

Alejandra Apiquián Guitart
Doctorado en Investigación Interdisciplinaria,
Centro de Investigaciones Interdisciplinarias
aapiquian@anahuac.mx

INTRODUCCIÓN

Actualmente existe un interés especial por analizar el fenómeno del emprendimiento y la vinculación socioeconómica del emprendedor como agente de innovación y cambio. Esto se debe principalmente al hecho de que la labor formativa de las instituciones de educación superior ha centrado su interés en incrementar los índices de empleabilidad para los jóvenes estudiantes[2].

La formación emprendedora ha podido comprobar la relevancia que tiene la inteligencia emocional (IE), ya que para ser emprendedor se requiere de mucho más que conocimientos financieros, facilidad para identificar las oportunidades, organizar los recursos disponibles o simplemente ser audaz o arriesgado, ya que si no se saben gestionar las emociones y canalizar adecuadamente los sentimientos, existen más probabilidades de que toda la actividad emprendedora se vea entorpecida y limitada[1]. Con el objetivo de analizar las competencias emocionales y la autoeficacia percibida por estudiantes universitarios hacia el emprendimiento, se llevó a cabo el diseño y aplicación de un instrumento de medición con 20 reactivos de elección forzada para medir competencias emocionales, y 15 reactivos de escala Likert para evaluar la autoeficacia percibida hacia el emprendimiento.

MATERIAL Y MÉTODO

Para diseñar el instrumento se revisaron diversas investigaciones realizadas sobre las competencias emocionales para el emprendimiento en jóvenes universitarios en las que predominan tres enfoques principales. Para obtener la información sobre la consistencia interna y el análisis factorial de las escalas, se aplicó el cuestionario diseñado a 142 estudiantes universitarios que cursan la materia de emprendimiento e innovación.

RESULTADOS

Se analizaron los 20 reactivos que miden Autoconciencia, Autogestión, Conciencia Social y Habilidades Sociales, obteniendo un Alfa de Cronbach de 0.723. La escala de Autoeficacia percibida para la emprendimiento obtuvo un Alfa de Cronbach de 0.875. El análisis factorial demostró que los reactivos se agruparon adecuadamente de acuerdo a lo planteado en el diseño.

Al analizar los resultados se observó que las puntuaciones bajas se dieron en la autoeficacia emprendedora ($=2.0089$, $s=0.4559$) y la autogestión ($=2.9366$, $s=0.4941$). Las puntuaciones altas corresponden a Conciencia Social ($=3.2840$, $s=0.42563$) y Habilidades Sociales ($=3.3211$, $s=0.45442$).

REFERENCIAS

1. Montes MA. Competencias emocionales en el análisis de la intención emprendedora del alumnado universitario: implicaciones para la educación en Emprendimiento [tesis doctoral]. Universidad de Granada; 2018.
2. Yurrebaso MA. La personalidad y los valores sociales: influencia en el emprendizaje [tesis doctoral]. Universidad de Salamanca; 2012.

DISCUSIÓN

Se puede establecer que el instrumento para evaluar la autoeficacia percibida y las competencias emocionales para la formación emprendedora resulta ser válido y confiable. Es importante que la formación emprendedora de los jóvenes universitarios impulse la inteligencia intrapersonal, pues esta representa un componente necesario para desarrollar la capacidad de emprendimiento e innovación.

