo específico, desde las inteligencias intrapersonal e interpersonal.

En segundo lugar, en lo que respecta a la autoeficacia emprendedora, vale decir que las universidades se están convirtiendo en entidades que cooperan y se relacionan con la industria. Las actividades empresariales en las universidades, incluyendo la evolución de los planes de estudio y la infraestructura, se han incrementado de modo significativo (Katz, 2003). La educación empresarial juega un papel importante para cultivar el espíritu empresarial entre los graduados universitarios (Carlsson, Acs, Audretsch y Braunerhjelm, 2009). En tal sentido, examinar el tema del emprendimiento resulta relevante.

Cabe destacar que el modelo sobre el evento emprendedor (Shapero y Sokol, 1982) y la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 2005) son las bases teóricas que señalan supuestas características que anteceden la intención de emprender. Uno de los

principales factores que tiene una relación significativa es la eficacia percibida o autoeficacia emprendedora, que se conceptualiza como una competencia de capacidad personal y de control para realizar un trabajo específico en una situación establecida (Bandura, 1986).

Además, se considera la creencia del emprendedor en sus propias habilidades para llevar de manera eficaz las acciones y tareas que integran el emprendimiento; esto es lo que justamente distingue al emprendedor de quien no lo es (De Noble, Jung y Ehrlich, 1999; Krueger y Brazeal, 1994; Markman, Balkin y Baron, 2001). Ahora bien, a continuación se ofrecen algunas investigaciones que permiten tratar el tema en mayor profundidad.

Zhao, Siebert y Hills (2005) investigaron el papel mediador de la autoeficacia emprendedora en el desarrollo de las intenciones de los estudiantes para convertirse en emprendedores. Los resultados indicaron que las percepciones de la educación formal, la experiencia empresarial previa y la propensión al riesgo, se relacionan de modo significativo con la autoeficacia emprendedora, y tiene un efecto sobre la intención de emprendimiento.

Por su parte, Ramírez, Almanza, y Negrete (2006) realizaron un estudio sobre la actitud de los estudiantes universitarios en relación con el emprendimiento en la Universidad de Guanajuato, México y llegaron a la conclusión de que las características del emprendimiento de los alumnos del área económico-administrativa, se localizan en el sector servicios, buscan financiamiento no subvencionado, y quieren participar con socios.

No obstante, Espíritu y Sastre (2007) en la investigación sobre las actitudes de los estudiantes universitarios españoles durante la vida académica en torno al emprendimiento, señalaron que la actitud emprendedora declina en los estudiantes desde los primeros años de sus estudios hasta que llega el momento de incorporarse al mercado laboral. Los conocimientos incrementan sus competencias de gestión pero les orientan hacia el trabajo dependiente, y no les motivan hacia el autoempleo. La formación específica en creación de empresas, por tanto, debe ser positivamente valorada ya que los estudiantes que han recibido este tipo de formación manifiestan una actitud más favorable hacia el autoempleo.

Asimismo, Fandiño y Bolívar (2008) realizaron un trabajo sobre los factores de éxito del emprendimiento empresarial en estudiantes de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana, en Colombia, y concluyeron que el 49,06% se considera empresario y el 11,32% ha logrado la creación de una empresa que se encuentra formalmente organizada. Todo ello a pesar de que las empresas detectadas, a

partir de la investigación realizada, llevaban muy poco tiempo funcionando en el mercado.

Por su parte, Mollo (2008) realizó una investigación sobre las habilidades emprendedoras, tales como la motivación al logro, la autoconfianza y el liderazgo en tres facultades (Ciencias Económicas, Ciencias Informáticas y Ciencias Agrarias) de la Universidad Nacional de La Plata, en Argentina. Los resultados fueron los siguientes: 1) Motivación al logro: variable que aumenta en las tres facultades luego de recibir 5 años de educación. En los alumnos de 5to año la diferencia es significativamente mayor a los de 1er año. 2) Autoconfianza: si bien esta habilidad muestra una evolución favorable en casi todos los casos (Ciencias Económicas es la única facultad que presenta una disminución), los valores de partida son de por sí mucho más altos que los de las tres habilidades. 3) Liderazgo: presenta un comportamiento similar a “Motivación al logro”.

Además de todo lo anterior, el trabajo de Serida, Borda, Nakamatsu y Morales (2012) en torno al emprendimiento global, les permitió demostrar que el índice de actividad emprendedora total es de 20.2%, luego los emprendedores por oportunidad con expectativas de incrementar sus ingresos fueron de 55%, siendo 3.2 veces más los emprendedores por oportunidad que por necesidad; las empresas nacientes fueron el 15%, las empresas nuevas el 6% y las empresas consolidadas el 5.1%, y el 67% de emprendedores intervienen en las actividades relacionadas con el comercio minorista, hotelería y restaurantes.

En tercer y último lugar, en lo que respecta a la capacidad creativa vale decir que el modelo sobre el evento emprendedor (Shapiro y Sokol, 1982) y la teoría del comportamiento planificado son las bases teóricas que indican la existencia de factores que anteceden a la capacidad creativa. Uno de los principales componentes que tiene relación significativa es la autoeficacia emprendedora que, como ya se ha indicado, es un factor de capacidad y de control para desarrollar un trabajo específico en una determinada actividad (Bandura, 1986). También está la creencia del emprendedor en sus propias habilidades para desarrollar en forma eficaz las acciones del emprendimiento (Krueger y Brazeal, 1994; Markman, Balkin y Baron, 2001).

Metodología

La investigación es de tipo aplicada y de nivel correlacional, en tanto que el diseño fue transversal-correlacional (Kerlinger y Lee, 2002). La población de estudio estuvo constituida por 5361 estudiantes de las carreras de ingeniería de las cinco universidades públicas de la amazonia peruana (ver Tabla 1).

Tabla 1
Población de estudio

Universidades	Población	Porcentaje
Universidad Nacional Intercultural de la Amazonía	787	13.98
Universidad Nacional de Ucayali	1541	27.37
Universidad Nacional Agraria de la Selva	945	16.78
Universidad Nacional de la Amazonia Peruana	1124	19.96
Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Chachapoyas	1234	21.91
Total	5631	100.00

Fuente: Base de datos de los investigadores.

La muestra se determinó a partir de un diseño aleatorio y estratificado con un 5% de nivel de significancia. Estuvo conformada por 360 estudiantes provenientes de 5 universidades públicas de la amazonia peruana, a saber: Universidad Nacional Intercultural de la Amazonía; Universidad Nacional de Ucayali; Universidad Nacional Agraria de la Selva; Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, y la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Chachapoyas. Cabe destacar que los datos de la muestra fueron recolectados en un solo momento (corte transversal) y se presentan a continuación (ver Tabla 2).

Tabla 2
Muestra de estudio

Universidades	Muestra	Porcentaje
Universidad Nacional Intercultural de la Amazonía	50	13.98
Universidad Nacional de Ucayali	98	27.37
Universidad Nacional Agraria de la Selva	60	16.78
Universidad Nacional de la Amazonia Peruana	72	19.96
Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Chachapoyas	79	21.91
Total	360	100.00

Fuente: Base de datos de los investigadores.

Los instrumentos utilizados fueron los siguientes:

- El instrumento de autoeficacia emprendedora de De Noble, Jung, y Ehrlich (1999), en su versión adaptada y validada en España por Moriano, Palací y Morales, (2006). Esta herramienta mide la creencia de la persona en sus propias habilidades para desempeñar las tareas necesariamente requeridas en formato *Likert*.
- Un instrumento de medición de capacidad creativa siguiendo los criterios de Armitage y Conner (2001), quienes han identificado algunos tipos de medidas de intencionalidad, siendo los más importantes: (a) los que representan deseo (yo quiero); (b) los de autopredicción (¿qué tan probable es?); y (c) los que presentan la conducta de intención (tengo la intención de), con los cuales se obtuvieron mejores resultados.

-
- El test de inteligencia emocional desarrollado por Schutte, Malouff, Hall, Haggerty, Cooper, Golden y Dornheim (1998), llamado Shutte Self Report Inventory (SSRI), y su adaptación al español de Chico (1999).

Como el propósito de esta investigación fue determinar la relación que existe entre inteligencia emocional y autoeficacia emprendedora, con la capacidad creativa en estudiantes de ingeniería de las universidades de la amazonia peruana, el análisis de datos consideró varios pasos secuenciales: (a) verificación de los cuestionarios completados, (b) respuesta del campo de investigación, (c) exploración de los datos, y (d) tamaño de la muestra; usando para esto el software SPSS® 25.0. Para analizar el modelo de ecuaciones estructurales se utilizó el método por mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) basado en varianza.

A cada uno de los instrumentos se le determinó la confiabilidad y validez. Estos se utilizaron previamente en diferentes contextos y demostraron ser instrumentos confiables y válidos en investigaciones establecidas. La medición de la confiabilidad se efectuó calculando el coeficiente Alpha de Cronbach de cada variable de estudio. Según el criterio más utilizado, un Alpha de Cronbach ($\alpha > 0.7$) indica un nivel de confiabilidad adecuado (Carmines y Zeller, 1979; Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

De acuerdo con Oseda, Hurtado, Chávez y Navarro (2018), para determinar la validez se realizó un análisis factorial confirmatorio AFC, técnica utilizada en la estimación de parámetros de modelos factoriales, basada en máxima verosimilitud igual a 0,989. La metodología proporciona la evaluación de bondad de ajuste de modelos y evaluación de la validez de mediciones mediante un análisis convergente, para determinar si los constructos se miden de manera confiable, así como una medición discriminante para evaluar que dos constructos calculan en forma diferente cada uno de ellos.

Las directrices de la investigación fueron desarrolladas con instrumentos validados y confiables en el área de la relación de características psicológicas y educativas. Asimismo, los tres instrumentos de investigación se midieron en escala ordinal, el análisis de datos consideró el análisis de las tablas de distribución de frecuencias, las figuras estadísticas, el coeficiente de correlación de Spearmann y Brow (Kerlinger y Lee, 2002).

Para ello la recolección de la información contempló que los participantes comprendieran y firmaran en señal de conformidad un consentimiento informado, documento que se entregó a los entrevistados y otra copia se archivó como respaldo del trabajo académico. Asimismo, los datos obtenidos fueron almacenados en una base de datos que estuvo debidamente protegida, además como los instrumentos se aplicaron de manera anónima, el tratamiento estadístico se realizó en forma conjunta.

Resultados, análisis e interpretación

Existen trabajos que coinciden en la importancia de estudiar la intención de emprendimiento en poblaciones de estudiantes universitarios, por considerar que son los potenciales emprendedores, al compararlos con otras poblaciones de estudio (Durán y Arias, 2015). En este caso, la investigación se realizó con 360 estudiantes universitarios que estaban por egresar de las carreras de ingeniería de las universidades de la amazonia peruana, como ya se indicó. A continuación se presentan los resultados.

Con respecto a la medición de la inteligencia emocional, el 43,89% estuvo en el nivel bueno; seguido del 28,06% en el nivel medio; el 15 % en el nivel bajo. Por tanto, el nivel de prevalencia fue el bueno, el cual es muy favorable por ser estudiantes de las carreras de ingeniería (ver Tabla 3).

Tabla 3
Medición de la inteligencia emocional

Niveles de Inteligencia emocional	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	15	4.17
Bueno	158	43.89
Medio	101	28.06
Bajo	54	15.00
Muy bajo	32	8.89
Total	360	100.00

Fuente: Base de datos de los investigadores.

En cuanto a la medición de la autoeficiencia emprendedora, el 45,56% estuvo en el nivel bueno; seguido del 31,67% en el nivel medio; el 13,33% en el nivel bajo. Como se puede apreciar, en esta variable también el nivel de prevalencia fue el bueno (ver Tabla 4)

Tabla 4
Medición de la autoeficacia emprendedora

Niveles de autoeficacia emprendora	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	10	2.78
Bueno	164	45.56
Medio	114	31.67
Bajo	48	13.33
Muy bajo	24	6.67
Total	360	100.00

Fuente: Base de datos de los investigadores.

En la medición de la autoeficiencia emprendedora, el 61,94% estuvo en el nivel medio; seguido del 18,89% en el nivel bajo; y el 15,00% en el nivel bueno. En esta tercera variable el nivel de prevalencia fue el medio, el cual es relativamente favorable,

pero sí preocupa por tratarse de estudiantes de las carreras de ingeniería, donde como mencionan Yildirim y Askun (2012) la principal característica de estos estudiantes debe ser la creatividad y el ingenio (ver Tabla 5).

Tabla 5
Medición de la autoeficacia emprendedora

Niveles de capacidad creativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	0	0.00
Bueno	54	15.00
Medio	223	61.94
Bajo	68	18.89
Muy bajo	15	4.17
Total	360	100.00

Fuente: Base de datos de los investigadores.

Cabe destacar que en lo que respecta a la prueba de hipótesis, siguiendo a Oseda, Chávez y Navarro (2018) se siguieron los procedimientos correspondientes para determinar la *rho* de Spearman y así determinar el grado de correlación de las variables involucradas. Para la prueba de hipótesis, se utilizó el estadígrafo del coeficiente de correlación de Spearman (ver Tabla 6).

Tabla 6
Prueba de hipótesis

			Inteligencia emocional y autoeficacia emprendedora	Capacidad creativa
<i>Rho</i> de Spearman	Inteligencia emocional y autoeficacia emprendedora	Coefficiente de correlación	1,000	,986**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	360	360
	Capacidad creativa	Coefficiente de correlación	,986**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	360	360

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Base de datos de los investigadores.

Nivel de significancia o riesgo: $\alpha=0,05$.

Decisión estadística: Dado que (p-valor: $0,000 < 0,010$)

Conclusión estadística: existe una correlación positiva muy fuerte y altamente significativa entre la inteligencia emocional y autoeficacia emprendedora, con la capacidad creativa en los estudiantes de las universidades de la amazonia peruana.

La aplicación de los instrumentos de medición en los estudiantes de los últimos ciclos de las carreras de ingeniería de las cinco universidades de la amazonia peruana, nos dicen que el 31% corresponde al género femenino y un 69% al género masculino; la edad promedio de ambos géneros fue 21 años.

La evaluación de la normalidad multivariante de los datos indicó un coeficiente de Mardia de 68,74. Este valor permite concluir que existe una distribución normal de los datos (Rodríguez y Ruiz, 2008). Adicionalmente, se realizó una prueba de homocedasticidad mediante diagramas de dispersión, para explicar si las variables dependientes se encontraban en el rango de variables independientes. Al respecto, se probó que no existen desviaciones significativas.

En las dimensiones de la variable autoeficacia emprendedora, como son afrontar cambios inesperados ($p = 0,03$), construir un entorno innovador ($p = 0,01$) y desarrollar recursos humanos ($p = 0,03$); y la variable capacidad creativa ($p = 0,02$), los resultados arrojaron que los estudiantes de la región amazónica, en quienes prevalece estas características, presentan un comportamiento que pudiera relacionarse con un clima cultural cálido y un índice de desarrollo humano como el que se encuentra en las regiones selváticas amazónicas, el cual puede favorecer la expresión emocional.

Por otra parte, los datos obtenidos muestran que la inteligencia emocional y la autoeficacia emprendedora tienen una relación positiva muy fuerte con la capacidad creativa. Los datos que se obtuvieron señalan una relación positiva y altamente significativa de ($r = 0,986$; $p < 0,010$), donde la dimensión valoración y expresión de emociones tiene una relación directa más significativa; por consiguiente, este resultado se relaciona con investigaciones que reportan la influencia de la inteligencia emocional en el proceso emprendedor: (a) los individuos con alta inteligencia emocional desarrollan alta tolerancia al estrés personal y medio ambiental, y (b) son más afectivos, dispuestos a ser proactivos y creativos, facilitando el comportamiento emprendedor. Asimismo, existe un efecto directo de la inteligencia emocional sobre el emprendimiento (Zakarevicius y Župerka, 2010).

Los estudios han permitido discernir que la inteligencia emocional en estudiantes que egresan de carreras empresariales se relaciona de forma positiva y significativa con la capacidad creativa, de modo específico con la dimensión valoración y expresión de emociones, que permiten una mejor intencionalidad para generar emprendimientos en estudiantes universitarios. La inteligencia emocional se relaciona en forma positiva y significativa con la autoeficacia emprendedora, en especial las dimensiones uso y regulación de emociones, ya que tienen una relación directa con la capacidad creativa (Mortan *et al.*, 2014).

Conclusiones

Los análisis estadísticos realizados demuestran que existe:

- a) Una relación positiva fuerte ($\rho=0,895$) entre la inteligencia emocional y la capacidad creativa en los estudiantes de las universidades de la amazonia peruana; es decir, a mayor inteligencia emocional habrá mayor capacidad creativa y viceversa.
- b) Una relación positiva fuerte ($\rho=0,876$) entre la autoeficacia emprendedora y la capacidad creativa en los estudiantes de las universidades de la amazonia peruana; es decir a mayor autoeficacia emprendedora habrá mayor capacidad creativa y viceversa.
- c) Una relación positiva muy fuerte ($\rho=0,986$) entre la inteligencia emocional y autoeficacia emprendedora, con la capacidad creativa en los estudiantes de las universidades de la amazonia peruana; es decir, a mayor inteligencia emocional y autoeficacia emprendedora, existe mayor capacidad creativa y viceversa. Ello queda reflejado en el porcentaje de significancia (5%).

Implicaciones pedagógicas

El campo de la inteligencia emocional es un terreno aún abierto a la investigación y a la aplicación de propuestas pedagógicas en las universidades latinoamericanas, y específicamente peruanas que trasciendan la visión de la enseñanza y el aprendizaje centradas en una formación academicista y cognitivista que privilegia el coeficiente intelectual como el resultado de habilidades y competencias verbales y/o lingüísticas y razonamiento lógico-matemático. En efecto, es preciso que reconociendo los distintos tipos de inteligencia y el aporte específico de su desarrollo, se pueda promover un proceso de formación más integral y omniabarcante. Ello quizás resulta muy elocuente en el caso de programas universitarios que persiguen una cultura del emprendimiento, la productividad y el desarrollo sostenible de los pueblos. Así, en el caso específico de esta investigación se extraen cuatro claves pedagógicas a considerar:

- a) La inteligencia emocional tiene un efecto positivo sobre el comportamiento emprendedor, por lo que la formación en emprendimiento debe trascender su aspecto instrumental y/o operativo para dar paso a una visión más holística del proceso.
- b) La inteligencia emocional tiene una relación positiva y significativa sobre la capacidad creativa, por lo que hay que generar las actividades, los canales y los medios estratégicos para que exista una didáctica de la creatividad cuyo punto de anclaje sea la inteligencia emocional y el cultivo de las inteligencias múltiples en la que la creatividad sobrepasa y complementa la capacidad de razonamiento, y

aporta elementos proclives al desarrollo de la intuición, el pensamiento lateral (De Bono, 1986) y la mentalidad de crecimiento.

- c) La inteligencia emocional es uno de los factores claves para el desarrollo de una actividad que conduce al emprendimiento, por ello hay que generar experiencias que permitan su profundización, tales como la vinculación social, la interacción en redes de emprendimiento y el seguimiento de los estudiantes que aspiran a utilizar los contenidos y habilidades de la universidad para emprender su propio negocio, lo cual, evidentemente, implica un acompañamiento pedagógico desde modalidades contemporáneas tales como el *mentoring*, el *coaching* o la asesoría personalizada.
- d) La autoeficacia emprendedora es una variable significativa y esencial para el desarrollo de la capacidad creativa, especialmente en contextos de crisis, por lo que no puede ser un elemento dejado a la improvisación e iniciativa de los estudiantes, sino que tiene que ser tematizada e incluida como objeto de estudio, currículo, y evidentemente de sistematización de experiencias exitosas de autoeficacia emprendedora.

Referencias

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior*. Berkshire: Open University Press.
- Armitage, C.J. y Conner, M. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behavior: A Meta Analytic Review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471-499.
- Bandura, A. (1986). *The social foundations of thought and action*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Biniari, M. G. (2011). The emotional embeddedness of corporate entrepreneurship: the case of envy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(1), 141-170.
- Byabashaija, W., y Katono, I. (2011). The impact of college entrepreneurial education on entrepreneurial attitudes and intention to start a business in Uganda. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 16, 127-144.
- Campo, J. L. M., y Guerrero, E. F. C. (2013). Análisis de enfoques epistemológicos en tesis doctorales relacionadas con el marketing y el emprendimiento. *Escenarios*, 11(2), 47-51.
- Carlsson, B., Acs, Z.J., Audretsch, D. y Pontus Braunerhjelm. (2009). Knowledge creation, entrepreneurship, and economic growth: a historical review. *Industrial and Corporate Change*, 18(6), 1193-1229.
- Carmines, E.G. y Zeller, R.A. (1979). *Reliability and validity assessment*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Chell, E. (2008). *The entrepreneurial personality: a social construction*. New York, NY: Routledge.

-
- Chico, E. (1999). Evaluación psicométrica de una escala de Inteligencia Emocional. *Boletín de Psicología*, 62, 65-78.
- Collins, L., Hannon, P. D. y Smith, A. (2004). Enacting entrepreneurial intent: the gaps between student needs and higher education capability. *Education+ training*, 46(8/9), 454-463.
- De Bono, E. (1986). *El pensamiento lateral*. Buenos Aires: Paidós.
- De Noble, A., Jung, D., y Ehrlich, S. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial actions. *Frontiers of Entrepreneurship Research 1999*, 73-87. Recuperado de http://fusionmx.babson.edu/entrep/fer/papers99/II_C/IC.html
- Durán, E. y Arias, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 320-340.
- Espíritu, R. y Sastre, M. (2007). *La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Fandiño, L. y Bolívar, M. (2008). *Emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la PUJ y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado* (tesis de doctorado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- García, A.M., Déniz, M.C. y Cuéllar, D.G. (2015). Inteligencia emocional y emprendimiento: Posibles líneas de trabajo. *Cuadernos de Administración*, 28(51), 65-101. doi: <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.cao2851.ieep>.
- Goleman, D. (1996). *Inteligencia emocional*. Barcelona, España: Kairós.
- Hassan, R. A., y Wafa, S. A. (2012). Predictors towards entrepreneurial intention: a Malaysian case study. *Asian Journal of Business and Management Sciences*, 1(11), 1-10.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014) *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: McGraw Hill.
- Katz, J. A. (2003). The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education 1876-1999. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 283-300.
- Kerlinger, F. y Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento*. Ciudad de México: Interamericana S.A.
- Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: el caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensión Empresarial*, 9(1), 28-40.
- Krueger, N. y Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 91-104.
- Krueger, N. F. (2007). What Lies Beneath? The Experiential Essence of Entrepreneurial Thinking. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31(1), 123-138.
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X. e Izquierdo, E. (2015). *Global entrepreneurship monitor Ecuador*. Guayaquil, Ecuador: ESPAE-ESPOL.
-

-
- Markman, G.D., Balkin, D.B. y Baron, R. A. (2001). *Inventors cognitive mechanisms as predictors of new venture formation*. Academy of Management.
- Merino, M. y Vargas Chanes, D. (2011). Evaluación comparativa del potencial emprendedor de Latinoamérica: una perspectiva multinivel. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración*, 46, 38-54.
- Mollo, G. (2008). *El espíritu emprendedor en la formación de los nuevos profesionales*. (tesis de maestría). Universidad Nacional de la Plata, Buenos Aires, Argentina.
- Mortan, R., Ripoll, P., Carvalho, C., y Bernal, M. (2014). Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 30(3), 97-104.
- Ngah, R. y Salleh, Z. (2015). Emotional intelligence and entrepreneurs innovativeness towards entrepreneurial success: a preliminary study. *American Journal of Economics*, 5(2), 285-290. DOI: 10.5923/C.Economics.201501.37
- Olmos, R. y Castillo, M. (2008). *Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid España*. En: Anais XIX Congreso Latinoamericano y del Caribe sobre el Espíritu Empresarial, Florianópolis, Brasil, 21 a 23 de octubre de 2008.
- Oseda, D., Hurtado, D. R., Chávez, A. y Navarro, A.R. (2018). *Estadística aplicada a la investigación científica con SPSS*. Lima: Soluciones gráficas.
- Ramírez, J., Almanza, A. y Negrete, C. (2006). *La actitud emprendedora en la Universidad de Guanajuato*. Guanajuato, México: Universidad de Guanajuato.
- Rodríguez, M. y Ruiz, M. (2008). Atenuación de la asimetría y de la curtosis de las puntuaciones observadas mediante transformaciones de variables: incidencia sobre la estructura factorial. *Psicológica: Revista de Metodología y Psicología Experimental*, 29(2), 205-227.
- Salvador, C. (2008). Impacto de la inteligencia emocional percibida en la autoeficacia emprendedora. *Boletín de Psicología*, 92, 65-80.
- Salovey, P. y Mayer, J. (1990). Emotional Intelligence. *Imagination, cognition, and personality*, 9(3), 185-211. DOI: <http://dx.doi.org/10.2190/DUGG-P24E-52WK6CDG>
- Schutte, N., Malouff, J., Hall, L., Haggerty, D., Cooper, J., Golden, C., y Dornheim, L. (1998). Development and Validation of a Measure of Emotional Intelligence. *Personality and Individual Differences*, 25(2), 167-177.
- Serida, J., Borda, A., Nakamatsu, K. y Morales, O. (2012). *Global entrepreneurship monitor: Perú 2012*. Lima, Perú: Universidad ESAN.
- Shapero, A., y Sokol, L. (1982). Social Dimensions of Entrepreneurship. En C.A. Kent, D.L. Sexton y K.H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Sorayaei, A., Shaiyadeh, H.G. y Atf, Z. (2015). Study the relationship between emotional intelligence and entrepreneurship level among pasargad bank personnel. *International Journal of Scientific Management and Development*, 3(6), 438-442.
-

-
- Walter, A., Auer, M., y Ritter, T. (2006). The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. *Journal of Business Venturing*, 21(4), 541-567.
- Yildirim, N. y Askun, N. (2012). Entrepreneurship Intentions of Public Universities in Turkey: Going beyond Education and Research? *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 58, 953-963.
- Zakarevicius, P. y Župerka, A. (2010). Expression of Emotional Intelligence in Development of Students Entrepreneurship. *Economics y Management*, 865-873.
- Zhang, Y., Duysters, G. y Cloudt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students entrepreneurial intention. *International entrepreneurship and management journal*, 10(3), 623-641.
- Zhao, H., Siebert, S.E. y Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265 -1272.
- Zhao, H., Seibert, S.E. y Lumpkin, G.T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: a meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381-404. DOI: 10.1177/ 0149206309335187.