

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**La inteligencia emocional y su relación con la autoeficacia empresarial de
los estudiantes de una universidad privada de Chiclayo, 2021**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

Diana Marcela Oblitas Rodriguez

ASESOR

Martha Fiorella Portaro Inchaustegui

<https://orcid.org/0000-0003-4433-0215>

Chiclayo, 2022

**La inteligencia emocional y su relación con la autoeficacia
empresarial de los estudiantes de una universidad privada de
Chiclayo, 2021**

PRESENTADA POR:

Diana Marcela Oblitas Rodriguez

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR:

Jessica Karin Solano Cavero

PRESIDENTE

Luis Augusto Angulo Bustios

SECRETARIO

Martha Fiorella Portaro Inchaustegui

VOCAL

Dedicatoria

A Dios por guiarme en este largo camino, a mis padres y familiares por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, a todas las personas que me apoyaron y han hecho que el trabajo se realice con éxito.

Agradecimientos

A mi casa de estudios Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, a la profesora Jessica Karin Solano Cavero y a Martha Fiorella Portaro Inchaustegui mi asesora por haberme acompañado y alentado durante todo el proceso de investigación.

La inteligencia emocional y su relación con la autoeficacia empresarial de los estudiantes de una universidad privada de Chiclayo, 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%

INDICE DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

6%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	archive.org Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	1%
4	Carvalho, Vânia Sofia, Eloísa Guerrero, Maria José Chambel, and Pablo González-Rico. "Psychometric properties of WLEIS as a measure of emotional intelligence in the Portuguese and Spanish medical students", Evaluation and Program Planning, 2016. Publicación	1%
5	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	es.scribd.com Fuente de Internet	1%

Índice

Resumen	5
Abstract	6
Introducción	7
Revisión de literatura	9
Materiales y métodos	13
Resultados y discusión	20
Conclusiones	26
Recomendaciones.....	26
Referencias	28
Anexos.....	32

Resumen

El estudio está enfocado en determinar la relación de la inteligencia emocional con la autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo, 2021, así mismo es de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel explicativo, de diseño no experimental – transversal, el estudio fue aplicado a los estudiantes de administración de decimo ciclo, para lo cual se aplicó el modelo de Wen, Chen, Pang, & Gu (2020), quienes estudian The Relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Self-Efficacy of Chinese Vocational College Students, cuya aplicación del cuestionario se realizó a través de Google Drive y la base de datos se desarrolló en el programa SPSS Statistics versión 25. Llegando al resultado que, la inteligencia emocional se relaciona significativamente con la autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo con un coeficiente de 0.865**. Concluyendo que, la relación entre la inteligencia emocional y el desempeño de los estudiantes sugiere que estos no sienten desconfianza ni miedo al enfrentarse a las situaciones que se presenten.

Palabras clave: Inteligencia emocional, autoeficacia empresarial.

Clasificación JEL: M1, M10

Abstract

The study is focused on determining the relationship of emotional intelligence with the business self-efficacy of management students from a private university in Chiclayo, 2021, likewise it has a quantitative approach, applied type, explanatory level, non-experimental design - transversal, the study was applied to tenth-cycle administration students, for which the Wen, Chen, Pang, & Gu (2020) model was applied, who study The Relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Self-Efficacy of Chinese Vocational College Students , whose application of the questionnaire was carried out through Google Drive and the database was developed in the SPSS Statistics version 25 program. Reaching the result that emotional intelligence is significantly related to the business self-efficacy of the administration students of a university. Chiclayo with a coefficient of 0.865**. Concluding that the relationship between emotional intelligence and student performance suggests that they do not feel mistrust or fear when facing situations that arise.

Keywords: Emotional intelligence, business self-efficacy.

JEL classification: M1, M10

Introducción

La inteligencia emocional es una serie de destrezas y habilidades no cognitivas que afectan el éxito de un individuo para enfrentar las necesidades ambientales y el estrés (Gong et al., 2019); además, el rasgo de inteligencia emocional se describe como la cognición de la capacidad emocional de las personas para comprender, regular y expresar emociones para ajustarse al entorno y mantener la salud (Petrides et al, 2016).

La autoeficacia empresarial se describe como la autoconfianza empresarial en tareas específicas, y la capacidad de los individuos para completar el proceso empresarial, además se menciona que, la autoeficacia se describe como la capacidad que los individuos tienen para mostrar juicios y comportamientos muy concluyentes cuando se hallan en situaciones o inconvenientes tan perjudiciales o se enfrentan a ellos, para completar tareas de manera efectiva y para superar dificultades y problemas (Santos & Liguori, 2020).

El espíritu empresarial está influenciado por muchos factores, pero la autoeficacia empresarial se enfatiza como una variable antecedente clave. Se encuentra que la autoeficacia empresarial es un predictor importante de los objetivos y comportamientos empresariales (McLaughlin, 2019). Durante la última década, la inteligencia emocional se ha convertido en un foco de investigación, los académicos están cada vez más interesados en su investigación (Zhao et al., 2019).

El cómo mejorar la autoeficacia del espíritu empresarial de los estudiantes universitarios y promover su espíritu empresarial y empleo al máximo es un tema importante para que las universidades aceleren el desarrollo económico y social, además optimicen el patrón de cultivo de talentos y promuevan el éxito de los estudiantes universitarios (He et al., 2019).

Las variables en el contexto local no se han estudiado, por lo tanto, se escogió un modelo, el cual se desarrolló en China, donde los autores Wen et al. (2020) quienes estudian la relación entre la inteligencia emocional y la autoeficacia empresarial de los estudiantes universitarios profesionales chinos quienes adaptan el modelo de su investigación, teniendo como herramienta la Escala de Inteligencia Emocional desarrollada por Wong y Law y la Escala de Autoeficacia Empresarial desarrollada por Zhan.

En la ciudad de Chiclayo, los estudiantes de una universidad privada muestran sus comportamientos ante los problemas que presentan durante su vida universitaria, por ello tienden a emprender a pesar de las barreras que encuentran durante su trayectoria, pero no tienen la confianza necesaria para desarrollar completamente sus ideas ya que, no logran controlar sus

emociones del todo, su temperamento aún es muy volátil, lo que no permite conocer las emociones de los demás, por otro lado, estos estudiantes se esfuerzan y motivan para ser competentes ante un mercado muy variado, a esto se le suma los temas aprendidos en aula, transmitido a la vida cotidiana por medio de sus habilidades.

La investigación es importante ya que, en el contexto local y nacional, las variables no se han estudiado con mucha regularidad, por lo que el tema planteado, la relación de la inteligencia emocional en la autoeficacia empresarial en estudiantes universitarios, considerando la situación actual vivida a nivel mundial, llamado Covid-19, que acortó las relaciones presenciales y llevó a hacer uso completo de las redes sociales o la parte electrónica, además los estudiantes de esta época se encuentran más involucrados en la era tecnológica, convirtiéndose en una estrategia para emprender, ante las adversidades presentadas.

El sondeo se realizó en la ciudad de Chiclayo, específicamente en una universidad privada, metodológicamente es de enfoque cuantitativo, teniendo como instrumento al cuestionario y como técnica a la encuesta, con una población finita siendo 138 estudiantes, en cuanto al cuestionario se aplicó directamente ya que los ítems se encuentran tratados para un estudio en general, además, desde la estadística se analizó la confiabilidad y el análisis factorial.

Es así que se plantea la pregunta de investigación, ¿Cuál es la relación de la inteligencia emocional con la autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo 2021?

La relevancia de la investigación, se debe porque permite probar un modelo cuantitativo para medir la relación de la inteligencia emocional con la autoeficacia empresarial, además, es importante por el aporte a la sociedad, sobre la propagación de información confiable acerca de temas relacionados con jóvenes los cuales se encuentran en una época que necesitan reconocerse a sí mismos, para lograr luego sus objetivos, también para un público en general, que normalmente mantiene esa motivación para emprender, por consiguiente, los emprendimientos contribuyen al crecimiento económico porque satisfacen las necesidades de cierta población, permitiendo incrementar la productividad y generación de empleo, así mismo, contribuye a reconocer las oportunidades en busca de nuevos mercados, mejorar las relaciones con el entorno y empezar a tolerar los riesgos existentes de todo negocio.

Entre los beneficiarios de esta investigación tenemos a los estudiantes de las diferentes universidades que se tiene por objeto de estudio, quienes contarán con información fiable para generar un nuevo conocimiento y ampliar el panorama sobre las variables de estudio.

Se planteó como objetivo general determinar la relación de la inteligencia emocional con la autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo, 2021; determinar el nivel de inteligencia emocional y autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración, determinar la relación de la valoración de las auto emociones, la valoración de las emociones de los demás, la regulación de la emoción y el uso de la emoción en la cognición, en la autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración.

Revisión de literatura

De acuerdo a la investigación se trabajó las variables inteligencia emocional y autoeficacia empresarial, para lo cual se buscó antecedentes similares, teniendo a Wen et al. (2020) quienes exploraron la relación entre la inteligencia emocional y la autoeficacia empresarial. Aplicaron cuestionarios a 529 estudiantes. Los resultados expresaron que hubo una discrepancia significativa entre los estudiantes universitarios masculinos y femeninos en la autoeficacia empresarial, pero no hubo una diferencia significativa en la inteligencia emocional. Además, los resultados revelaron una correlación significativa positiva. Con la mejora del nivel de inteligencia emocional de los estudiantes de formación competitiva, acrecentará la autoeficacia empresarial. Cuanto menor sea la inteligencia emocional, más rápida será la mejora en la autoeficacia empresarial. Cuanto mayor sea la inteligencia emocional, más firme será la autoeficacia empresarial. Además, Hadia (2017) quien investigó el efecto de la inteligencia emocional (IE) de los emprendedores en la creación de nuevas empresas (NVC). Aplicaron un cuestionario a 378 empresarios egipcios. Llegaron al resultado que existe una relación significativa. Hay tres constructos de la IE (habilidades interpersonales, motivación interna y autoconciencia), que apoyan la creación de nuevas empresas, además se muestra que la edad tiene un efecto moderador en la relación entre las variables, mientras que el género no tiene importancia en esta relación. Existen disconformidades en la relación entre la inteligencia emocional y la creación de nuevas empresas fundadas en la motivación para emprender. De la misma manera, Archana & Kumari (2018) exploraron la influencia de factores no racionales como la inteligencia emocional en la intención empresarial entre los estudiantes que cursan estudios de posgrado en gestión empresarial en universidades seleccionadas de Chennai, Tamil Nadu. Desarrollaron una investigación descriptiva y aplicaron encuestas a estudiantes. Los resultados indican que la mayor parte de las dimensiones de la inteligencia emocional han incidido de manera positiva en la intención emprendedora. Así mismo, el nivel general de inteligencia emocional de los estudiantes tiene un fuerte impacto en la intención emprendedora.

Por consiguiente, Tiwari et al. (2017) identificaron la intención emprendedora social entre estudiantes de pregrado en el contexto indio utilizando la teoría del comportamiento planificado como marco de investigación. Aplicaron un cuestionario a 230 estudiantes con la especificación de matriculados en distintas universidades de la India. El resultado indica que el 42% de la varianza, explicando la intención de emprendimiento social. Tanto la inteligencia emocional como la autoeficacia expusieron una relación positiva significativa entre la actitud con las intenciones del emprendimiento social. Simultáneamente, Miao et al. (2018) estudiaron la relación de la inteligencia emocional en las intenciones emprendedoras. Los resultados demostraron que la inteligencia emocional está relacionada de manera positiva con la intención empresarial; la relación positiva entre las variables es más fuerte en culturas encaminadas a largo plazo; y la relación positiva entre la inteligencia emocional y la intención empresarial no difiere de manera significativa en función del nivel de colectivismo, distancia de poder, masculinidad, indulgencia de una cultura y evasión de la incertidumbre. Por tanto, Chu et al. (2020) construyeron un modelo conceptual con capacidad emocional, autoeficacia emprendedora e intención emprendedora, para profundizar en su relación. Encuestaron a 312 estudiantes. El resultado revela que, todas las dimensiones de la autoeficacia empresarial se correlacionaron significativa y positivamente con la intención empresarial. Además, la competencia emocional tiene un impacto positivo significativo en la autoeficacia empresarial. Así mismo, la autoeficacia empresarial midió la relación entre la competencia emocional y la intención empresarial.

Por un lado, se tiene a la variable inteligencia emocional, el concepto de inteligencia emocional (IE) fue introducido por Salovey y Mayer (1990), y popularizado por Goleman (1995). La definición más comúnmente utilizada de inteligencia emocional fue dada por Salovey y Mayer (1990) al definir la inteligencia emocional como un tipo de inteligencia personal y social que incluye la capacidad de rastrear los sentimientos y emociones de uno y de los demás, discriminarlos y usar esta tecnología e información para guiar los pensamientos y acciones de uno mismo. Mayer y Salovey (1997) refinaron la definición original e incluyeron cuatro dimensiones interrelacionadas a saber, percepción, valoración y expresión de emociones; facilitación emocional del pensamiento; comprender y analizar la información emocional, empleando el conocimiento emocional y la regulación de las emociones.

Existen tres modelos de investigación sobre inteligencia emocional: Modelo de Habilidad representado por Mayer y Salovey, Modelo Mixto representado por Bar-On y Modelo de Rasgo representado por Petrides (Kong et al., 2019).

La investigación de Mayer et al. (2016) detalla que la inteligencia emocional se calcula mejor por la capacidad emocional. Bar-On lo define como una serie de habilidades y destrezas no cognitivas que intervienen en el éxito de un sujeto para hacer frente a las necesidades ambientales y el estrés (Gong et al., 2019). En cambio, Petrides et al. (2016), menciona que el rasgo de inteligencia emocional se expresa como la cognición de la capacidad emocional personal de un sujeto, refiriéndose a la capacidad individual para entender, regular y enunciar emociones para adaptarse al entorno y conservar la salud. Considerando que estas teorías sirvieron de base para el modelo conceptual de inteligencia emocional y auto eficacia empresarial, planteado por Wen et al. (2020).

Por otro lado, tenemos la variable autoeficacia empresarial, la concepción de autoeficacia proviene de la teoría del aprendizaje social de Bandura. De acuerdo con la perspectiva básica de la teoría del aprendizaje social, en términos generales, cuando las personas se hallan en una situación que es mala para ellos o se enfrentan a ellos, muchas personas a menudo muestran miedo psicológico y tratan de evitar o deshacerse de diversas situaciones y problemas perjudiciales que creen que son difícil de afrontar (Zimmerman, 2000).

La autoeficacia consta de la capacidad de los sujetos para exponer juicios y conductas muy decisivas cuando se encuentran en situaciones o problemas tan perjudiciales o se afrontan a ellos, para completar tareas de manera eficaz y para sobresalir de las dificultades y problemas (Bandura, 1997). Hackett y Betz (1981) plantearon amplificar la teoría de la autoeficacia al campo de la carrera. Al mismo tiempo, algunos intelectuales emplearon la autoeficacia al campo del emprendimiento para generar autoeficacia empresarial.

Algunos estudiosos narran la autoeficacia empresarial como la autoconfianza empresarial en tareas determinadas (Santos & Liguori, 2000); otros precisan la autoeficacia empresarial como la confianza en la capacidad de los sujetos para completar el proceso empresarial (Tsai et al., 2014). Otros concretaron el concepto de autoeficacia empresarial desde tres dimensiones: la primera es utilizar la autoeficacia a aspectos específicos del espíritu empresarial; la segunda es resaltar el nivel de contenido de autoeficacia, y, por último, la tercera es la validez de la creencia de autoeficacia (Drnovsek et al., 2010).

La autoeficacia empresarial es un factor de influencia significativo en la intención empresarial, y esta es un indicador notable de la predicción e interpretación de la conducta empresarial (Shi et al., 2016). La relación entre la autoeficacia empresarial y la intención empresarial ha atraído la atención de muchos académicos, fundamentalmente en el campo de

la educación superior. Algunos estudiosos han descubierto que existe una correlación positiva entre la calidad de la educación empresarial y la autoeficacia empresarial (Jiang et al., 2017).

Además, algunos estudios basados en la teoría de la cognición de carrera social (SCCT) también muestran que la autoeficacia empresarial está relacionada positivamente con la intención empresarial (Baum et al., 2001). Estudiosos han distinguido que la autoeficacia empresarial tiene un fuerte impacto en la autoeficacia empresarial de los estudiantes universitarios (Hu & Ye, 2017). Un estudio de estudiantes universitarios de ingeniería halló que, además del efecto moderador positivo de las normas sociales sobre la relación entre la autoeficacia empresarial y la intención empresarial, la educación empresarial también se relaciona de una manera positiva con la intención de las actividades empresariales (Asimakopoulos et al., 2019).

Otros investigadores han manifestado que la relación entre la percepción del empleo, la intención empresarial, la adaptabilidad profesional y la autoeficacia de los estudiantes universitarios y los solicitantes de empleo se correlaciona positivamente con la adaptabilidad profesional y la autoeficacia empresarial (Atitsogbe, 2019). Es decir, la autoeficacia empresarial es un elemento significativo que afecta la intención empresarial, y es de gran categoría para las personas para constituir una intención empresarial o para completar conductas empresariales.

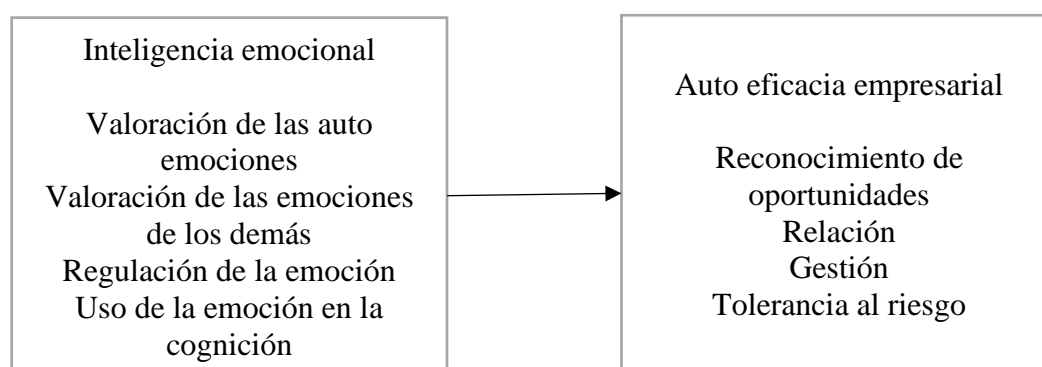
La autoeficacia empresarial está estrechamente relacionada con el desempeño de las empresas. Una investigación referente a la autoeficacia de los empresarios en Asia Central concluyó que la autoeficacia tiene un efecto directo e intermedio sobre el rendimiento (Luthans & Ibrayeva, 2006). Asimismo, la evidencia sobre las empresas sudafricanas respalda que la autoeficacia empresarial está relacionada de manera significativa con la competitividad de las empresas durante la etapa empresarial de búsqueda, organización e integración de recursos y personal (Urban, 2012). Además, una investigación sobre el rendimiento de las pequeñas empresas francesas ha llegado a la conclusión de que la autoeficacia y la eficiencia laboral están relacionadas de manera positiva con el rendimiento empresarial (Khedhaouria et al., 2015). Sobre la base de análisis de regresión multinivel, se encontró que la autoeficacia empresarial se puede utilizar como un recurso personal para ayudar a los empresarios a convertir la creciente incertidumbre en exploración e identificación de oportunidades (Schmitt, 2018).

Las investigaciones realizadas por algunos investigadores han justificado que la autoeficacia empresarial es una variable transcendental para anunciar el comportamiento empresarial y el éxito empresarial en el campo del espíritu empresarial. La autoeficacia empresarial se ve influenciada por elementos individuales internos y externos, incluidos los antecedentes

sociales, culturales y económicos, la personalidad y la capacidad. La motivación empresarial, la atención empresarial y la participación se correlacionan de manera extremadamente significativa con la autoeficacia empresarial (Sun, 2015). Últimamente, una gran cantidad de investigaciones han manifestado que la autoeficacia empresarial, como una parte importante de la cognición empresarial, está significativamente relacionada con la motivación y la capacidad empresarial, y tiene un buen efecto predictivo sobre la toma de decisiones, el comportamiento y el desempeño empresarial (Hsu, 2019).

Figura 1

Modelo conceptual de inteligencia emocional y auto eficacia empresarial, planteado por Wen, Chen, Pang, & Gu (2020)



La autoeficacia empresarial se midió utilizando la Escala de Autoeficacia Empresarial (ESES) compilada por Zhan, la escala tiene un total de 19 ítems, que se componen de cuatro factores: eficacia del reconocimiento de oportunidades, eficacia de la relación, eficacia del manejo y eficacia de la tolerancia al riesgo. La inteligencia emocional se midió haciendo uso de la "Escala de inteligencia emocional" de Wong y Law (WLEIS), cuenta con un total de 16 ítems, que incluyen cuatro dimensiones: la valoración de las autoemociones, valoración de las emociones de los demás, regulación de las emociones y uso de las emociones sobre la cognición (Law et al., 2004).

Materiales y métodos

El enfoque es cuantitativo, debido a que es una estrategia de investigación, la cual se centró en cuantificar, recopilar y analizar datos obtenidos a través de un cuestionario. Siendo de tipo aplicada, porque se desarrolló en la realidad natural en la que se desenvuelve el problema.

De nivel correlacional, ya que se evaluó. la relación estadística entre las variables en estudio sin la necesidad de alguna influencia de una variable extraña, con un diseño no experimental,

ya que no se realizó la manipulación de alguna variable, además es transversal porque se estudió el nivel en que se encuentra cada variable.

La población fueron todos los estudiantes del 10mo ciclo de la carrera de administración de empresas puesto que tienen la formación necesaria para emprender y para iniciarse en el mercado, de ambos sexos, mayores de 20 años, que se encontraban matriculados en el semestre académico 2021-II, siendo un total de 138. Con respecto a la muestra, fue censal, por lo que se trabajó con toda la población mencionada.

Se hizo uso de la encuesta como técnica, es así que, para la medición de la inteligencia emocional se utilizó la Escala de Inteligencia Emocional desarrollada por Wong Law, que cuenta con las dimensiones: valoración de las auto emociones (ítem 20 – 23), valoración de las emociones de los demás (ítem 24 – 27), regulación de la emoción (ítem 28 – 31) y uso de la emoción en la cognición (ítem 32 – 35); mientras que para la escala de autoeficacia empresarial desarrollada por Zhan, que cuenta con las dimensiones: reconocimiento de oportunidades (ítem 1 – 4), relación (ítem 5 – 9), gestión (ítem 10 – 14) y tolerancia al riesgo (ítem 15 – 19); ambos modelos planteados por Wen et al. (2020), considerando que el modelo ha sido aplicado a estudiantes universitarios chinos en proceso de formación, en la realidad local el modelo no sufrió cambios ya que los ítems se encuentran tratados para un estudio en general.

En el procedimiento de recolección, se envió un correo al Director de Escuela para solicitar la información sobre la cantidad de alumnos matriculados en el ciclo, ya que la muestra son estudiantes universitarios, la encuesta se desarrolló de manera completamente virtual a través de Google Drive. Con el consentimiento de los estudiantes que cursan el décimo ciclo, se planteó que a través de la red social Facebook se encueste de manera directa enviando un link que lo redirigió a la encuesta virtual, quedando a criterio del estudiante desarrollar el cuestionario, este proceso se realizó en 2 semanas hasta llegar a la muestra planteada.

En lo que concierne al procesamiento de información, se utilizó Microsoft Excel para ordenar la base de datos, posteriormente se trasladó al programa estadístico IBM SPSS Statistics versión 25, en donde se halló la confiabilidad y el análisis factorial, además para los objetivos específicos se hizo uso de la baremación (niveles: alto, medio y bajo) y el coeficiente de Spearman.

Tabla 1
Operacionalización de variables

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores
Auto eficacia empresarial	La capacidad de las personas para mostrar juicios y comportamientos muy concluyentes cuando se hallan en situaciones o inconvenientes tan perjudiciales o se enfrentan a ellos, para completar tareas de manera efectiva y para superar dificultades y problemas, (Santos & Liguori, 2020).	Reconocimiento de oportunidades	Información de mercado Creación productos Generar ideas y lanzar productos Mejorar productos
		Relación	Construir y desarrollar relaciones Comunicación eficaz Formar una sociedad o alianza Formas efectivas de comunicación Relaciones a largo plazo
		Gestión	Organizar eficazmente los roles y responsabilidades Creación de ambiente de trabajo Habilidades de liderazgo Asuntos financieros Puedo controlar muy bien el costo.
		Tolerancia al riesgo	Trabajar bajo presión Seguir adelante Responder rápidamente a emergencias Decisión eficaz Trabajar de manera eficiente
		Valoración de las auto emociones	Sentimientos Comprensión Entender sentimiento Felicidad
Inteligencia emocional	Es una serie de habilidades y destrezas no cognitivas que influyen en el éxito de un individuo para hacer frente a las necesidades ambientales y	Valoración de las emociones de los demás	Comportamiento. Observador de las emociones

el estrés (Gong, Chen, &
Wang, 2019).

	Sensible a los sentimientos y emociones Comprender bien las emociones
Regulación de la emoción	Metas Persona competente Motivación Esfuerzo
Uso de la emoción en la cognición	Temperamento Capacidad de control emociones Calmarme rápidamente Control de emociones.

Tabla 2
Matriz de consistencia

Pregunta de investigación	Objetivo General	Hipótesis de investigación	Variables/Dimensiones	Ítems
¿Cuál es la relación de la inteligencia emocional con la autoeficacia empresarial de los estudiantes de una universidad privada de Chiclayo 2021?	Determinar la relación de la inteligencia emocional en la autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo 2021.		V. Dependiente: Autoeficacia empresarial	Puedo encontrar la información de mercado necesaria para productos y servicios para el espíritu empresarial.
	Objetivos específicos	Existe una relación		Puedo crear productos que satisfagan las necesidades insatisfechas de los clientes.
	Determinar el nivel de inteligencia emocional en los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo 2021.	positiva entre la inteligencia emocional y la autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo 2021.	V. Independiente: Inteligencia emocional	Puedo generar muchas ideas nuevas y lanzar productos a partir de ellas. Puedo encontrar nuevas formas de mejorar mis productos existentes. Puedo construir y desarrollar buenas relaciones con personas con recursos emprendedores como el capital. Puedo comunicarme eficazmente con los demás.
	Determinar el nivel de autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo 2021.		Dimensiones: Reconocimiento de oportunidades Relación Gestión Tolerancia al riesgo Valoración de las auto	Puedo formar una sociedad o alianza con otros. Puedo tratar con extraños rápidamente y encontrar formas efectivas de comunicarme. Puedo tener relaciones a largo plazo con muchas personas que estudian y trabajan. Después de establecer el equipo de gestión, puedo organizar eficazmente los roles y responsabilidades de los miembros del equipo.
	Determinar la relación de la valoración de las auto emociones, valoración de las emociones de los demás, regulación de la emoción y uso de la emoción en la cognición,			

con la autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo 2021.

emociones
 Valoración de las emociones de los demás
 Regulación de la emoción
 Uso de la emoción en la cognición

Puedo crear un ambiente de trabajo para que la gente esté dispuesta a trabajar para mí.
 Tengo las habilidades de liderazgo que necesito para ser emprendedor.
 Puedo administrar mis asuntos financieros de manera efectiva.
 Puedo controlar muy bien el costo.
 Puedo trabajar de forma más productiva bajo presión.
 Cuando las cosas van mal, creo que puedo seguir adelante.
 Puedo responder rápidamente a emergencias en el entorno empresarial.
 Puedo tomar una decisión eficaz en condiciones de incertidumbre.
 Puedo trabajar de manera eficiente bajo la influencia de la preocupación y la presión todo el tiempo.
 Tengo una buena idea de por qué tengo ciertos sentimientos la mayor parte del tiempo.
 Comprendo bien mis propias emociones.
 Realmente entiendo lo que siento.
 Siempre sé si soy feliz o no.
 Siempre conozco las emociones de mis amigos por su comportamiento.
 Soy un buen observador de las emociones de los demás.
 Soy sensible a los sentimientos y emociones de los demás.

Comprendo bien las emociones de las personas que me rodean.
 Siempre me fijo metas y luego hago todo lo posible para lograrlas.
 Siempre me digo a mí mismo que soy una persona competente.
 Soy una persona que se motiva a sí misma.
 Siempre me animaría a hacer mi mejor esfuerzo.
 Puedo controlar mi temperamento para poder manejar las dificultades de manera racional.
 Soy bastante capaz de controlar mis propias emociones.
 Siempre puedo calmarme rápidamente cuando estoy muy enojado.
 Tengo buen control de mis propias emociones.

Muestra y muestro	Instrumento de recolección de datos	Procedimiento	Técnicas estadísticas	Procesamiento
Estudiantes: 138	Cuestionario Modelo: Wen, Chen, Pang, & Gu (2020) Escala de Inteligencia Emocional - Wong & Law (2004) Escala de Autoeficacia Empresarial - Zhan (2008)	Permiso Encuesta virtual Tiempo: 15 min 2 semanas	Encuesta	Microsoft Excel SPSS v. 25 Confiabilidad Análisis factorial Baremos Correlación

Resultados y discusión

A continuación, se presentan los siguientes resultados, los cuales fueron trabajados en base al modelo planteado por Wen et al. (2020) quienes estudian la inteligencia emocional y autoeficacia empresarial, la investigación se desarrolló en base a un cuestionario aplicado a los estudiantes del 10mo ciclo de la carrera de administración de empresas de una universidad privada, obteniendo los siguientes resultados:

Datos sociodemográficos

Tabla 3

Edad

	Frecuencia	Porcentaje
20 a 25 años	116	84,1
26 a 30 años	22	15,9
Total	138	100,0

Las edades de los estudiantes, siendo de 20 a 25 años el más resaltante equivalente al 84.1%, mientras que, el 15.9 pertenece a la edad de 26 a 30 años (Tabla 3).

Tabla 4

Sexo

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	92	66,7
Femenino	46	33,3
Total	138	100,0

El sexo de los estudiantes, donde el sexo masculino es el más resaltante con el 66.7%, mientras que, 33.7% pertenece al sexo femenino (Tabla 4).

Objetivo específico 1: Determinar el nivel de inteligencia emocional en los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo 2021.

Tabla 5

Baremación de la variable inteligencia emocional

Niveles	Intervalos
Bajo	19 a 57
Medio	58 a 96
Alto	97 a 133

Tabla 6

Niveles de la variable Inteligencia emocional

	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	3	2,2
MEDIO	48	34,8
ALTO	87	63,0
Total	138	100,0

Según la variable inteligencia emocional, los estudiantes en su mayoría tienen un nivel alto equivalente al 63%, mientras que el nivel medio tiene el 34.8%, por otro lado, el nivel bajo alcanzó el 2.2%; el nivel de inteligencia emocional más representativo es el alto, esto es debido a que los estudiantes entienden sus sentimientos, como cuando se encuentran felices o no, esto permite que sean buenos observadores de las emociones de los demás, además de sugestionarse diciendo que son personas competentes, que se motivan a sí mismos y harían su mejor esfuerzo, pero sobre todo ser capaces de controlar sus propias emociones (Tabla 6), de acuerdo a los resultados al ser comparados por Archana & Kumari (2018) detallan que la variable de inteligencia emocional se encuentra en un nivel medio, al igual que sus dimensiones, pero aun así el impacto con la autoeficacia empresarial es fuerte, además Hadia (2017) menciona habilidades interpersonales, motivación interna y autoconciencia; apoya la creación de nuevas empresas; con estos resultados se puede inferir que la inteligencia emocional es una variable muy aplicada en estudiantes universitarios de los últimos ciclos, puesto que empiezan a emprender siendo conscientes de las emociones que albergan y de las personas que los rodean, para poder regularlas adecuadamente según las ocasiones que se presenten. Por otro lado, Petrides et al. (2016) mencionan que el rasgo de inteligencia emocional se expresa como la cognición de la capacidad emocional personal de un sujeto, refiriéndose a la capacidad individual para entender, regular y enunciar emociones para adaptarse al entorno y conservar la salud.

Objetivo específico 2: Determinar el nivel de autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo 2021.

Tabla 7

Baremación de la variable autoeficacia empresarial

Niveles	Intervalos
Bajo	16 a 48
Medio	49 a 81
Alto	82 a 112

Tabla 8

Niveles de la variable Autoeficacia Empresarial

	Frecuencia	Porcentaje
BAJO	2	1,4
MEDIO	50	36,2
ALTO	86	62,3
Total	138	100,0

De acuerdo a la variable autoeficacia empresarial, los estudiantes en su mayoría tiene un nivel alto equivalente al 62.3%, mientras que el nivel medio tiene el 36.2%, por otro lado, el nivel bajo alcanzó el 1.4%. El nivel de autoeficacia empresarial más representativo es el alto, ya que los estudiantes pueden encontrar nuevas formas de mejorar sus productos existentes, además pueden tener relaciones a largo plazo con muchas personas que trabajan y estudian, por otro lado; pueden organizarse eficazmente los roles y responsabilidades luego de establecer el equipo de gestión, esto creará un ambiente donde la gente se encuentre dispuesta a trabajar correctamente. Por lo tanto, es necesario contar con habilidades de liderazgo para lograr ser emprendedor, esto permitirá que, si las cosas van por un mal camino, se puede retomar para seguir adelante (Tabla 8), los resultados fueron comparados con lo encontrado por Chu et al. (2020) cuya variable autoeficacia empresarial llega a un nivel alto, al igual que sus dimensiones, además la competencia emocional tiene un impacto positivo significativo en la autoeficacia empresarial; con estos resultados se puede inferir que la autoeficacia empresarial como parte del estudiante que cursa la carrera de administración de empresas es importante, porque logran destacar sus habilidades de liderazgo, ser más responsables para así poder trabajar en un ambiente donde los demás puedan realizar sus labores adecuadamente. Por otro lado, Shi et al. (2016) menciona que la autoeficacia empresarial es un factor de influencia significativa en la intención empresarial, además en un indicador notable de la predicción e interpretación de la conducta empresarial.

Objetivo específico 3: Determinar la relación de la valoración de las auto emociones, valoración de las emociones de los demás, regulación de la emoción y uso de la emoción en la cognición, con la autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo 2021.

Tabla 9*Relación de las dimensiones de auto emociones con la autoeficacia empresarial*

		AUTOEFICACIA EMPRESARIAL	
Rho de Spearman	VALORACIÓN DE LAS AUTO EMOCIONES	Coef. de correlac.	,826**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	138
	VALORACIÓN DE LAS EMOCIONES DE LOS DEMÁS	Coef. de correlac.	,793**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	138
	REGULACIÓN DE LA AUTOEMOCIÓN	Coef. de correlac.	,865**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	138
	USO DE LA EMOCIÓN EN LA COGNICIÓN	Coef. de correlac.	,709**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	138

La dimensión valoración de las auto emociones se relaciona significativamente con la autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo con un coeficiente de 0.826**, teniendo en cuenta que la significancia es menor a 0.05; por lo tanto, existe una relación significativa, esta relación se debe a que los estudiantes comprenden sus emociones, entienden lo que sienten y la mayor parte del tiempo viven de manera feliz, lo mencionado tiene relación con la autoeficacia empresarial, porque para poder emprender se necesita que el estudiante controle sus emociones y sepa a donde dirigir las. Además, se halló que la dimensión valoración de las emociones de los demás con la autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo con un coeficiente de 0.793**, teniendo en cuenta que la significancia es menor a 0.05. Esta relación se debe porque los alumnos observaron las emociones de sus amigos de acuerdo a su comportamiento llegando a conocer sus sentimientos, hasta el punto de ser parte de ellos, comprendiendo las emociones de la gente que les rodea, lo mencionado tiene relación con la autoeficacia empresarial, porque al momento de realizar algún tipo de negocio es importante observar, sentir y conocer los gustos y preferencias conforme a los sentimientos o emociones de su público objetivo. Por consiguiente, se detalla que la dimensión regulación de la emoción se relaciona significativamente con la autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo con un coeficiente de 0.865**, teniendo

en cuenta que la significancia es menor a 0.05. Esta relación se debe porque el alumno se encuentra focalizado en sus metas y como cumplirlas, siendo una persona competente desde el inicio, además de motivarse así mismo para lograr su mejor esfuerzo, lo mencionado tiene relación con la autoeficacia empresarial, porque el alumno se marca un camino a través de objetivos que lo llevarán directamente a emprender. Por último, en cuanto a la dimensión uso de la emoción en la cognición se relaciona significativamente con la autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo con un coeficiente de 0.709**, teniendo en cuenta que la significancia es menor a 0.05. Esta relación se debe porque el alumno contrala su temperamento para manejar situaciones difíciles a través de la razón, de esta manera puede calmar sus emociones en caso se encuentre molesto, lo mencionado tiene relación con la autoeficacia empresarial, porque esto le permite al alumno actuar de la mejor manera posible ante situaciones adversas (Tabla 9), resultados que al ser comparados por Tiwari et al. (2017), hallaron que las dimensiones de inteligencia emocional como la autoeficacia expusieron una relación positiva significativa entre la actitud con las intenciones del emprendimiento social, así mismo, Miao et al. (2018) demostraron que las dimensiones de la inteligencia emocional están relacionadas de manera positiva con la intención empresarial, con estos resultados se puede deducir que las dimensiones de inteligencia emocional estudiadas en los estudiantes se encuentran bien formadas porque logran en su totalidad comprenderse a sí mismos como a los demás, además de gestionar sus emociones de manera positiva, logrando sus objetivos. Por otro lado, Sun (2015) menciona que la motivación empresarial, la atención empresarial y la participación se correlacionan de manera extremadamente significativa con la autoeficacia empresarial.

Objetivo general: Determinar la relación de la inteligencia emocional en la autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo 2021.

Tabla 10*Correlación de inteligencia emocional y autoeficacia empresarial*

			INTELIGENCIA EMOCIONAL	AUTOEFICACIA EMPRESARIAL
Rho de Spearman	INTELIGENCIA EMOCIONAL	Coef. de correlac.	1,000	,865**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	138	138
	AUTOEFICACIA EMPRESARIAL	Coef. de correlac.	,865**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	138	138

Con respecto a la inteligencia emocional se relaciona significativamente con la autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo con un coeficiente de 0.865**, teniendo en cuenta que la significancia es menor a 0.05. Esta relación se basa en que el alumno comprende de manera general sus emociones y la de los demás, así mismo, se estimula a cumplir sus objetivos con el mejor esfuerzo posible, manteniendo la calma y controlando sus emociones (Tabla 10), resultados que al ser comparados con lo encontrado por Wen et al. (2020), señalan que existe una correlación positiva significativa entre las variables, mencionando que, con la mejora del nivel de inteligencia emocional de los estudiantes de formación profesional, acrecentará la autoeficacia empresarial, además cuanto menor sea la inteligencia emocional, más rápida será la mejora en la autoeficacia empresarial, así mismo, cuanto mayor sea la inteligencia emocional, más firme será la autoeficacia empresarial, con esto se puede deducir que los estudiantes de administración, tienen la capacidad de tomar las mejores decisiones, puesto que, pueden reconocer sus propias emociones, manejar sus sentimientos, ajustándose a las circunstancias lo que los lleva al logro de sus objetivos y por ende a un buen resultado a nivel empresarial. Por último, Hsu (2019) se refiere a la autoeficacia empresarial, como una parte importante de la cognición empresarial, está significativamente relacionada con la motivación y la capacidad empresarial, y tiene un buen efecto predictivo sobre la toma de decisiones, el comportamiento y el desempeño empresarial.

Conclusiones

Existe una relación significativa entre la inteligencia emocional y la autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración, debido a que sus emociones y sentimientos se encuentran plasmados en las acciones que realizan, esto infiere en que aquellos estudiantes no sienten alguna duda o temor para afrontar las situaciones que se presenten.

Con respecto al nivel de inteligencia emocional, se determinó un nivel alto, debido a que los estudiantes encuentran formas novedosas de mejorar sus productos, pero para eso se organizan eficazmente entorno a las responsabilidades, después de establecer su equipo de gestión, lo que crea un ambiente laboral adecuado, por tanto, las habilidades de liderazgo son necesarias para seguir con sus proyectos.

La autoeficacia empresarial, presenta un nivel alto, puesto que los estudiantes logran entender sus propios sentimientos, también son observadores de las emociones de los demás, por lo que logran comprender su capacidad para ser competentes, además se motivan a sí mismos para hacer su mejor esfuerzo, mientras que controlan sus emociones.

Existe una relación significativa de todas las dimensiones con la autoeficacia empresarial: relación de la valoración de las auto emociones, valoración de las emociones de los demás, regulación de la emoción y uso de la emoción en la cognición, debido a que los estudiantes realmente entienden sus sentimientos, además logran observar y percibir las emociones de las personas que las rodean, por consiguiente, se animan a sí mismos a realizar su mejor esfuerzo y son muy capaces de controlar sus propias emociones.

Recomendaciones

Fortalecer y profundizar los procesos de enseñanza y aprendizaje, considerando como factor clave a la inteligencia emocional para el desarrollo de la autoeficacia empresarial de los estudiantes y futuros profesionales de modo que puedan adaptarse a ciertas circunstancias en un mercado cada vez más competitivo y exigente.

Desarrollar cursos prácticos relacionados con el tema de inteligencia emocional, entre ellos: coach empresarial, introducción a la inteligencia emocional, competencias para alinear emociones con la mente, emociones en el lenguaje, inteligencia emocional para el liderazgo efectivo y colaboración, liderazgo y trabajo en equipo en grupos de mejora continua.

Brindar oportunidad a través de ferias de emprendimiento, para que los estudiantes logren tener una visión más clara de cómo se desarrolla el mercado actual, por otro lado, esto permitirá

que tengan en claro cuáles son los riesgos al emprender para poder evitar y manejar correctamente su futuro negocio.

Crear talleres con los temas de reflexión sobre la autoestima y los intereses personales, desarrollo del proceso creativo, conocer el uso y la función de los sentidos para incrementar la creatividad, cuyo soporte sea la inteligencia emocional y la cultura de mentes múltiples, donde la creatividad vaya más allá y perfeccione la capacidad de pensar, razonar y proporcione elementos propicios para el desarrollo de la intuición.

Referencias

- Archana, R. & Kumari, V. (2018). Study on the Influence of Emotional Intelligence on Entrepreneurship Intention. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 119(12), 14839-14851. <https://www.acadpubl.eu/hub/2018-119-12/articles/6/1386.pdf>
- Asimakopoulos, G., Hernández, V., & Miguel, J. (2019). Entrepreneurial intention of engineering students: The role of social norms and entrepreneurial self-efficacy. *Sustainability*, 11, 4314. [10.3390/su11164314](https://doi.org/10.3390/su11164314)
- Atitsogbe, K., Mama, N., Sovet, L., Pari, P., & Rossier, J. (2019). Perceived employability and entrepreneurial intentions across university students and job seekers in Togo: The effect of career adaptability and self-efficacy. *Front. Psychol.*, 10, 180. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.00180/full>
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*; Freeman: New York, NY, USA. <https://psycnet.apa.org/record/1997-08589-000>
- Baum, J., Locke, E., & Smith, K. (2001). A multidimensional model of venture growth. *Acad. Manag. J.*, 44, 292–303. <https://doi.org/10.5465/3069456>
- Chu, Ch., Bin, S., Huanlian, Y., Muqiang, Z., & Beibei, L. (2020). Emotional Competence, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intention: A Study Based on China College Students' Social Entrepreneurship Project. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.547627>
- Drnovsek, M., Wincent, J., & Cardon, M. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: Developing a multi-dimensional definition. *Int. J. Entrep. Behav. Res.*, 16, 1355–2554. <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A982850&dswid=-316>
- Gong, Z.; Chen, Y., & Wang, Y. (2019). The Influence of emotional intelligence on job burnout and job performance: Mediating effect of psychological capital. *Front. Psychol*, 10, 2707. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02707>
- Hadia, F. (2017). The relationship between the emotional intelligence of entrepreneurs and the new venture creation: The role of age, gender and motive. *Arabe Economic and Business Journal, ScienceDirect*, 12, 99-108. <https://doi.org/10.1016/j.aebj.2017.10.002>
- He, C., Lu, J., & Qian, H. (2019). Entrepreneurship in China. *Small Bus. Econ.*, 52, 563–572. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-017-9972-5>

- Hsu, D., Burmeister, K., Simmons, S., Foo, M., Hong, M., & Pipes, J. (2019). I know I can, but I don't fit: Perceived it, self-efficacy, and entrepreneurial intention. *J. Bus. Ventur.*, *34*, 311–326. [10.1016/j.jbusvent.2018.08.004](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.08.004)
- Hu, R. & Ye, Y. (2017). Do entrepreneurial alertness and self-efficacy predict Chinese sports major students' entrepreneurial intention? *Soc. Behav. Personal.*, *45*, 1187–1196. [10.2224/sbp.6356](https://doi.org/10.2224/sbp.6356)
- Jiang, H., Xiong, W., & Cao, Y. (2017). Research on the mechanism of entrepreneurial education quality, entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention in social sciences, engineering and science education. *Eurasia J. Math. Sci. Technol. Educ.*, *13*, 3709–3721. <https://doi.org/10.12973/eurasia.2017.00754a>
- Khedhaouria, A., Gurau, C., & Torres, O. (2015). Creativity, self-efficacy, and small-firm performance: The mediating role of entrepreneurial orientation. *Small Bus. Econ.*, *44*, 485–504. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-014-9608-y>
- Kong, F., Gong, X., Sajjad, S., Yang, K., & Zhao, J. (2019). How is emotional intelligence linked to life satisfaction? The mediating role of social support, positive affect and negative affect. *J. Happiness Stud.*, *20*, 2733–2745. [10.1007/s10902-018-00069-4](https://doi.org/10.1007/s10902-018-00069-4)
- Law, K., Wong, C., & Song, L. (2004). The construct and criterion validity of emotional intelligence and its potential utility for management studies. *J. Appl. Psychol.*, *89*, 483–496. [10.1037/0021-9010.89.3.483](https://doi.org/10.1037/0021-9010.89.3.483)
- Lent, R. & Brown, S. (1994). Hackett, G. Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *J. Vocat. Behav.*, *45*, 79–122. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1994.1027>
- Luthans, F. & Ibrayeva, E. (2006). Entrepreneurial self-efficacy in Central Asian transition economies: Quantitative and qualitative analyses. *J. Int. Bus. Stud.*, *37*, 92–110. <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1160&context=managementfacpub>
- Mayer, J., Caruso, D., & Salovey, P. (2016). The ability model of emotional intelligence: Principles and updates. *Emot. Rev.*, *8*, 290–300. <https://doi.org/10.1177/1754073916639667>

- Miao, Ch., Humphrey, R., Qian, S., & Pollack, J. (2018). Emotional intelligence and entrepreneurial intentions: an exploratory meta-analysis. *Career Development International, Emerald Publishing Limited*. [10.1108/CDI-01-2018-0019](https://doi.org/10.1108/CDI-01-2018-0019)
- McLaughlin, E. (2019). The role of emotional intelligence and self-efficacy in developing entrepreneurial career intentions. *J. High. Educ. Theory Pract.*, *19*, 71–88. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2010.54500673>
- Petrides, K., Mikolajczak, M., Mavroveli, S., Sanchez-Ruiz, M., Furnham, A., & Pérez, J. (2016). Developments in trait emotional intelligence research. *Emot. Rev.*, *8*, 335–341. <https://doi.org/10.1177/1754073916650493>
- Santos, S., & Liguori, E. (2020). Entrepreneurial self-efficacy and intentions outcome expectations as mediator and subjective norms as moderator. *Int. J. Entrep. Behav. Res.*, *26*, 400–415. <https://doi.org/10.1108/IJEER-07-2019-0436>
- Schmitt, A., Rosing, K., Zhang, S., Leatherbee, M. (2018). A dynamic model of entrepreneurial uncertainty and business opportunity identification: Exploration as a mediator and entrepreneurial self-efficacy as a moderator. *Entrep. Theory Pract.*, *42*, 835–859. <https://doi.org/10.1177/1042258717721482>
- Shi, R., Fu, L., & Yin, H. (2016). The multi-influence of perception of entrepreneurial efficacies for entrepreneurial intention—the comparison of mediating effects of different entrepreneurial motivations. *J. Tianjin Univ. (Soc. Sci.)*, *18*, 231–236. [10.3390/ijerph17124511](https://doi.org/10.3390/ijerph17124511)
- Sun, C., Zhang, M., Zhao, Z., & Yang, Q. (2015). The influence of innovation competence and innovation self-efficacy to initiatively entrepreneurial behavior of university student. *Sci. Manag. Res.*, *33*, 87–90.
- Tsai, K., Chang, H., & Peng, C. (2014). Extending the link between entrepreneurial self-efficacy and intention: A moderated mediation model. *Int. Entrep. Manag. J.*, *12*, 445–463. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-014-0351-2>
- Tiwari, P., Bhat, A., & Tikoria, J. (2017). The role of emotional intelligence and self-efficacy on social entrepreneurial attitudes and social entrepreneurial intentions. [10.1080/19420676.2017.1371628](https://doi.org/10.1080/19420676.2017.1371628)

- Urban, B. (2012). Tracking the venture creation phases in terms of entrepreneurial self-efficacy: Links to competitiveness of South African ventures. *S. Afr. J. Econ. Manag. Sci.*, *15*, 352–366. [10.4102/sajems.v15i4.251](https://doi.org/10.4102/sajems.v15i4.251)
- Wen, Y., Chen, H., Pang, L., & Gu, X. (2020). The Relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Self-Efficacy of Chinese Vocational College Students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 1-18. [10.3390/ijerph17124511](https://doi.org/10.3390/ijerph17124511).
- Zimmerman, B. (2000). Self-Efficacy: An essential motive to learn. *Contemp. Educ. Psychol.*, *25*, 82–91. <https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1016>

Anexos

Anexo N°1: Instrumento



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela de Administración de Empresas

Estimado estudiante, el presente cuestionario tiene por finalidad determinar la relación de la inteligencia emocional en la autoeficacia empresarial de los estudiantes de administración de una universidad privada de Chiclayo 2021. La información que se obtenga es confidencial y los resultados serán con fines estrictamente académicos, y de contribución con la investigación. Agradece su amable colaboración.

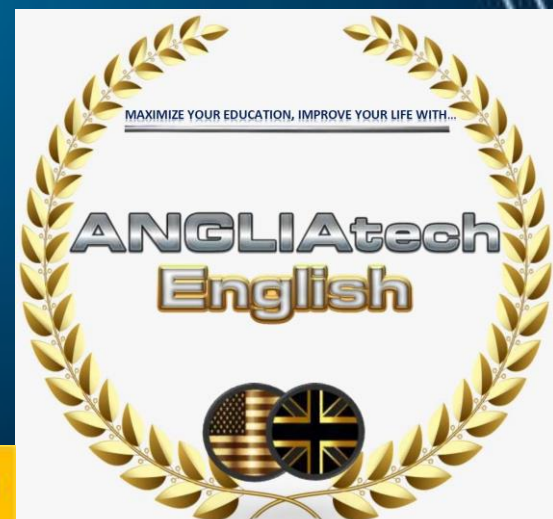
Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5	6	7

N°	Ítems	1	2	3	4	5	6	7
1	Puedo encontrar la información de mercado necesaria para productos y servicios para algún emprendimiento.							
2	Puedo crear productos que satisfagan las necesidades insatisfechas de los clientes.							
3	Puedo generar muchas ideas nuevas y lanzar productos a partir de ellas.							
4	Puedo encontrar nuevas formas de mejorar mis productos existentes.							
5	Puedo construir y desarrollar buenas relaciones con personas con recursos emprendedores como el capital.							
6	Puedo comunicarme eficazmente con los demás.							
7	Puedo formar una sociedad o alianza con otros.							
8	Puedo tratar con extraños rápidamente y encontrar formas efectivas de comunicarme.							
9	Puedo tener relaciones a largo plazo con muchas personas que estudian y trabajan.							
10	Después de establecer el equipo de gestión, puedo organizar eficazmente los roles y responsabilidades de los miembros del equipo.							

N°	Ítems	1	2	3	4	5	6	7
11	Puedo crear un ambiente de trabajo para que la gente esté dispuesta a trabajar para mí.							
12	Tengo las habilidades de liderazgo que necesito para ser emprendedor.							
13	Puedo administrar mis asuntos financieros de manera efectiva.							
14	Puedo controlar muy bien el costo.							
15	Puedo trabajar de forma más productiva bajo presión.							
16	Cuando las cosas van mal, creo que puedo seguir adelante.							
17	Puedo responder rápidamente a emergencias en el entorno empresarial.							
18	Puedo tomar una decisión eficaz en condiciones de incertidumbre.							
19	Puedo trabajar de manera eficiente bajo la influencia de la preocupación y la presión todo el tiempo.							
20	Tengo una buena idea de por qué tengo ciertos sentimientos la mayor parte del tiempo.							
21	Comprendo bien mis propias emociones.							
22	Realmente entiendo lo que siento.							
23	Siempre sé si soy feliz o no.							
24	Siempre conozco las emociones de mis amigos por su comportamiento.							
25	Soy un buen observador de las emociones de los demás.							
26	Soy sensible a los sentimientos y emociones de los demás.							
27	Comprendo bien las emociones de las personas que me rodean.							
28	Siempre me fijo metas y luego hago todo lo posible para lograrlas.							
29	Siempre me digo a mí mismo que soy una persona competente.							
30	Soy una persona que se motiva a sí misma.							
31	Siempre me animaría a hacer mi mejor esfuerzo.							
32	Puedo controlar mi temperamento para poder manejar las dificultades de manera racional.							
33	Soy bastante capaz de controlar mis propias emociones.							
34	Siempre puedo calmarme rápidamente cuando estoy muy enojado.							
35	Tengo buen control de mis propias emociones.							

Anexo N°2: Certificado de traducción del instrumento

TRADUCTORES CERTIFICADOS DEL IDIOMA INGLÉS Y ESPAÑOL



COLEGIO DE TRADUCTORES DEL PERÚ

Creado por Ley N° 26684

LIC. CAROLINA PATRICIA CUADROS MAHR
CTP N° 0735

Traductora Colegiada Certificada
Alemán – Español – Inglés

Jr. Antonio Cabo 861- Urb. El Trébol - Los Olivos, Lima

Teléfono: 996-327772

E-mail: caro.cmahr@gmail.com

TRADUCCIÓN CERTIFICADA TC N° 0058-2021

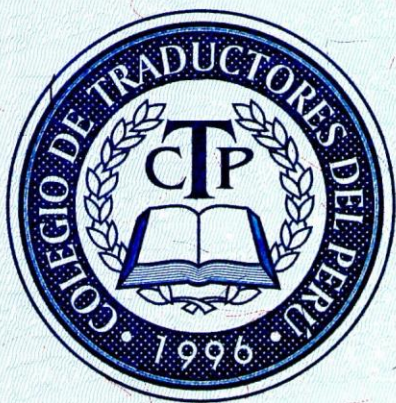
Traducción del Cuestionario del Modelo Base de Investigación que lleva por título: **The Relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Self** (Relación entre la inteligencia emocional y la autoeficacia empresarial)

Nombre: Diana Marcela Oblitas Rodriguez

Universidad: Universidad Santo Toribio de Mogrovejo

Ciclo: noveno

DNI: 70043157




Carolina Patricia Cuadros Mahr
CTP N° 0735

N° 0491521

Valor 3.50 Soles



LIC. CAROLINA PATRICIA CUADROS MAHR
CTP N° 0735
Traductora Colegiada Certificada
Alemán – Español – Inglés

Traducción Certificada No. 0058-2021
Página 1 de 2

Relación entre la inteligencia emocional y la autoeficacia empresarial de los estudiantes universitarios profesionales chinos

Cuadro A1. Escala de autoeficacia empresarial

Número de serie	Tema
1.	Puedo encontrar la información de mercado necesaria para productos y servicios para algún emprendimiento.
2.	Puedo crear productos que satisfagan las necesidades insatisfechas de los clientes.
3.	Puedo generar muchas ideas nuevas y lanzar productos a partir de ellas.
4.	Puedo encontrar nuevas formas de mejorar mis productos existentes.
5.	Puedo construir y desarrollar buenas relaciones con personas con recursos emprendedores como el capital.
6.	Puedo comunicarme eficazmente con los demás.
7.	Puedo formar una sociedad o alianza con otros.
8.	Puedo tratar con extraños rápidamente y encontrar formas efectivas de comunicarme.
9.	Puedo tener relaciones a largo plazo con muchas personas que estudian y trabajan.
10.	Después de establecer el equipo de gestión, puedo organizar eficazmente los roles y responsabilidades de los miembros del equipo.
11.	Puedo crear un ambiente de trabajo para que la gente esté dispuesta a trabajar para mí.
12.	Tengo las habilidades de liderazgo que necesito para ser emprendedor.
13.	Puedo administrar mis asuntos financieros de manera efectiva.
14.	Puedo controlar muy bien el costo.
15.	Puedo trabajar de manera más productiva bajo presión.
16.	Cuando las cosas van mal, creo que puedo seguir adelante.
17.	Puedo responder rápidamente a emergencias en el entorno empresarial.
18.	Puedo tomar una decisión eficaz en condiciones de incertidumbre.
19.	Puedo trabajar de manera eficiente bajo la influencia de la preocupación y la presión todo el tiempo.

Carolina Patricia Cuadros Mahr
CTP N° 0735

Cuadro A2. Escala de inteligencia emocional

Número de serie Tema

1. Tengo una buena idea de por qué tengo ciertos sentimientos la mayor parte del tiempo.
2. Comprendo bien mis propias emociones.
3. Realmente entiendo lo que siento.
4. Siempre soy consciente de si soy feliz o no.
5. Siempre conozco las emociones de mis amigos por su comportamiento.
6. Soy un buen observador de las emociones de los demás.
7. Soy sensible a los sentimientos y emociones de los demás.
8. Comprendo bien las emociones de las personas que me rodean.
9. Siempre me fijo metas y luego hago todo lo posible para lograrlas.
10. Siempre me digo a mí mismo que soy una persona competente.
11. Soy una persona que se motiva a sí misma.
12. Siempre me animaría a hacer mi mejor esfuerzo.
13. Puedo controlar mi temperamento para poder manejar las dificultades de manera racional.
14. Soy bastante capaz de controlar mis propias emociones.
15. Siempre puedo calmarme rápidamente cuando estoy muy enojado.
16. Tengo buen control de mis propias emociones.

La Traductora Colegiada Certificada, miembro del Colegio de Traductores del Perú (CTP) que suscribe, declara que la presente Traducción Certificada, que consta de 2 página(s), es una versión fiel y correcta al castellano del documento adjunto en idioma inglés que se ha tenido a la vista.

Se certifica la fidelidad de la traducción mas no se asume responsabilidad por la autenticidad o el contenido del documento en lengua origen.

Firmado en Lima, a los 26 días del mes de setiembre de 2021




Carolina Patricia Cuadros Mahr
CTP N° 0735