

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

MAESTRIA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

COHORTE 2019

Tema: “La relación de la motivación como factor emocional con la intención emprendedora en estudiantes de posgrado”

Trabajo de titulación previo a la obtención del grado académico de Magister en Gestión del Talento Humano

Autora: Ingeniera Yadira Mishell Salguero Villavicencio

Director: Ingeniero José Bernardo Herrera Herrera, MBA.

Ambato – Ecuador

2022

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas

El Tribunal receptor del Trabajo de Titulación, presidido por el Ingeniero Santiago Xavier Peñaherrera Zambrano, MBA., e integrado por los señores: Ingeniero Carlos Javier Beltrán Ávalos, Magíster., e Ingeniero Washington Marcelo Gallardo Medina, Magíster, designados por la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Informe de Investigación con el tema: “La relación de la motivación como factor emocional con la intención emprendedora en estudiantes de posgrado”, elaborado y presentado por la Ingeniera Yadira Mishell Salguero Villavicencio, para optar por el Grado Académico de Magíster en Gestión del Talento Humano una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación, el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

Ing. Santiago Xavier Peñaherrera Zambrano, MBA.
Presidente y Miembro del Tribunal

Ing. Carlos Javier Beltrán Ávalos, Mg.
Miembro del Tribunal

Ing. Washington Marcelo Gallardo Medina, Mg.
Miembro del Tribunal

AUTORÍA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el Trabajo de Titulación, presentado con el tema: “La relación de la motivación como factor emocional con la intención emprendedora en estudiantes de posgrado”, le corresponde exclusivamente a la Ingeniera Yadira Mishell Salguero Villavicencio, Autora bajo la dirección del Ingeniero José Bernardo Herrera Herrera, MBA., Director del Trabajo de Titulación, y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.

Ingeniera Yadira Mishell Salguero Villavicencio
c.c.: 0503593451
AUTORA

Ingeniero José Bernardo Herrera Herrera, MBA.
c.c.: 1102481148
DIRECTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Titulación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.

Ingeniera Yadira Mishell Salguero Villavicencio
c.c.: 0503593451

INDICE GENERAL

A la Unidad Académica de Titulación Facultad de Ciencias Administrativas	ii
AUTORÍA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN.....	iii
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
RESÚMEN EJECUTIVO	xii
EXECUTIVE SUMMARY.....	xiv
1. INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	4
1.1 Justificación de la investigación.....	4
1.2 Objetivos de la investigación.....	7
1.2.1 Objetivo general	7
1.2.2 Objetivos específicos	7
CAPÍTULO II	8
ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	8
2.1 Teorías integradas al emprendimiento desde el área de la psicología social	10
2.1.1 Teoría de la acción razonada	10
2.1.2 Teoría del intento	11
2.1.3 Teoría del comportamiento planificado	12
2.2 Normas subjetivas	14
2.3 Actitud empresarial	16
2.4 Autoeficacia.....	17
2.5 La motivación como competencia emocional	18
2.6 La motivación y la intención emprendedora	19
CAPÍTULO III.....	21
METODOLOGÍA	21
3.1 Ubicación.....	21
3.2 Equipos y materiales	21

3.3 Tipo de investigación	22
3.4 Prueba de hipótesis – pregunta científica- idea a defender	22
3.4.1 Hipótesis	23
3.5 Población y muestra	24
3.5.1 Población	24
3.5.2 Muestra	25
3.6 Recolección de información	26
3.7 Procesamiento de información y análisis estadístico	28
3.8 Variables respuesta o resultados alcanzados	28
CAPÍTULO IV	29
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	29
4.1 Análisis descriptivo	29
4.1.1 Género	29
4.2 Análisis exploratorio de datos	29
4.2.1 Normalidad	30
4.2.2 Linealidad	31
4.3 Análisis Factorial Confirmatorio	31
4.3.1 Análisis de confiabilidad	31
4.3.2 Validez convergente	32
4.3.3 Validez discriminante	33
4.4 Modelo estructural	35
4.5 Bondad de ajuste del modelo	37
4.6 Comprobación de hipótesis	41
4.7 Implicancias	42
4.8 Futuras investigaciones	43
CAPITULO V	44
CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES, BIBLIOGRAFIA Y ANEXOS	44
5.1 Conclusiones	44
5.2 Recomendaciones	46
5.3 BIBLIOGRAFÍA	47
5.4 ANEXOS	55

ANEXO A: PERFILES DE LOS EXPERTOS SELECCIONADOS PARA LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO	55
ANEXO B: VARIABLES E ÍTEMS DEL INSTRUMENTO AUTORIZADO	56
ANEXO C: AUTORIZACIÓN PARA EL USO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN	57
ANEXO D: VALIDACIÓN DE EXPERTOS.....	58
ANEXO D: AUTORIZACIÓN PARA TOMA DE DATOS	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Número de universidades con programas de maestría con formación académica empresarial de la zona de planificación 3 de Ecuador.....	25
Tabla 2. Índice de confiabilidad por medio del α de Cronbach	27
Tabla 3. Género de los encuestados	29
Tabla 4. Valoración de la normalidad de datos.....	30
Tabla 5. Correlaciones entre variables exógenas y endógenas agregadas	31
Tabla 6. Confiabilidad de las escalas de cada constructo	32
Tabla 7. Validez convergente de los constructos e ítems	33
Tabla 8. Validez discriminante	34
Tabla 9. Índices de bondad de ajuste del modelo estructural.....	37
Tabla 10. Cargas sin estandarizar del modelo estructural.....	39
Tabla 11. Cargas estandarizadas del modelo estructural	40
Tabla 12. R cuadrado múltiples del modelo estructural.....	40
Tabla 13. Hallazgos del modelo estructural	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo teórico de la investigación.....	20
Figura 2. Modelo de medición para verificar la validez discriminante de cada constructo.	35
Figura 3. Diagrama de ruta del modelo estructural propuesto.	36
Figura 4. Modelo estructural propuesto para determinar la influencia de la motivación en la intención emprendedora respaldado por la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991).....	38

DEDICATORIA

El presente trabajo está elaborado con mucha inspiración en base a la falta de emprendimiento en el Ecuador, dedico como prioridad en mi vida a Dios por darme la fortaleza y acompañarme durante todo el camino, ayudarme a alcanzar un escalón más en mi vida profesional. A mis padres Valentina y José Luis por haberme dado la vida y apoyarme a pesar de todo, siendo el soporte en cada etapa, fomentando en mi la perseverancia.

A mis amigos, por estar siempre pendientes de mi crecimiento profesional y personal, por llenarme de ánimo y energía para alcanzar mis metas. A la persona que motivo este logro y le llevare eternamente en mi corazón, impulsándome así a culminar satisfactoriamente esta etapa en mi camino.

Yadira Salguero

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme en mi meta propuesta y darme la fortaleza suficiente para llegar a cumplir lo que un día fue un sueño. Quiero dar un especial agradecimiento al Ing. José Herrera que ha además de ser mi profesor ha sido un gran amigo que ha sabido guiarme mediante sus enseñanzas y consejos.

A grandes amigos que desde pregrado han compartido sus conocimientos enriqueciéndome profesionalmente, en especial al Dr. Santiago Verdesoto quien con sus consejos, experiencia, paciencia y apoyo contribuyo al desarrollo de mi investigación para cumplir esta meta. A la Universidad Técnica de Ambato y todos los que conforman posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas porque ayudaron a construir mis conocimientos con docentes de alta calidad humana y profesional.

Yadira Salguero

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRIA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
COHORTE 2019

TEMA:

LA RELACIÓN DE LA MOTIVACIÓN COMO FACTOR EMOCIONAL CON LA
INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE POSGRADO

AUTORA: *Ingeniera Yadira Mishell Salguero Villavicencio*

DIRECTOR: *Ingeniero José Bernardo Herrera Herrera, MBA.*

FECHA: *21 de octubre del 2021*

RESÚMEN EJECUTIVO

La generación del emprendimiento se considera esencial para el desarrollo de un país, ya que, a través de la creación de empresas, se facilita la supervivencia humana generando fuentes de empleo. Este estudio analiza el poder explicativo de la motivación como competencia emocional y su relación con la intención emprendedora de los estudiantes de programas de posgrado de la Zona de Planificación 3 de Ecuador, respaldados por un modelo de la teoría del comportamiento planificado de Ajzen. Los resultados se derivan de un cuestionario dirigido a estudiantes de posgrado de la Zona de Planificación 3 de las carreras con formación académica empresarial los cuales fueron aplicados en base a la plataforma Google Drive y sometidos a un análisis de ecuaciones estructurales (MES). Los hallazgos muestran que la motivación como competencia emocional es un factor significativo en la configuración de las intenciones emprendedoras y su relación directa y positiva con los antecedentes cognitivos de la actitud empresarial y a la autoeficacia. De esta manera se identifica cómo en el ámbito formativo, ciertos factores influyen de diferentes maneras, además de las distintas percepciones sobre la factibilidad de emprender que tienen los estudiantes acerca de la tendencia de generar o no un negocio propio.

Se sugiere que los estudiantes con mayor grado de motivación enfrentan de mejor manera el sesgo cognitivo que puede dificultar el reconocimiento de oportunidades empresariales. La principal contribución de este estudio es dar mayor generalidad a los resultados que se han obtenido en el uso de la motivación para fomentar la intencionalidad de emprendimiento en contextos de economías emergentes.

El mundo ha experimentado drásticos cambios entre ellos la inestabilidad económica, por lo que la juventud en entornos universitarios se encuentra en el desarrollo cognitivo y profesional de generar emprendimientos, de este modo sobresalir a la crisis mundial. Por ello se podría expandir una investigación con otros factores emocionales individuales de las competencias cognitivas para relacionar a las intenciones emprendedoras. Aumentando el número de éxitos empresariales que se mantengan a través del tiempo.

DESCRIPTORES: *AUTOEFICACIA, ACTITUD EMPRESARIAL, COMPORTAMIENTO EMOCIONAL, COMPETENCIAS COGNITIVAS, ESTUDIANTES DE POSGRADO, EMPRENDIMIENTO, INTENCIONES EMPRENDEDORAS, LIBERTAD LABORAL, MOTIVACIÓN, NORMAS SUBJETIVAS, TEORIA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO.*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRIA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
COHORTE 2019

THEME:

THE RELATIONSHIP OF MOTIVATION AS AN EMOTIONAL FACTOR WITH
ENTREPRENEURIAL INTENTION IN POSTGRADUATE STUDENTS

AUTHOR: *Ingeniera Yadira Mishell Salguero Villavicencio*

DIRECTED BY: *Ingeniero José Bernardo Herrera Herrera, MBA.*

DATE: *21 de octubre del 2021*

EXECUTIVE SUMMARY

The generation of entrepreneurship is considered essential for the development of a country, since, through the creation of companies, human survival is facilitated by generating sources of employment. This study analyzes the explanatory power of motivation as an emotional competence and its relationship with the entrepreneurial intention of students in graduate programs in Planning Zone 3 of Ecuador, supported by a model of Ajzen's theory of planned behavior. The results are derived from a questionnaire directed to graduate students of the Planning Zone 3 of the careers with entrepreneurial academic background which were applied based on the Google Drive platform and subjected to a structural equation analysis (MES). The findings show that motivation as an emotional competence is a significant factor in the configuration of entrepreneurial intentions and its direct and positive relationship with the cognitive antecedents of entrepreneurial attitude and self-efficacy. In this way, it is identified how in the formative environment, certain factors influence in different ways, in addition to the different perceptions about the feasibility of entrepreneurship that students have about the tendency to generate or not their own business.

It is suggested that students with a higher degree of motivation cope better with the cognitive bias that may hinder the recognition of entrepreneurial opportunities. The main contribution of this study is to give greater generality to the results that have been obtained in the use of motivation to foster entrepreneurial intentionality in emerging economy contexts.

The world has experienced drastic changes among them the economic instability, so the youth in university environments are in the cognitive and professional development of generating entrepreneurship, thus excelling to the global crisis. Therefore, research could be expanded with other individual emotional factors of cognitive competencies to relate to entrepreneurial intentions. Increasing the number of entrepreneurial successes that are maintained over time.

KEYWORDS: *BUSINESS ATTITUDE, COGNITIVE COMPETENCES, EMOTIONAL BEHAVIOR, ENTREPRENEURSHIP, ENTREPRENEURSHIP INTENTIONS, MOTIVATION, POSTGRADUATE STUDENTS, SELF-EFFICACY, LABOR FREEDOM, SUBJECTIVE RULES, THEORY OF PLANNED BEHAVIOR.*

INTRODUCCIÓN

Durante años, el emprendimiento ha sido de gran impacto para la economía (Gieure et al., 2020), hace referencia a la actitud de las personas, generando así nuevos proyectos, que contribuyen al desarrollo social (Kautonen, Luoto, y Tornikoski, 2010). El emprendimiento es la transformación de un problema en oportunidad, que puede producirse en el entorno cambiante del día a día (Gupta, 2017), considerando al emprendedor como un explorador de proyectos innovadores, con temperamento de tomar riesgos y movilizar recursos, instaurando equilibrio económico (Gieure et al., 2020). A nivel mundial la intención emprendedora y el emprendimiento son considerados la efectividad productiva de un país (Montes, 2018), especialmente la intención de emprendimiento está enfocado a la innovación, creatividad e iniciativa (Idrovo, 2018).

Investigadores y expertos afirman que, saber controlar las emociones de los seres humanos, se traduce al desarrollo de competencias clave en la intención de emprender (Puertas et al., 2020). Una de las definiciones más reconocidas de las competencias emocionales es la de Goleman et al (1999) para quien las emociones son “la capacidad de distinguir nuestros propios sentimientos, motivaciones y dirigir apropiadamente las relaciones y reacciones ante los demás”. Los individuos con mayor motivación tienen mayor seguridad al desarrollar su creatividad, ser dinámicos para innovar y salir de circunstancias adversas (Cardon, Foo, Shepherd, y Wiklund, 2012), así también como adaptarse a cambios, abordando dificultades y problemáticas a lo largo de su vida (Boyatzis y Boyatzis, 2008).

Importantes investigaciones han encontrado que el factor influyente de la intención de emprendimiento es el comportamiento (Gieure et al., 2020). Según la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) propuesto por Ajzen (1991), la intención depende de tres factores, normas subjetivas, actitud empresarial y autoeficacia. Esta teoría ya ha sido comprobada en múltiples investigaciones, como un predictor de las intenciones de

emprender en los individuos (Collins, Witkiewitz, y Larimer, 2011). A través de la evolución del comercio la intención de emprendimiento requiere de más factores para emprender, estudios han presentado una gama de propuestas de desarrollo en los que incluyen combinaciones de posibles factores que inciden en el emprendimiento tales como, la personalidad, motivación, emoción, inteligencia entre otros (Puertas et al., 2020).

En el contexto del emprendimiento, la construcción de negocios innovadores, es el respaldo de un país para el desarrollo económico, a nivel local, regional, nacional y mundial (Gieure et al., 2020) por lo tanto, es urgente empezar a constituir emprendedores de éxito basados en la motivación para crear nuevos negocios, para ello se deberá determinar la relación de los factores emocionales como la motivación en los factores cognitivos (Criado Huaylla, 2019). Por ello, la presente investigación analiza la posible influencia de la motivación como un factor que integra la cognición de una persona, es decir determinar el elemento con mayor índice de impacto para poner en marcha la creación de emprendimientos. Basada en investigaciones que manifiestan a las competencias emocionales entre ellas la motivación como un factor de ayuda en el desarrollo de habilidades intrapersonales e interpersonales, ya que facilita la capacidad de expresar sentimientos (Montes, 2018).

El principal aporte de esta investigación es identificar la influencia de la motivación como competencia emocional en la generación del espíritu empresarial por medio de la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991) en estudiantes de posgrado y así formar emprendedores de éxito, con el fin de aumentar el índice de emprendimiento en Ecuador. En los últimos años la evidencia empírica de la motivación dentro de los factores que influyen el emprendimiento a nivel de Latinoamérica sigue teniendo un vacío en la literatura académica, ya que no se ha estudiado las conductas de comportamiento y emociones (Fernández, Extremera, y Ramos, 2003). Sin embargo, es posible que la motivación bajo el nivel conciencia del individuo, determine factores influyentes en la intención de emprendimiento a partir de la conducta observable diferenciando los rasgos significativos del emprendimiento (Puertas et al., 2020).

El presente estudio tiene como limitaciones las siguientes: (a) como la temática es actual existe poca literatura que determine la influencia de la motivación como factor emocional en la intención emprendedora, (b) el estudio incluye intenciones las cuales pueden cambiar con el tiempo, (c) puede permanecer cierto grado de sesgo de deseabilidad social en los participantes a pesar del anonimato asegurado en el instrumento, y (d) es un estudio transversal lo cual no permite conocer el proceso de la intención a la acción emprendedora de los participantes.

CAPÍTULO I

1.1 Justificación de la investigación

En la actualidad el mundo se reforma, generando índices de desempleo y exclusión con disturbios de emociones en la sociedad. En base a esta realidad surge la importancia del estudio de la motivación como competencia emocional y su influencia en la intención emprendedora (Montes, 2018), con el fin de generar Autoempleo, es decir generar nuevas empresas innovadoras y por ende adquirir su propio trabajo. En consecuencia, hoy en día es fundamental desarrollar destrezas y habilidades para afrontar retos y cambios en un mundo competitivo. Por tanto, el concepto de emprendimiento, constituye un aspecto primordial para el desarrollo económico en un país (Puertas et al., 2020).

Existen múltiples factores que pueden estar afectando la intención de emprender en las personas, pero pueden variar en estudiantes de posgrado debido a su experiencia y al tener competencias emocionales con formación superior administrativa. Por ello, es importante identificar los estimulantes para tener intención emprendedora, en estudiantes con formación de cuarto nivel, que puede ser distinto a las personas de diferente nivel de estudio, contribuyendo a la necesidad de profundizar el vínculo de las competencias emocionales y su relación con el emprendimiento. Tomando como esquema principal a la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991), analizando los factores de actitud empresarial, normas subjetiva y autoeficacia. Es de gran relevancia relacionar factores cognitivos con factores emocionales como es la motivación, con el fin de comprender la significancia en la intención de emprender en estudiantes de posgrado (Padilla et al.,2014).

Considerando que dentro de la literatura académica no se ha investigado a la motivación como factor emocional junto a los factores cognitivos de Ajzen (1991), sobre el potencial de intención de emprendimiento que se puede generar (Puertas-Molero et al., 2020), debido a que no se cuenta con suficientes estudios a nivel de Latinoamérica, generando una limitación en la variabilidad de resultados. Por lo cual, expertos recomiendan utilizar la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991) en distintos entornos y agregar las variables necesarias para mejorar el índice de emprendedores (Gieure et al., 2020). Generando así nuevos conocimientos científicos que aporten a la literatura académica sobre los factores que influirán en la intención de emprender en el Ecuador (Montes, 2018).

La intención emprendedora es un proceso de descubrimiento por lo que es el principal punto de interés tanto de académicos y formuladores de políticas (Mukhtar et al., 2021). En la actualidad debido a la crisis mundial estudios recientes de Mukhtar et al (2021) y Von Grafenstein y Gao (2021) afirman un efecto negativo en el emprendimiento, debido a la falta de motivación social, familiar y en ámbito educativo. Por tanto, esta investigación analizó a profundidad las detonantes principales que motivan la intención de emprendimiento en los estudiantes de posgrado con la finalidad de aportar factores efectivos para un desarrollo positivo en la creación de una empresa mejorando la orientación empresarial en el Ecuador (Vaquero et al., 2020).

Se analizó una visión psicosocial del emprendedor, ya que en Latinoamérica no se tiene la cultura de tener libertad laboral (Jiang, Fu, Liang, y Han, 2020). Es por ello la importancia de entender mejor el perfil motivacional del talento humano según Neneh (2020) mediante la investigación se identifica la relación con la intención de emprender. Por otro lado, dentro del enfoque cognitivo investigaciones de Jiang et al (2020), Puertas-Molero et al (2020) y von Grafenstein y Gao (2021) afirman que todo lo que expresamos o hacemos es influenciado por procesos mentales, generando intencionalidad en acciones realizadas. Dada la importancia del desarrollo del espíritu emprendedor los resultados

tienen una perspectiva de comportamiento emocional que serán potencializadores en el índice de generación de empresas.

La presente investigación es factible ya que aportará información relevante, frente a la limitada literatura académica, sobre el efecto de la motivación como factor emocional en la intención de emprendimiento con las variables psicológicas y conductuales de los emprendedores (Vaca, 2018). Debido a que no se cuenta con emprendedores de éxito y es de vital importancia afianzar el conocimiento sobre los factores que influyen en la intención de emprender en el entorno ecuatoriano (Padilla et al., 2014). Tomando en cuenta que, al estar en vías de desarrollo, donde se observa decrecimiento en la intención de emprender requiere fortalecer sus capacidades de emprendimiento, la investigación genera estrategias aplicables para potencializar el espíritu emprendedor (Stenholm y Nielsen, 2019).

Los resultados encontrados ratificaron que la motivación como competencia emocional es un factor significativo en la configuración de las intenciones emprendedoras en los estudiantes de posgrado de la Zona de planificación 3 con carreras con formación académica empresarial de Ecuador. Por consiguiente, gobiernos, autoridades universitarias y docentes deberían considerar a la motivación como factor principal en el desarrollo de programas de estudio en las instituciones de educación superior lo que llevará a cumplir de mejor manera los objetivos en el área de emprendimiento.

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Determinar la influencia de la motivación como factor emocional en la intención emprendedora por medio de la Teoría del Comportamiento Planificado en estudiantes de posgrado.

1.2.2 Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente los aspectos emocionales y cognitivos en la intención emprendedora basados en la teoría del comportamiento planificado de Ajzen.
- Analizar la influencia de la motivación como factor emocional, en la intención emprendedora en estudiantes de posgrado.
- Determinar la influencia de los factores cognitivos en la intención emprendedora en estudiantes de posgrado.

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

El mundo enfrenta muchos cambios socioeconómicos y tecnológicos por lo que se genera un debate político sobre cómo generar crecimiento, encontrando al emprendimiento, como campo de investigación, ya que tiene el potencial de establecer un puente entre la innovación tecnológica y el crecimiento económico (Stenholm y Nielsen, 2019). En el nuevo milenio las ideas, talentos, habilidades y conocimientos son características claves de la innovación (Scott y Venkataraman, 2010), con el fin de promover el espíritu emprendedor siendo una herramienta de competitividad por parte de las personas de todo el mundo (Dollinger, 2008), pero especialmente el emprendimiento hace referencia al desarrollo del comercio, que permite comenzar nuevos retos y proyectos que favorezcan el crecimiento económico mediante la actitud de las personas (Iakovleva y Kolvereid, 2009).

El crecimiento y desarrollo se origina en los emprendedores de éxito que son personas que transforman ideas en iniciativas rentables (Núñez Ladeveze y Núñez Canal, 2016), principalmente en el ámbito empresarial, es un fenómeno de gran interés para aumentar la eficiencia productiva (Juliá Igual, 2014). La evolución del emprendimiento fue durante el siglo XX, se puede observar la presencia del emprender a lo largo de la historia de la humanidad, siendo la capacidad que tienen los seres humanos para crecer y auto sustentarse de una manera, en base a ideas renovadoras (Idrovo, 2018), en el siglo XXI se retoman emprendimientos desde sus orígenes, con la diferencia de que hoy en día el emprendimiento se centra en la era tecnológica (Vaquero et al., 2020).

Destacando la importancia del emprendedor en el desarrollo económico, se puede observar a la primera potencia mundial que es EEUU, con el mayor número de competitividad en base a emprendimientos de éxito (Krueger, Reilly, y Carsrud, 2000), donde su economía alcanza un equilibrio permitiendo a los individuos ganar oportunidades en base a la estabilidad (Goldstein y Drucker, 2006). A diferencia de América Latina que el porcentaje de emprendedores en la población es mayor que en otros países, pero se deduce en su mayoría al emprendimiento informal, sin bases de estudio y empresas pequeñas que no llegan a mantenerse durante el tiempo (Collins et al., 2011; Goldstein y Drucker, 2006; Zamora, 2018).

Sin embargo, estudios revelan que el emprendedor toma decisiones basándose en criterios de necesidad y oportunidad (Pradhan y Nath, 2012); por lo tanto, el comportamiento para desarrollar un emprendimiento podría estar determinado por las diferentes psicologías que generan un efecto significativo en la actividad emprendedora (Vaca, 2018). Según Peter Drucker (2000) el empezar un cambio no significa que una persona sea emprendedora ya que un emprendedor no necesariamente es aquel que genera el negocio en base a algo ya existente sino el que explora las oportunidades (Padilla et al., 2014). Drucker (2000) afirma también que el emprendimiento está ligado a la conducta motivacional y no a factores económicos, ya que está relacionado con actividades humanas (F Liñán, 2004).

Expertos afirman que las intenciones emprendedoras es uno de los precursores más viables del comportamiento emprendedor que da oportunidad a la creación de nuevas empresas (Entrialgo y Iglesias, 2016; Fernández-Pérez et al., 2019; Padilla-Meléndez et al., 2014). Las características cognitivas son elementos validos a considerar en el estudio de la intención emprendedora pero, no en todos los entornos son elementos suficientes, porque el emprender incluye un componente emocional (Pradhan y Nath, 2012). Existen varios elementos que pueden estar afectando la intención de emprender en estudiantes universitarios, sin embargo, pueden variar en estudiantes de posgrado al tener competencias emocionales con formación superior administrativa (Molero et al., 2020),

se considera de gran complejidad establecer diferencias entre aquellos individuos que deciden llevar a cabo acciones encaminadas a innovar y crear empresas, para ello es necesario adoptar conceptos teóricos en base a la investigación en cognición social (Padilla et al., 2014).

El concepto intención de emprender ha generado desconcierto y polémica, de ello se deriva las múltiples definiciones y modelos, así como diferentes instrumentos de medida (Goleman, 1999). Desde la perspectiva que el comportamiento de un emprendedor es individual, intencional y voluntario que se centran en cada individuo (Montes, 2018), como figura principal de investigación para comprender la intención de emprendimiento, existiendo dos principales modelos valiosos para comprender las determinantes del emprendimiento. (Iakovleva y Kolvereid, 2009) considera que para guiar la motivación humana y el comportamiento, se puede convertirse en autónomos los modelos de la Teoría del comportamiento planificado (TPB) de (Ajzen, 1991) y el Modelo de evento empresarial (SEE) de (Shapero y Sokol, 1982) siendo las bases teóricas que indican los factores que anteceden a la intención de emprender.

2.1 Teorías integradas al emprendimiento desde el área de la psicología social

2.1.1 Teoría de la acción razonada

La teoría de la acción razonada por Fishbein y Ajzen (1975) es la teoría que se refiere a la conducta humana y que nos proporciona un modelo de estudio para el vínculo entre creencias que aparecen organizadas en conductuales, cuando son propias de cada persona, y normativas cuando se exponen por parte de los grupos a los que las personas pertenecen. Actitudes, normas subjetivas, motivación para el cumplimiento de las normas y creencias, la intención hacia la ejecución de la conducta y el comportamiento, empezando desde que los individuos son racionales y que dicha racionalidad los lleva al uso de la información que disponen para efectuar acciones y conductas. Desde la teoría de acción razonada se confirma que es posible predecir las intenciones de conducta y las creencias con respecto a la influencia social y la predisposición del individuo hacia la influencia social. Las

acciones a través de la vida llevan a la formación de varias creencias diferentes con respecto de eventos, acciones y objetos.

Fishbein y Ajzen (1975) determinaron la creencia como la posibilidad subjetiva de una relación entre un objeto y el objeto de la creencia, atributo, concepto y manifiestan la formación de tres tipos de creencias: descriptivas, las cuales se obtienen de la observación directa que una persona hace de un objeto dado; inferenciales, que tienen origen en las creencias descriptivas hechas con anticipación las cuales se basan en las posibles relaciones entre las creencias; e informativas, las cuales se adquieren a través de la información que se obtiene de otras personas con relación a un objeto. Una persona puede tener muchas creencias acerca de un determinado objeto pero no todas serán aquellas que determinen de manera rápida su actitud sino que sólo algunas las que se denominan creencias sobresalientes (Ajzen y Fishbein, 1980).

2.1.2 Teoría del intento

Bajo la suposición de que existen eventualidades variables que perjudican o impiden el comportamiento (Bagozzi y Warsaw, 1990) sugirieron una mejora a los modelos de intención por medio de su teoría del intento. En el cual la acción es observada como un comportamiento dirigido por metas, una serie de ensayos para cumplir con un objetivo, también que las personas conforman situaciones reales hasta cierto punto. Bagozzi (1992) argumenta que las normas subjetivas y las actitudes empresariales son constructos limitados para pronosticar las intenciones emprendedoras y que, asimismo, las intenciones en sí no tienen el suficiente impulso para describir la acción por lo cual la teoría de la acción razonada y la teoría del comportamiento planificado fallan al predecir en forma adecuada el comportamiento real. En este aspecto, Krueger et al (2000) manifestaron que pueden haber diferentes caminos en dirección de las intenciones propias y que estas pueden tener dependencia del contenido y del contexto.

Conforme la teoría del intento hay que distinguir tres tipos de actitudes hacia un mismo elemento: la actitud hacia el proceso, la actitud hacia el fracaso y la actitud hacia el éxito. En esta teoría una actitud hacia el intento es substituida por una actitud hacia una acción razonada y una intención de intentar es limitada por una intención (Bagozzi y Warsaw, 1990). Esta teoría separa los objetivos en dos categorías objetivos finales y objetivos intermedios, dicha teoría trata de explicar el procedimiento que requiere del esfuerzo en ejecutar un comportamiento u obtener un objetivo que interioriza dificultad, es diferente de la teoría de la acción razonada y la teoría del comportamiento planificado en tres puntos: (a) integra una concepción multidimensional valorando de forma separada la actitud hacia el proceso, la actitud hacia el fracaso y la actitud hacia el éxito. De la misma forma integra dos tipos de juicios el juicio como expectativa de fracaso y el juicio como expectativa de éxito; (b) propone que la actitud hacia el fracaso y la actitud hacia el éxito predominarán en la intención de actuar en la medida que la expectativa de éxito sea alta y la expectativa de fracaso sea baja, y (c) plantea que el comportamiento pasado tiene una influencia directa sobre el comportamiento y sobre la intención de emprender (Bagozzi, 1992).

2.1.3 Teoría del comportamiento planificado

Ajzen (1991) examina la teoría de la acción razonada e incluye un nuevo componente en la intención el cual revela la percepción de la persona sobre la capacidad personal de influir en el producto final. Esta teoría que se conoce como la teoría del comportamiento planificado integra dos antecedentes de la teoría de la acción razonada la actitud empresarial y la norma subjetiva y hace los correctivos en cuanto a las limitaciones de la relación que existe entre la conducta que se lleva a cabo y el hecho de que los individuos tengan o no control en forma completa de su voluntad propia.

En las dos teorías la intención se admite como el precedente inmediato del comportamiento ya que al lograr un grado adecuado de control real sobre el comportamiento se espera que los individuos realicen sus intenciones cuando aparezca la oportunidad (Ajzen y Fishbein, 1980). No obstante, debido a que abundantes comportamientos enfrentan un obstáculo de ejecución que puede restringir el control voluntario, se incorpora una nueva consideración que recolecta la percepción de las oportunidades y barreras que afectan al comportamiento, incrementando la utilidad de la teoría en contextos donde el control del comportamiento percibido disminuye (Ajzen, 1991).

La supremacía de la teoría del comportamiento planificado sobre su antecesora ha sido demostrado en varios estudios que le atribuyen el cambio en el comportamiento y la intención gracias a la incorporación del constructo control del comportamiento percibido (Armitage y Conner, 2001). El control del comportamiento percibido puede ser explicado como la capacidad percibida de realizar algún comportamiento y hace alusión también a las oportunidades disponibles y recursos de un individuo, que en algún nivel debería dictaminar en el comportamiento la probabilidad de logro (Ajzen, 2001). Conforme la teoría del comportamiento planificado, el comportamiento está en función de las intenciones de los individuos y su control actual percibido. Esta teoría considera que los causantes de la intención y del comportamiento se configuran de manera deliberada, dicho de otra forma son concebidos por medio del esfuerzo y dirigen el comportamiento de forma controlada (Ajzen y Fishbein, 1980).

La teoría del comportamiento planificado ha sido usada con renombre en muchos campos (Hagger et al., 2003; Pavlou y Fygenson, 2006) y facilita un análisis más a detalle, una explicación más robusta y coherente de las intenciones emprendedoras que otros modelos alternativos (Lortie y Castogiovanni, 2015). Hoy está cambiando la visión de que los promotores de la intención y del comportamiento se configuran de manera deliberada y se empieza a aceptar que las actitudes empresariales, las normas subjetivas y la autoeficacia

son utilizadas de manera automática. Entretanto, la ejecución del comportamiento está siendo apreciado (Ajzen y Fishbein, 1980). La adhesión de esta teoría a la investigación del emprendimiento permite abordar las consideraciones de las intenciones emprendedoras, supeditados al producto que se espera obtener, las percepciones del ambiente y la percepción que tenga la persona que quiera emprender un negocio de su capacidad para controlar y alcanzar los efectos de su acción emprendedora (Krueger y Carsrud, 2000).

En base a la opinión de expertos la teoría de Ajzen es la más viable en cuanto a la intención de emprender, de acuerdo con la (TPB), en el contexto del emprendimiento, se basan en factores cognitivos, como las normas subjetivas (SN), las actitudes empresariales (EA), y la autoeficacia (SE) como elementos de la intención de emprender (Ajzen, 1991). Por lo que (Fernández-Pérez et al., 2017) afirma a la (TPB) es un poderoso predictor de la intención y el comportamiento en estudios de emprendimiento que se han aplicado con éxito en una amplia variedad de entornos.

2.2 Normas subjetivas

Las Normas Subjetivas en el contexto de estudio se refiere a la influencia ejercida sobre la intención emprendedora (Fernández-Pérez et al., 2019), en Latinoamérica, la familia juega un papel importante en la decisión de un emprendedor, ya que tiene un modelo a imitar ya sea interno o externo el patrón, consiguiendo una mayor intención de crear empresa o abstenerse de la misma (Lian y Y, 2009), en el reporte de Global Entrepreneurship Monitor 2017, realizan una distinción en América Latina haciendo un énfasis a los emprendimientos que su intención es considerada por necesidad y por oportunidad, otros autores encuentran a las normas subjetivas con poco efecto en sociedades occidentales debido a que muestran mayores niveles de independencia e individualismo haciendo hincapié a trazar metas y logros individuales (Schlaegel y Koenig, 2014).

Ante la existencia de normas subjetivas que están controladas de forma interna, propia reacción del ser humano frente a normas y creencias (von Grafenstein y Gao, 2021); generando la percepción que un individuo tiene del control y la influencia al momento de tomar una decisión (Mukhtar et al., 2021). Varios estudios (Jiang et al., 2020; Montes, 2018; Mukhtar et al., 2021; Neneh, 2020; von Grafenstein y Gao, 2021) afirman que las normas subjetivas constituyen un sujeto dentro del proceso de una decisión al mismo tiempo forman parte del entendimiento de una norma sobre lo que las personas consideran relevante llevándoles a pensar que deberían hacer una acción determinada. Las normas subjetivas son consideradas también un razonamiento que pone de manifiesto la presión social que va a realizar una conducta expresada con el fin de complacer (Ajzen y Fishbein, 2004).

En la actualidad debido a la crisis económica mundial las normas subjetivas se ven inmersas dentro de la intención emprendedora debido a la necesidad suscitada por la escases laboral (Ghatak, Chatterjee, y Bhowmick, 2020); pudiéndose observar una brecha de emprendimientos con un durabilidad momentánea des 1 a 2 años (Mukhtar et al., 2021). Generando la necesidad de la educación empresarial como una herramienta motivacional que generen emprendimiento de existo (Haddoud, Onjewu, Nowinski, y Alammari, 2020). Cabe recalcar que las Normas Subjetivas según von Grafenstein y Gao (2021) con mayor éxito es la subjetividad familiar ya que es una norma marcada desde los antepasados.

2.3 Actitud empresarial

Estudios validan el poder predictivo de la actitud empresarial en la intención y el comportamiento empresarial estableciendo una relación directa y positiva entre ellos (Cardon et al., 2012; Fernández-Pérez et al., 2017; Iakovleva y Kolvereid, 2009; Liñán, 2004; Padilla-Meléndez et al., 2014). Las personas con un grado alto académico en esta área sentirán más confianza en su capacidad de reconocer una oportunidad para la puesta en marcha de una compañía y por ende asumir riesgos en el campo emprendedor (Kickul, Gundry, y Whitcanack, 2009). Ajzen (2001) sostuvo que las personas desarrollan actitudes a partir de las creencias que tienen acerca de las vivencias de la realización de la conducta. Estas consecuencias de la conducta se denominan creencias de comportamiento, expectativas de resultados o costos y beneficios (Ajzen y Fishbein, 2005).

Ahora bien, quien tiene experiencia de cualquier forma de actividad humana ha experimentado el peso de la inercia convirtiéndose rápidamente en un hábito que al pasar de tiempo se convierte en una creencia generando empresarios tradicionales sin objetivos claros por la falta de educación empresarial (Ghatak et al., 2020). En la actualidad la actitud empresarial es una herramienta indispensable para la competitividad dejando de lado hábitos heredados o creencias sociales (Gieure et al., 2020). En el camino de iniciar un emprendimiento influye una serie de factores en el cual predomina la actitud empresarial considerando que determina con facilidad una oportunidad con actitud que con la necesidad (Puertas-Molero et al., 2020).

2.4 Autoeficacia

La autoeficacia se refiere a las evaluaciones de los individuos sobre el grado en el que son capaces de realizar conductas reflejando la existencia de factores que pueden facilitar o impedir la realización de una actividad, teniendo un impacto mucho más fuerte hacia la intención de emprendimiento. Es más probable que los individuos se sientan capaces de realizar el comportamiento emprendedor cuando es aprobado y valorado positivamente por otros en la sociedad (F Liñán, 2004). El crecimiento de la capacidad empresarial de un país depende de la educación y el conocimiento avanzado para generar iniciativas empresariales en actores sociales, el objetivo de cada nivel educativo es dotar a las personas de habilidades y técnicas más eficaces de innovación (Puertas-Molero et al., 2020).

El espíritu empresarial lleva implícitamente un componente emocional (Cardon et al., 2012). Las referencias y características personales, tales como valores, actitudes, motivaciones, rasgos de personalidad y habilidades predisponen a algunos individuos hacia el comportamiento empresarial (Fernández et al., 2019; Hechavarría, Rodney; López, 2013; Kaur et al., 2019; Pradhan y Nath, 2012). Entre los constructos psicológicos ligados al fenómeno emprendedor, aunque se han realizado muy pocos estudios sobre la variable competencia emocional a nivel de Latinoamérica, existe cierta evidencia de la relación positiva entre rasgos de motivación y la intención de autoempleo (Iakovleva y Kolvereid, 2009).

2.5 La motivación como competencia emocional

El estudio de las competencias emocionales amplían la visión tradicional, en base a las capacidades esenciales para la vida (Goleman et al., 1999), ya que se vincula con la emoción, la memoria, motivación, creatividad e incluso la salud mental (Vaquero-Diego et al., 2020). La emoción, dentro de la investigación, explica porque algunas veces el ser humano reacciona de forma emocional y no de forma intelectual, por lo que es preciso diferenciar los conceptos de afecto, estados de humor y motivación que generan emociones (Weissberg, Goleman, Cherniss, y Extein, 2006). Una emoción es impulsada a través de un estímulo consciente o inconsciente, que se desarrolla cuando una persona se enfrenta a un reto o una oportunidad (Montes, 2018).

La creciente inclinación por las competencias emocionales y su investigación en diversos pronunciamientos teóricos, de los cuales se generan diferentes opiniones sobre su significado, distintos instrumentos de medición y la evaluación de sus variables en áreas de inteligencia emocional (Montes, 2018). En la literatura académica existen dos grandes teorías; modelos mixtos y modelos de habilidad, considerando que expertos puntualizan la efectividad de la teoría de Goleman (1995), identificada con cinco componentes para medir la competencia emocional; autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía, habilidades sociales (Goleman, 1998). La evidencia de investigaciones sugieren que la motivación puede tener relación con la intención emprendedora que generen resultados deseados dentro del emprendimiento (Fernández et al., 2019). La motivación es la predisposición emocional que enfoca el logro hacia objetivos y metas, con el fin de satisfacer un criterio de excelencia (Montes, 2018).

Como se puede apreciar en la Figura 1, en este estudio se plantea que la motivación tendría influencia en la intención emprendedora respaldado por la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991).

2.6 La motivación y la intención emprendedora

Los estudiosos de la iniciativa empresarial han argumentado que el desarrollo de las habilidades personales como la motivación influyen en la percepción empresarial. En otras palabras, la motivación es una teoría parsimoniosa para la creación de nuevas empresas (Looi, 2020). Dado que los emprendedores poseen habilidades personales como la motivación, la autoconciencia y la autorregulación como valores del empresario (To et al., 2020). La motivación para elegir el espíritu empresarial como carrera profesional aún necesita más estudios (Rodríguez y Javier, 2020), porque no hay suficientes investigaciones sobre cómo la motivación como habilidad personal del individuo influyen en la intención de crear una nueva empresa (Rus-casas et al., 2020).

(Huezo et al., 2020) señalaron que los individuos que desarrollan la motivación como competencia emocional tienden a sentirse más satisfechos, son más eficientes y dominan mejor los hábitos mentales que condicionan su productividad. (Bigos, Krystian, 2020) establecieron una conexión entre la motivación como competencia emocional y la orientación emprendedora. Sobre todo, el concepto ha crecido en importancia porque afecta a todos los aspectos de las vidas de las personas (Jiang et al., 2020).

A continuación, se muestra la figura 1 donde se plantea el modelo teórico de la motivación como competencia emocional en la intención emprendedora basado en la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991).



Figura 1. Modelo teórico de la investigación.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Ubicación

La investigación se realizó con estudiantes de posgrado de las instituciones de educación superior de la Zona de planificación 3 de Ecuador, que cursaban programas de maestrías en las especialidades con formación académica empresarial y de negocios. La Zona de Planificación 3, se caracteriza por su ubicación geográfica estratégica, dado que constituye una conexión importante entre la Sierra y la Amazonia. Gracias a su vocación productiva, agropecuaria, manufacturera, ambiental, energética y de servicios, se ha convertido en un importante centro de acopio agrícola en clave comercial a escala nacional. Concretamente, en las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Pastaza; localidades en las que se encuentran instituciones de la educación superior públicas (Universidad Técnica de Cotopaxi, Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE), Universidad Técnica de Ambato (UTA), Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH) y Universidad Estatal Amazónica) consideradas para el presente estudio.

3.2 Equipos y materiales

La técnica que se utilizó en la presente investigación fue el cuestionario. En lo que respecta a los insumos se utilizó material en literatura académica como artículos científicos en el área del conocimiento de factores cognitivos y emocionales. Se utilizó equipo tecnológico como una computadora la cual permitió el ingreso de información, instalación de software para el procesamiento y análisis de datos hasta llegar a la culminación del documento final. En referencia al material humano se tuvo el aporte de profesionales, los mismos que actuaron como expertos que validaron el instrumento y asesores externos en las diferentes estructuras que compusieron el trabajo de investigación.

3.3 Tipo de investigación

El enfoque que utiliza la investigación es cuantitativo, dado que se hará uso de datos numéricos para contrastar teorías mediante análisis estadísticos que examinen la relación que tiene la motivación y los factores cognitivos en las intenciones emprendedoras y generar hallazgos de componentes emocionales para emprender (Hernández- Sampieri, 2018). (a) Este estudio puso a prueba hipótesis respaldadas en la literatura, las cuales fueron sustentadas desde la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen y el comportamiento emocional de Fernández. (b) El estudio efectuó una investigación no experimental (Hernández- Sampieri, 2018) permitió medir fenómenos y variables cognitivas como son las emociones, tal como se dan en un contexto natural para luego analizarlas (Hernández; Baptista & Fernández, 2004). Por tal razón, el diseño de investigación no experimental ha sido seleccionado dados los alcances iniciales y finales (Hernández- Sampieri, 2018); (c) La investigación correlacional tiene como propósito conocer el grado de asociación entre variables (Montes, 2018); el estudio cuantitativo utiliza a la encuesta como método de investigación (teoría del comportamiento planificado), a partir de los resultados de la muestra se sistematiza los hallazgos de la población (Creswell, 2009). El presente estudio analizo comportamientos emocionales de los estudiantes de posgrado, mediante las variables de la autoeficacia, normas subjetivas, actitud empresarial y motivación; se aplicó análisis multivariante con el propósito de generar un nuevo modelo, por lo que el método de encuesta fue el idóneo para la investigación; el diseño transversal correlacional permitió la recolección de datos en una instancia de tiempo en los programas de maestría con formación académica empresarial y de negocios.

3.4 Prueba de hipótesis – pregunta científica- idea a defender

La presente investigación tuvo como principal pregunta: ¿Existe influencia de la motivación como factor emocional y los componentes cognitivos propuestos en la teoría del comportamiento planificado de Ajzen en la intención emprendedora en estudiantes de

Posgrado de las instituciones de educación superior? De esta pregunta principal se derivan las siguientes interrogantes:

1. ¿Existe una influencia directa y positiva de la motivación en la intención emprendedora?
2. ¿Existe una influencia directa y positiva de las normas subjetivas en la intención emprendedora?
3. ¿Existe una influencia directa y positiva de la actitud empresarial en la intención emprendedora?
4. ¿Existe una influencia directa y positiva de la autoeficacia en la intención emprendedora?

3.4.1 Hipótesis

Basado en las preguntas anteriores se plantea las siguientes hipótesis de investigación:

H1: La motivación tienen una influencia directa y positiva en la intención emprendedora (Bigos, Krystian, 2020; Huezoponce et al., 2020; Jiang et al., 2020; Rus-casas et al., 2020).

H2: Las normas subjetivas tienen una influencia directa y positiva en la intención emprendedora (Ajzen, 1991; Fernández-Pérez et al., 2019; Lian y Y, 2009).

H3: La actitud empresarial tiene una influencia directa y positiva en la intención emprendedora (Ajzen, 1991; Fishbein, M., y Ajzen, 1975; Kickul et al., 2009).

H4: La autoeficacia tiene una influencia directa y positiva en la intención emprendedora (Krueger et al., 2000; Liñán, 2008; Puertas et al., 2020).

Para la comprobación de hipótesis se determinó la validez de las variables latentes por medio de un análisis factorial confirmatorio y luego se aplicó el modelo de ecuaciones estructurales para definir los coeficientes de trayectoria β y los coeficientes de determinación R^2 .

3.5 Población y muestra

3.5.1 Población

La presente investigación evalúa el nivel de influencia de la motivación en las intenciones emprendedoras (Fernández-Pérez et al., 2019; Huevo-ponce et al., 2020). En tal virtud la población objetivo son estudiantes de programas de Maestría de las instituciones de educación superior de la Zona de Planificación 3 con formación empresarial y de negocios de Ecuador.

La población de estudio puede estar influenciada al momento de crear una empresa por factores emocionales como la motivación y los factores cognitivos (Cardon et al., 2012; Padilla-Meléndez et al., 2014; Weissberg et al., 2006). La presente investigación está direccionada a obtener datos de una población que se distribuye en instituciones de educación superior de la Zona de Planificación 3 de Ecuador. Para el año 2020 se conoce que 52 instituciones de educación superior fueron acreditadas por el (CACES) para los próximos 5 años de un total de 55 en todo el Ecuador, las cuales 26 son universidades públicas y 6 universidades acreditadas están ubicadas en la zona de planificación 3 de Ecuador (Tamayo et al., 2018).

3.5.2 Muestra

Para la selección de la muestra se trabajó con un muestreo aleatorio simple en los programas de maestría con formación académica empresarial y de negocios en las instituciones de educación superior de la zona de planificación 3 de Ecuador, compuesta por las provincias de Cotopaxi, Chimborazo, Tungurahua y Pastaza. Se realizó la solicitud a los coordinadores de posgrados enviándoles un oficio donde se explicaba el objetivo del estudio y se pedía autorización para poder desarrollar la investigación. Sin embargo, se obtuvo la aceptación de solo 4 universidades; la Universidad Técnica de Cotopaxi no respondió a la petición realizada; y la Universidad Estatal Amazónica se justificó no poder acceder a la investigación en razón, de no tener programas de maestría con formación académica empresarial y de negocios.

En la Tabla 1, se indica el número de universidades con programas de maestría con formación académica empresarial y de negocios de la zona de planificación 3 de Ecuador.

Tabla 1. NÚMERO DE UNIVERSIDADES CON PROGRAMAS DE MAESTRIA CON FORMACIÓN ACADÉMICA EMPRESARIAL DE LA ZONA DE PLANIFICACIÓN 3 DE ECUADOR

Universidades Zona Planificación 3 Ecuador	Estudiantes
ESPE	100
UTA	55
ESPOCH	150
UNACH	139
Total, Muestra	444

Entre marzo y abril del 2021 se aplicaron los instrumentos de medición de materia virtual en las instituciones de educación superior que accedieron a participar obteniéndose una tasa de respuesta de más del 98% lo que le dio robustez a la data obtenida para la presente investigación.

3.6 Recolección de información

Dentro del proceso de recolección, se contactó a coordinadores de posgrado de las diferentes universidades con la solicitud de autorización para desarrollar el presente estudio y se explicó por escrito el objetivo del mismo, de las universidades que autorizaron el estudio se aplicó el instrumento de medición de manera virtual en las aulas de clase mediante la herramienta Zoom en cada una de las aulas de maestría de acuerdo a la agenda programada por los coordinadores de posgrado, utilizando la herramienta de Google Drive. Esto permitió encontrar resultados y conclusiones relevantes en la zona de planificación 3 de Ecuador.

El instrumento de la intención emprendedora que se enmarcó dentro de la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991), en su traducción adaptado y validado en España por Rueda et al (2015). Este instrumento con cuatro ítems permite predecir si los estudiantes universitarios considerarán iniciar su propio negocio. Sus tres componentes: las normas subjetivas con tres ítems evalúan cómo las redes de los estudiantes apoyarían sus opciones de carrera empresarial y su motivación para cumplir con las actitudes de las personas de referencia, la actitud empresarial con tres ítems mide las actitudes empresariales positivas o negativas de los estudiantes universitarios y la autoeficacia con cinco ítems mide aspectos elementales para la creencia de las personas en la capacidad de crear un emprendimiento. Todos los ítems del instrumento utilizan escala de Likert de siete niveles de medición.

El Instrumento de las competencias emocionales, en su traducción adaptado y validado en España por Fernández et al. (2019). Este instrumento distingue la motivación como habilidad personal con cuatro ítems mide el impulso que nos lleva a mejorar y asumir la visión y objetivos tanto individuales como grupales. Todos los ítems del instrumento utilizarán escala de Likert de siete niveles de medición.

El cuestionario escogido para el presente estudio fue seleccionado luego de una revisión detallada de literatura académica. Los instrumentos tienen una valoración en varios estudios que se han llevado a cabo con anterioridad en relación a los componentes emocionales y cognitivos. La validación de los contenidos del instrumento traducidos se realizó a través de un panel de cinco expertos en el Anexo A muestra las personas que evaluaron tanto la redacción, la pertinencia y el sentido de cada uno de los ítems del instrumento de medición.

Después, se efectuó el análisis de consistencia interna calculando el Alpha de Cronbach y obteniendo un valor de 0.9 superior al estándar aceptado de 0.7. Como se puede apreciar en la Tabla 2 se cumple el criterio de confiabilidad del instrumento. El instrumento de medición se puede apreciar en el Anexo B y la autorización respectiva de los autores del mismo en el Anexo C.

Tabla 2. ÍNDICE DE CONFIABILIDAD POR MEDIO DEL ALPHA DE CRONBACH

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,907	19

Una vez repartido el link de la encuesta a los estudiantes de los programas de posgrado se les explico los propósitos de la investigación y, además, que su participación es voluntaria manifestando su consentimiento informado, al momento de participar se aseguró al estudiante que sus respuestas serán guardadas de manera confidencial por el autor de la investigación. Por otro lado, los nombres de los encuestados no se registraron en los cuestionarios donde se recolectó la información. Con respecto al manejo de datos de cada encuestado Google Drive asignó un código el cual sólo es administrado por el autor de la investigación.

3.7 Procesamiento de información y análisis estadístico

Para el análisis de datos se utilizó el programa estadístico SPSS versión 25, AMOS versión 24 con los siguientes pasos: (a) se analizó los datos que estudian la particularidad demográfica más sobresaliente de los encuestados, (b) se realizó un análisis factorial confirmatorio de las variables latentes, y (c) se estableció la comprobación de hipótesis planteadas por medio de la modelación de ecuaciones estructurales.

3.8 Variables respuesta o resultados alcanzados

En la presente investigación se realizó: (a) el procedimiento previo de la recolección de datos esto es, la validación del instrumento, la prueba piloto, el procedimiento de recolección de datos, la tabulación y la exposición de la base de datos; (b) la estadística descriptiva, que se basó en una descripción detallada de las variables en términos descriptivos, realización de tablas de contingencia y tablas de frecuencia; (c) el análisis factorial confirmatorio y los ajustes de las ecuaciones estructurales; (d) el análisis del modelo estructural permitió aceptar las hipótesis del estudio establecidas en H1, H2, H3 y H4; (e) además, se efectuó la presentación de los R^2 múltiples que representan el porcentaje de varianza explicada en cada variable por el modelo propuesto.

CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis descriptivo

Esta sección está compuesta por las características de los participantes en el estudio: género y el análisis exploratorio de datos.

4.1.1 Género

En la tabla 3 se muestra el género de los encuestados donde el 34,68% de los participantes en la encuesta son de género masculino en tanto que la mayoría con un 65,32 % son de género femenino.

Tabla 3. GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS

	Masculino	Femenino	Total
Género	154	290	444
%	34,68	65,32	100

4.2 Análisis exploratorio de datos

El análisis exploratorio de datos según González (2018) se refiere al análisis de datos perdidos, determinar los valores atípicos y verificar los supuestos de los análisis multivariantes como la normalidad, linealidad. En el presente estudio no se tuvieron datos perdidos o ausentes. Por la estructura de la escala de Likert de cinco niveles tampoco se tuvo valores atípicos en la data por lo que la muestra válida para la presente investigación fue de 444 encuestas.

4.2.1 Normalidad

Previo al análisis de las ecuaciones estructurales de debe evaluar la normalidad de los datos, todas las variables que estén incluidas dentro de un análisis multivariante deben ser normales. En el análisis del modelo del presente estudio se obtuvo un coeficiente de Mardia de 66.097 sin embargo, algunos autores indicaron que, si el coeficiente de Mardia presenta un valor menor a 70, el proceso de máxima verisimilitud que calcula el AMOS genera mejores resultados para la normalidad multivariante, con un tamaño a adecuado de la muestra y un modelo bien estructurado (Rodríguez Ruiz, 2008). En la Tabla 4 se muestra un resumen de la valoración de la normalidad.

Tabla 4. VALORACIÓN DE LA NORMALIDAD DE DATOS

Variable	Min	Max	skew	c.r.	Kurtosis	c.r.
IE4	1,000	5,000	-1,689	-14,531	3,295	14,171
IE3	1,000	5,000	-,793	-6,826	,264	1,137
IE2	1,000	5,000	-,803	-6,906	,099	,425
IE1	1,000	5,000	-1,358	-11,686	1,612	6,936
AE1	1,000	5,000	-1,682	-14,471	3,340	14,368
AE2	1,000	5,000	-1,735	-14,929	3,549	15,265
AE3	1,000	5,000	-1,764	-15,172	3,655	15,722
A1	1,000	5,000	-1,056	-9,088	1,503	6,464
A2	1,000	5,000	-,754	-6,484	,332	1,429
A3	1,000	5,000	-,750	-6,452	,285	1,224
A4	1,000	5,000	-,684	-5,886	1,000	4,300
A5	1,000	5,000	-,981	-8,438	1,565	6,732
NS1	1,000	5,000	-,971	-8,350	,696	2,994
NS2	1,000	5,000	-,619	-5,328	-,095	-,410
NS3	1,000	5,000	-,388	-3,336	-,498	-2,143
M1	1,000	5,000	-1,177	-10,126	2,524	10,856
M2	1,000	5,000	-1,569	-13,494	4,545	19,547
M3	1,000	5,000	-,934	-8,037	1,325	5,701
M4	1,000	5,000	-1,468	-12,626	3,826	16,456
Multivariate					177,222	66,097

4.2.2 Linealidad

La linealidad hace referencia a la tasa de cambio de los valores entre dos variables. Es un supuesto que debe comprobarse en las técnicas multivariante basadas en medidas de correlación (Perez, 2009). En la tabla 5 se muestra los coeficientes de correlación de Pearson entre las variables exógenas y endógenas agregadas a través de un promedio aritmético de acuerdo al proceso escrito por Hayes (2017). Todas las correlaciones fueron positivas y significativas demostrando así el cumplimiento del supuesto de linealidad.

Tabla 5. CORRELACIONES ENTRE VARIABLES EXÓGENAS Y ENDOGENAS AGREGADAS

Variables Exógenas	Sig. (bilateral)	Intención Emprendedora Correlación de Pearson
Motivación	,000	0.354 (p-valor < 0.05)
Normas Subjetivas	,000	0.270 (p-valor < 0.05)
Actitud Empresarial	,000	0.468 (p-valor < 0.05)
Autoeficacia	,000	0.412 (p-valor < 0.05)

4.3 Análisis Factorial Confirmatorio

4.3.1 Análisis de confiabilidad

Para el análisis de confiabilidad se utilizó el Alpha de Cronbach que analiza la consistencia interna de los ítems tomando en consideración las cargas factoriales de las variables observables sobre los constructos subyacentes. En la tabla 6 se muestra el índice del Alpha de Cronbach para cada una de las variables latentes analizadas y como se puede observar la intención emprendedora tiene un valor de 0,754 con cuatro ítems, las normas subjetivas con un valor de 0,709 con tres ítems, la autoeficacia con un valor de 0,874 con 5 ítems, la actitud empresarial con un valor de 0,834 con tres ítems y finalmente la motivación con un valor de 0,832 con cinco ítems, todos los constructos tiene un valor superior a 0.70 por lo que cumplen con el requerimiento de confiabilidad aceptable.

Tabla 6. CONFIABILIDAD DE LAS ESCALAS DE CADA CONSTRUCTO

Constructo	Índice de Alpha de Cronbach	Número de Ítems
Intención Emprendedora	0.754	4
Normas Subjetivas	0.709	3
Autoeficacia	0.874	5
Actitud Empresarial	0.834	3
Motivación	0.832	4

4.3.2 Validez convergente

La validez convergente se probó para especificar si las medidas independientes de la misma están correlacionadas y estos valores deben ser sustanciales y significativos. También sirven para determinar si cada ítem converge de manera efectiva hacia su variable latente. En la tabla 7 se observa que todas las cargas factoriales son superiores al mínimo establecido de 0,75 por lo que se cumple con el criterio de validez convergente.

Tabla 7. VALIDEZ CONVERGENTE DE LOS CONSTRUCTOS E ÍTEMS

Subconstructos e Ítems	Parámetro Estandarizado
Intención Emprendedora	
EI1	1,00
EI2	0,98
EI3	1,00
EI4	0,83
Normas Subjetivas	
SN1	1,00
SN2	1,00
SN3	1,00
Autoeficacia	
SE5	1,00
SE4	0,87
SE3	1,00
SE2	1,00
SE1	0,91
Motivación	
M1	0,93
M2	0,85
M3	1,00
M4	1,00
Actitud Empresarial	
EA1	1,00
EA2	1,00
EA3	1,00

4.3.3 Validez discriminante

Una vez comprobado la validez convergente y la confiabilidad de las mediciones de cada uno de los constructos procedemos a evaluar la validez discriminante la cual valora la correlación entre los constructos del modelo de medida y determina si es que estos constructos miden conceptos diferentes. La evaluación de esta validez se hizo a través de una prueba estadística t student planteando como hipótesis nula que la correlación entre cada uno de los constructos es igual a 1.

$$H_0: \phi_{c1-c2} = 1$$

$$H_1: \phi_{c1-c2} \neq 1$$

Y la fórmula para calcular el estadístico de prueba fue la siguiente formula fórmula:

$$t = \frac{\phi_{c1-c2} - 1}{\sigma_{c1-c2}}$$

Donde el primer término en el numerador es la correlación entre el constructo 1 y constructo 2 y el termino en el denominador es el error estándar asociado a esa correlación. Cada estadístico de prueba t student fue comparado a un nivel de significancia del 0.05 con 135 grados de libertad. De acuerdo a la tabla 8 todos los estadísticos de prueba fueron menores al valor critico llevando a rechazar la hipótesis nula de que las correlaciones son iguales a 1 cumpliendo así el criterio de validez discriminante.

Tabla 8. VALIDEZ DISCRIMINANTE

			Valor Correlación	Error Estándarr	Estadístico T-Student
Normas_Subjetivas	<-->	Autoeficacia	,512	,028	-,641
Normas_Subjetivas	<-->	Actitud Empresarial	,494	,028	-1,490
Autoeficacia	<-->	Actitud Empresarial	,442	,024	-3,286
Motivación	<-->	Autoeficacia	,650	,023	-,546
Motivación	<-->	Normas_Subjetivas	,501	,023	-2,000
Motivación	<-->	Actitud Empresarial	,594	,023	-3,223
Inten_Emprendedora	<-->	Actitud Empresarial	,829	,033	-,751
Inten_Emprendedora	<-->	Autoeficacia	,692	,030	-,747
Inten_Emprendedora	<-->	Motivación	,714	,026	-1,323
Inten_Emprendedora	<-->	Normas_Subjetivas	,572	,031	-,484

En la Figura 2. se muestra la diagramación de ruta del análisis factorial confirmatorio en el cual se relacionan todas las variables latentes con sus respectivos ítems para la verificación de la validez discriminante.

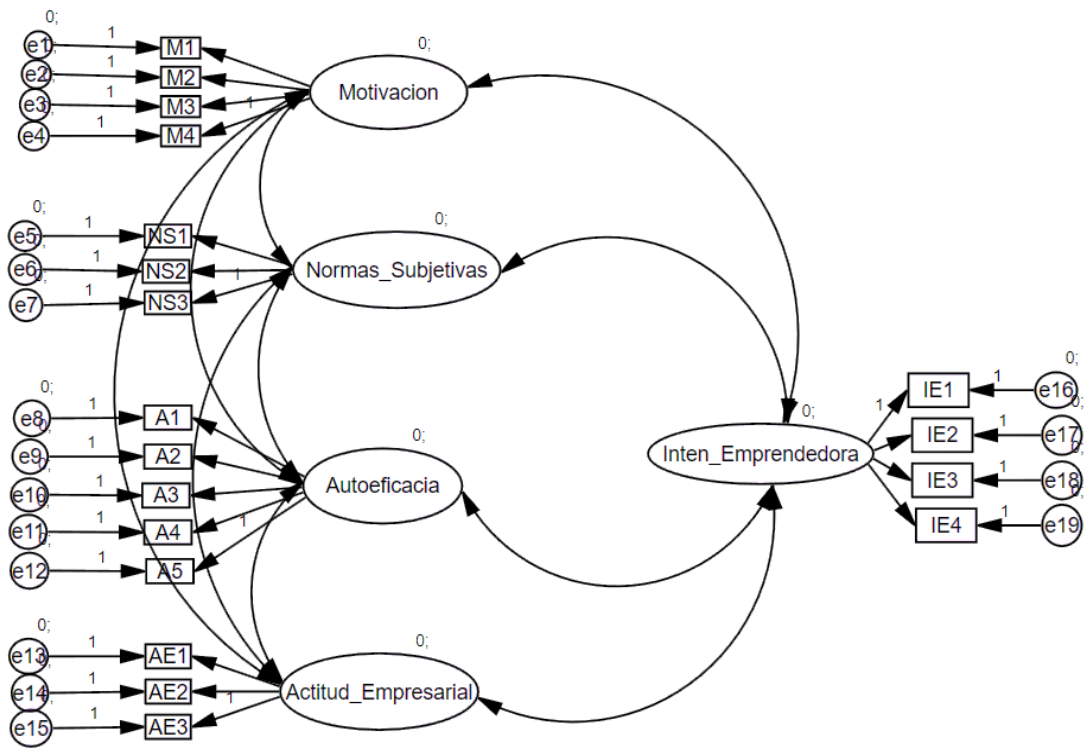


Figura 2. Modelo de medición para verificar la validez discriminante de cada constructo.

4.4 Modelo estructural

El estudio del modelo estructural tiene el nombre de modelación con ecuaciones estructurales o MES. Estos modelos centran su interés en la estimación y validación estadística de la relación entre variables latentes o no observables.

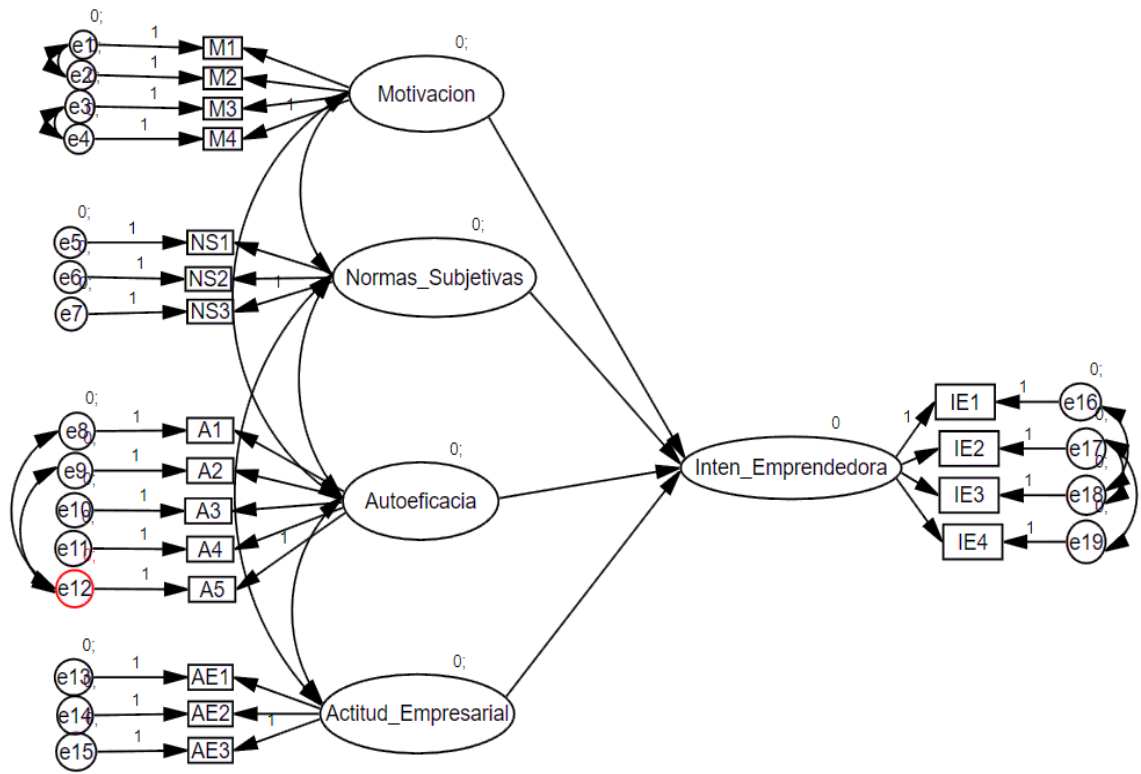


Figura 3. Diagrama de ruta del modelo estructural propuesto.

En la Figura 3. se puede observar la diagramación de ruta del modelo estructural. El modelo propuesto indica que la motivación, es un constructo de primer orden que impacta en el constructo de primer orden intención emprendedora. Igualmente, el constructo de primer orden normas subjetivas impacta en el constructo de primer orden intención emprendedora. Asimismo, el constructo de primer orden autoeficacia impacta en el constructo de primer orden intención emprendedora y finalmente el constructo de primer orden actitud empresarial impacta en el constructo de primer orden intención emprendedora. Debido a la existencia de un mayor número de momentos que de parámetros a estimar el modelo está determinado $209 - 72 = 137$. Los 137 son los grados de libertad que tiene el modelo.

4.5 Bondad de ajuste del modelo

El ajuste del modelo fue evaluado a través de los índices CFI, RMSEA, la prueba chi cuadrado, y el índice CMIN-DF que según Kline (2016) deben ser reportado. Además, se reportaron también los índices NFI, TLI. Al correr el modelo en una primera instancia no presento un buen ajuste por lo que se verificaron los índices de modificación. Los resultados obtenidos llevaron a correlacionar las varianzas de error de algunos constructos respetando la coherencia y pertinencia de cada uno de ellos con su variable latente subyacente; haciendo previamente una verificación del texto de las preguntas relacionadas.

Tabla 9. ÍNDICES DE BONDAD DE AJUSTE DEL MODELO ESTRUCTURAL

Índice	Valor	Nivel de Aceptación
Chi-cuadrado	486,200 (p-valor=0.002)	P-valor > 0.02
GI	137	
CFI	0.911	≥ 0.90
RMSEA	0.076	≤ 0.06
NFI	0.881	> 0.90
TLI	0.888	> 0.90
CMIN/DF	3.549	< 5

En la Tabla 9 se presentan los valores de los indicadores de bondad de ajuste del modelo estructural. En el indicador de la Ji cuadrada (χ^2) tenemos un p valor de 0.002 es decir, un valor inferior al punto de corte 0.02 por lo que el modelo no se aceptaría si sólo se verifica por medio de esta prueba. Sin embargo, de acuerdo a Byrne (2009) es necesario evaluar el ajuste con otros indicadores. Por ello, se muestra el indicador de bondad de ajuste RMSEA que tiene un valor de 0.076 el cual muestra un valor cercano al punto de corte 0.06. Los indicadores de bondad de ajuste CFI, TLI y NFI presentan resultados consistentes. El CFI es de 0.911 valor que está dentro del rango de aceptación del modelo. El TLI es de 0.888 valor que está muy cercano al punto de corte 0.9. El NFI es de 0.881 está ligeramente por debajo del punto de corte 0.9 entendiéndose un importante porcentaje

de sobreajuste del modelo. Por último, el indicador CMIN/DF también cumplen con las reglas de aceptación del modelo. El CMIN/DF tiene un valor de 3.549 que está dentro del rango de aceptación del modelo. De acuerdo con los índices de ajuste obtenidos algunos cumplen el nivel de aceptación y otros están muy cercanos a los valores requeridos por el modelo por lo que se puede concluir que el modelo muestra un ajuste aceptable ya que no se tiene evidencia sólida para rechazar el modelo. La matriz de correlación obtenida fue generada por el modelo que se planteó en el presente estudio.

En la Figura 4 se puede observar todo el modelo estructural con todas las cargas factoriales estandarizadas. Se aprecia que no existen cargas estandarizadas mayores a uno, razón por la cual la solución desde este criterio es aceptable.

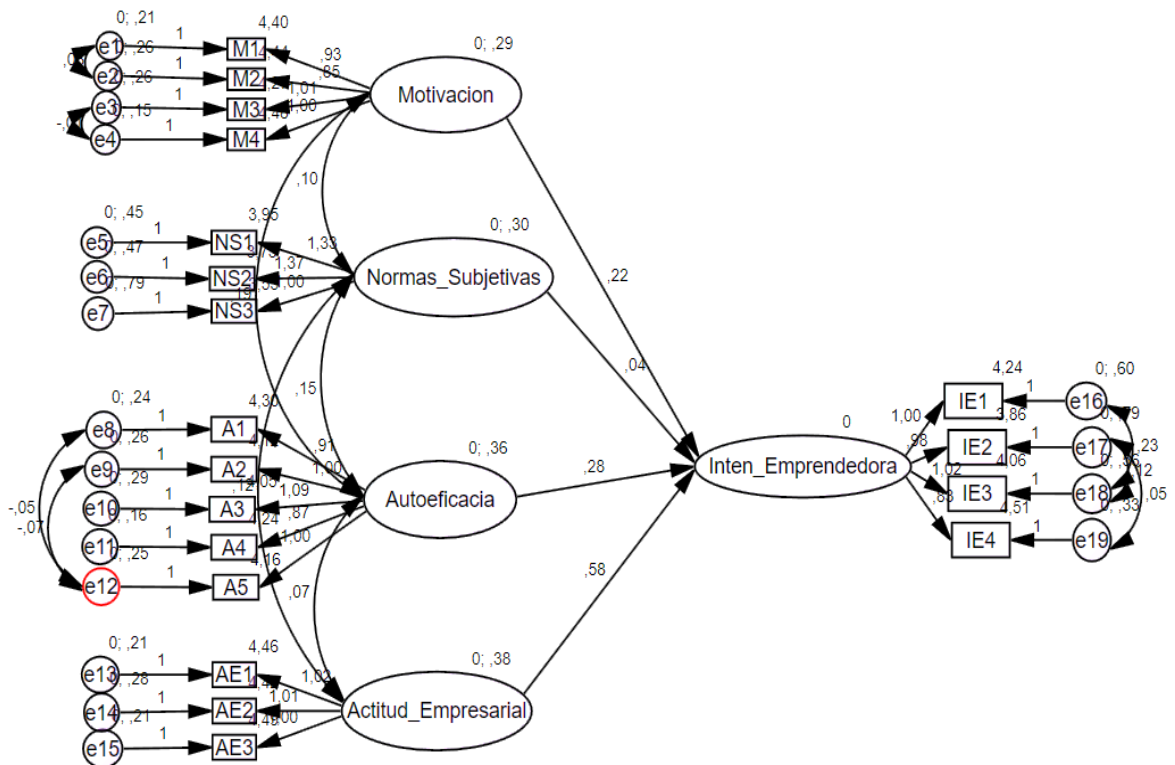


Figura 4. Modelo estructural propuesto para determinar la influencia de la motivación en la intención emprendedora respaldado por la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991).

En la Tabla 10 se muestran las cargas factoriales sin estandarizar. Y en la misma tabla se puede observar la prueba de significación estadística de cada una de las cargas.

Tabla 10. CARGAS SIN ESTANDARIZAR DEL MODELO ESTRUCTURAL

			Estimado	Desv. Est.	C.R.	Valor P
Inten_Emprendedora	<---	Motivación	,219	,066	3,326	***
Inten_Emprendedora	<---	Normas_Subjetivas	,045	,061	,730	,465
Inten_Emprendedora	<---	Actitud Empresarial	,578	,063	9,110	***
Inten_Emprendedora	<---	Autoeficacia	,280	,062	4,524	***

Nota: Se puede observar las cargas sin estandarizar y también si son significativamente diferentes de cero. La carga de norma subjetiva sobre la intención emprendedora no es significativa.

*** Vapor $p < 0.01$.

Se puede notar que casi la totalidad de las cargas no estandarizadas entre variables latentes son significativas. En la Tabla 11 se muestran las cargas estandarizadas del modelo estructural. La Motivación poseen un factor de carga estandarizado de 0.247 sobre las intenciones emprendedoras. Se puede corroborar en la Tabla 10 el efecto significativo comprobándose así la primera hipótesis planteada en esta investigación, es decir, que la Motivación tienen una influencia directa y positiva en las intenciones emprendedoras. Las normas subjetivas poseen un factor de carga estandarizado de 0.052 sobre la intención emprendedora. Este también es un efecto positivo y como se pudo observar en la Tabla 10 no tiene un efecto significativo solo positivo comprobándose así la segunda hipótesis de la investigación. La Actitud Empresarial posee un factor de carga estandarizado de 0.749 sobre la intención emprendedora mostrando un efecto positivo de la misma manera se pudo verificar en la Tabla 10 tiene que un efecto significativo comprobándose así la tercera hipótesis de la investigación. Finalmente, la autoeficacia posee un factor de carga estandarizado de 0.352 sobre la intención emprendedora. Asimismo, tiene un efecto positivo y como de igual manera se pudo verificar en la Tabla 10 que también tiene un efecto significativo comprobándose la cuarta hipótesis en la investigación.

Tabla 11. CARGAS ESTANDARIZADAS DEL MODELO ESTRUCTURAL

			Estimate
Inten_Emprendedora	<---	Motivación	,247
Inten_Emprendedora	<---	Normas Subjetivas	,052
Inten_Emprendedora	<---	Actitud Empresarial	,749
Inten_Emprendedora	<---	Autoeficacia	,352

Nota: Se puede observar que todas las cargas estandarizadas sobre la intención emprendedora son positivas.

Complementando los resultados, en la Tabla 12 se muestran los coeficientes R^2 múltiples que representan el porcentaje de la varianza de cada variable latente dependiente explicada en el modelo. No se tiene un criterio específico sobre el cual se determine un nivel aceptable para cada R^2 múltiple pero algunos autores mencionan que deben ser mayor a 0.1, en otras palabras, que el modelo sea explicado como mínimo el 10% de las varianzas de las variables latentes (Falk y Miller, 1992).

Tabla 12. R CUADRADO-MÚLTIPLES DEL MODELO ESTRUCTURAL

Factor	Estimado
Motivación	0,29
Normas Subjetivas	0,30
Actitud Empresarial	0,38
Autoeficacia	0,36

Como se puede observar en la Tabla 12 todas las variables latentes del modelo muestran R^2 múltiples mayores que 0.1 como son la motivación 0.29 las normas subjetivas con 0.30 la actitud empresarial 0.38 y la autoeficacia con 0.36 es decir, que el modelo explica más del 10% de las varianzas de cada uno de los factores con respecto a la intención emprendedora.

4.6 Comprobación de hipótesis

Como hallazgo en este estudio tenemos la comprobación de hipótesis que se planteó al inicio de este trabajo. En efecto, los resultados que se encontraron mediante de la modelación de las ecuaciones estructurales a través del método de verisimilitud en AMOS fueron probados por medio de las pruebas de ajuste correspondientes. En la Tabla 13 se presenta una síntesis de cada una de las hipótesis planteadas en el estudio. Las cuales fueron comprobadas y aceptadas por medio del valor p. Por otro lado, el modelo estructural en su totalidad se verificó a través de la bondad de ajuste del modelo la cual fue aceptable y válida la influencia de la motivación como competencia emocional y los componentes cognitivos de la teoría del comportamiento planificado en las intenciones emprendedores de los estudiantes de programas de posgrado con formación académica empresarial de las instituciones de educación superior de la zona de planificación tres de Ecuador.

Tabla 13. HALLAZGOS DEL MODELO ESTRUCTURAL

Hipótesis	Estimado Estandarizado	S.E.	p	Observación
Intención Emprendedora <--- Motivación	,247	,066	***	Se acepta
Intención Emprendedora <--- Normas Subjetivas	,052	,061	,465	Se acepta
Intención Emprendedora <--- Actitud Empresarial	,749	,063	***	Se acepta
Intención Emprendedora <--- Autoeficacia	,352	,062	***	Se acepta

Nota: Los valores p corresponden a la solución sin estandarizar del modelo estructural basado en la estimación del método de para evaluar el ajuste del modelo.

*** equivale a p-valor menor que 0.05

La Motivación muestra una relación positiva y significativa con la intención emprendedora (0.247, p-value < 0.05), por lo que la hipótesis de investigación H1 es aceptada. Las normas subjetivas muestran una relación positiva con la intención emprendedora (0.052, p-value < 0.05), por lo que la hipótesis de investigación H2 es aceptada. La Actitud Empresarial muestra una relación positiva y significativa con la

intención emprendedora (0.749, p-value < 0.05), por lo que la hipótesis de investigación H3 es aceptada. Por último, la autoeficacia muestra una relación positiva y significativa con la intención emprendedora (0.52, p-value < 0.05), por lo que la hipótesis de investigación H4 es aceptada.

4.7 Implicancias

Varios autores han estudiado el impacto de las emociones en el ámbito del emprendimiento destacando a Cardon et al (2012) pero pocos han investigado el efecto de la motivación como competencia emocional en las intenciones emprendedoras. En la presente investigación se puso de manifiesto la importancia de la integración de la Motivación al modelo que describe las intenciones emprendedoras en el contexto de la Zona de Planificación tres de Ecuador señalando que para que los individuos tengan intenciones emprendedoras deben darse cuenta de que tienen aspectos motivacionales que los conectan, por medio de este proceso dichos individuos tendrán intenciones positivas de convertirse en empresarios.

Una implicación de este resultado es la importancia de no separar la motivación del estudio del emprendimiento, ya que esta es precisamente la que permite el grado de control que los individuos tienen sobre las emociones en relación con los resultados esperados de la actividad emprendedora. Los resultados del presente estudio ponen de manifiesto el valor de la motivación como competencia emocional en la intención emprendedora y la creación de nuevas empresas. Esta consideración puede ayudar a promover el interés de los estudiantes de los programas de posgrado de la Zona de Planificación tres de Ecuador a emprender carreras empresariales.

Otra implicancia interesante radica en comprender la capacidad de las normas subjetivas para fomentar o inhibir el comportamiento emprendedor en el modelo de intenciones emprendedoras. Concretamente, los resultados nos llevan a la conclusión de que las normas subjetivas o el grado de influencia de personas de referencia como familiares, amigos no influyen significativamente en las intenciones emprendedoras de los estudiantes de los programas de posgrado de la Zona de Planificación tres de Ecuador. En efecto, dicha conexión está débilmente desarrollada en este sentido el desarrollo de un marco colaborativo entre la academia y el mundo empresarial puede conducir a mejores estrategias de motivación que permitan a los estudiantes desarrollar sus emociones y promuevan de una mejor manera sus intenciones empresariales.

Por último, existe una importante aportación metodológica derivada del enfoque realizado para abordar el caso de la Zona de Planificación tres Ecuador. Se trata de una ampliación del modelo de la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991) para incluir la Motivación en contextos de países emergentes (hasta ahora los estudios se han realizado exclusivamente en países desarrollados). Por lo tanto, esta investigación permite generalizar la comprensión de cómo la motivación como competencia emocional influyen en las intenciones emprendedoras de los estudiantes de los programas de posgrado de la Zona de Planificación tres en economías emergentes.

4.8 Futuras investigaciones

Una línea de investigación que se podría esparcir sería investigar como otros factores emocionales individuales de las competencias se relacionan en las intenciones emprendedoras y sus precedentes en contextos de países emergentes.

Una prolongación de este estudio puede ser comprender la función de los factores cognitivos en los factores emocionales y como resultado de ello no hay suficiente entendimiento ni evidencia de dicha relación en contextos de países sudamericanos.

CAPITULO V

CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES, BIBLIOGRAFIA Y ANEXOS

5.1 Conclusiones

Los resultados encontrados ratifican que la motivación como competencia emocional es un factor significativo en la configuración de las intenciones emprendedoras en los estudiantes de los programas de posgrado con formación académica empresarial de la Zona de Planificación 3 de Ecuador. Por consiguiente, autoridades universitarias y docentes deberían considerar a la motivación como factor principal en el desarrollo de programas de estudio en las instituciones de educación superior de la Zona de Planificación 3 de Ecuador lo que lleva a cumplir de mejor manera los objetivos en el área de emprendimiento.

Este estudio proporciona un interesante marco para comprender las intenciones emprendedoras de los estudiantes y la efectividad de los programas de posgrado con formación académica empresarial de las instituciones de educación superior de la Zona de Planificación 3 de Ecuador concentrándose en factores cognitivos, emocionales y sus relaciones teniendo en cuenta que es importante que se obtenga un equilibrio emocional-racional en el procedimiento de toma de decisiones en el área empresarial.

El modelo de la teoría del comportamiento planificado en los estudiantes de los programas de posgrado de las instituciones de educación superior de la Zona de Planificación 3 de Ecuador señala que el desarrollo de la Motivación puede promover sus intenciones emprendedoras como resultado de la relación positiva y significativa encontrada en la presente investigación. Por lo que se sugiere que cuanto mayor sean las motivaciones hay más posibilidades de que los estudiantes tengan la intención de emprender debido a que sus antecedentes cognitivos como son las actitudes empresariales y la autoeficacia tienen relación significativa y directa con las intenciones emprendedoras.

La Motivación provee atributos muy preciados ayudando a los estudiantes a enfrentar el sesgo cognitivo que puede hacer difícil el reconocer las oportunidades empresariales, la confianza excesiva, el falso control (Padilla et al., 2014). Por lo que la presencia de la motivación facilita la intención empresarial. Resulta atractivo contrastar la motivación versus la cognición en la Zona de Planificación 3 de Ecuador por lo que el presente estudio muestra una nueva visión sobre la dualidad del proceso de toma de decisiones en el ámbito empresarial en Ecuador.

En cuanto a la relación de los factores emocionales y cognitivos en la intención emprendedora los resultados del presente estudio son coherentes con los encontrados en estudios anteriores y reflejan la influencia positiva entre los estudiantes de las instituciones de educación superior de la Zona de Planificación 3 de Ecuador de la motivación sobre la intención emprendedora, aceptando la Hipótesis 1 (Bigos, Krystian, 2020; Huevo-ponce et al., 2020; Jiang et al., 2020; Rus-casas et al., 2020); las normas subjetivas sobre la intención emprendedora, aceptando la Hipótesis 2 (Ajzen, 1991; Fernández-Pérez et al., 2019; Lian y Y, 2009); la actitud empresarial sobre la intención emprendedora, aceptando la hipótesis 3 (Ajzen, 1991; Fishbein, M., & Ajzen, 1975; Kickul et al., 2009); y por último, la auto-eficacia sobre la intención emprendedora, aceptando la hipótesis 4 (Krueger et al., 2000; Liñán, 2008; Puertas et al., 2020).

5.2 Recomendaciones

El presente estudio colabora con información apropiada para personas que elaboran, implantan y evalúan esquemas educativos en Ecuador destinados a robustecer las intenciones emprendedoras de los estudiantes aparte de la formación en áreas empresariales pongan mucha atención a la motivación como factor emocional de los mismos.

Es importante que las instituciones de educación superior de la Zona de Planificación 3 de Ecuador no difundan simplemente habilidades empresariales, sino que también motiven a cada uno de sus estudiantes para que puedan aceptar riesgos moderados, emprender planes económicos y sociales que faciliten el cambio y mejoren el beneficio de la comunidad ecuatoriana en general.

Al ser las normas subjetivas el componente cognitivo más débil con relación a la intención emprendedora se recomienda evaluar el rol que ejercen los docentes universitarios y personas que son representantes de casos exitosos de emprendimiento en los estudiantes de posgrado con el objetivo de contribuir con modelos de influencia que permita facilitar una cultura en torno al emprendimiento en la Zona de Planificación 3 de Ecuador.

5.3 BIBLIOGRAFÍA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 25(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2001). Nature and operations of attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52, 27–58. Retrieved from <https://psych415.class.uic.edu/Readings/Ajzen, Attitude theory, AnnRevPsy, 2001.pdf>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Engle-wood Cliffs: Prentice.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2004). Questions raised by a reasoned action approach: Comment on Ogden (2003). *Health Psychology*, 23(4), 431–434. <https://doi.org/10.1037/0278-6133.23.4.431>
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: a meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471–499.
- Bagozzi, R. & Warsaw, L. (1990). Trying to Consumer. *Journal of Consumer Reseach*, 17(2), 127–140. <https://doi.org/10.1086/208543>
- Bagozzi, R. (1992). The Self-Regulation of Attitudes, Intentions and Behavior. *Social Psychology Quarterly*, 55(2), 178–204.
- Beck, L., & Ajzen, I. (1991). Predicting dishonest actions using the theory of planned behavior. *Journal of Research in Personality*, 25(3), 285–301. [https://doi.org/10.1016/0092-6566\(91\)90021-H](https://doi.org/10.1016/0092-6566(91)90021-H)
- Bigos, Krystian, A. M. (2020). Do Emotional Competencies Influence Students ' Entrepreneurial Intentions ? *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su122310025>
- Boyatzis, R., & Boyatzis, R. E. (2008). Competencies in the 21st century. *Journal of Management Development*, 27(1), 5–12. <https://doi.org/10.1108/02621710810840730>

- Byrne, B. (2009). *Structural Equation Modeling with AMOS* (2nd ed.; Taylor and Francis Group, ed.). New York, NY.
- Cardon, M. S., Foo, M. Der, Shepherd, D., & Wiklund, J. (2012). Exploring the Heart: Entrepreneurial emotion is a hot topic. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(1), 1–10. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00501.x>
- Collins, S. E., Witkiewitz, K., & Larimer, M. E. (2011). The theory of planned behavior as a predictor of growth in risky college drinking. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 72(2), 322–332. <https://doi.org/10.15288/jsad.2011.72.322>
- Criado Huaylla, J. Y. (2019). Repositorio Institucional – UNAMBA - PERÚ Repositorio Institucional – UNAMBA - PERÚ. *La Inteligencia Emocional Y Su Relación Con La Intención Emprendedora En Los Estudiantes De La Escuela Profesional De Administración - Unamba 2018*.
- Dollinger, M. J. (2008). *Entrepreneurship : strategies and resources*.
- Drucker, P., & Drucker, P. (2000). La disciplina de la innovación. *Harvard Business Review*.
- Entrialgo, M., & Iglesias, V. (2016). The moderating role of entrepreneurship education on the antecedents of entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 1209–1232. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0389-4>
- Falk & Miller. (1992). A primer for soft modeling. In *University of Akron Press*. Elsevier.
- Fernández-Berrocal, P., Extremera, N., & Ramos-Díaz, N. (2003). Inteligencia emocional y depresión. *Encuentros En Psicología Social*, Vol. 1, pp. 251–254.
- Fernández-Pérez, V., Montes-Merino, A., Rodríguez-Ariza, L., & Galicia, P. E. A. (2019). Emotional competencies and cognitive antecedents in shaping student's entrepreneurial intention: the moderating role of entrepreneurship education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(February), 281–305. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0438-7>

- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction to Theory and Research Reading*. MA: Addison-Wesley.
- Ghatak, A., Chatterjee, S., & Bhowmick, B. (2020). Intention Towards Digital Social Entrepreneurship: An Integrated Model. *Journal of Social Entrepreneurship*, 0(0), 1–21. <https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1826563>
- Gieure, C., Benavides-Espinosa, M. del M., & Roig-Dobón, S. (2020). The entrepreneurial process: The link between intentions and behavior. *Journal of Business Research*, 112(July), 541–548. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.088>
- Goldstein, H., & Drucker, J. (2006). The economic development impacts of universities on regions: Do size and distance matter? *Economic Development Quarterly*, 20(1), 22–43. <https://doi.org/10.1177/0891242405283387>
- Goleman, D., De, L. A. P., & Goleman, D. (1999). *EMOCIONAL*.
- González, L. (2018). *Estadística Descriptiva o Análisis Exploratorio de Datos Estadística descriptiva* (1ra ed.; UTADEO, Ed.). <https://doi.org/10.2307/j.ctvc5pc9g>
- Gupta, V. K. (2017). Book review: Researching entrepreneurship: Conceptualization and design . In *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship* (Vol. 35). <https://doi.org/10.1177/0266242617699923>
- Haddoud, M. Y., Onjewu, A. K. E., Nowinski, W., & Alammari, K. (2020). Assessing the role of entrepreneurship education in regulating emotions and fostering implementation intention: evidence from Nigerian universities. *Studies in Higher Education*, 0(0), 1–19. <https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1758652>
- Hagger, M. S., Culverhouse, T., Chatzisarantis, N. L. D., & Biddle, S. J. H. (2003). The Processes by Which Perceived Autonomy Support in Physical Education Promotes Leisure-Time Physical Activity Intentions and Behavior: A Trans-Contextual Model. *Journal of Educational Psychology*, 95(4), 784–795. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.95.4.784>

- Hayes, A. (2017). *Introduction to mediation, moderation and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford publications.
- Hechavarría, Rodney; López, G. (2013). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Huezo-ponce, L., Fernández-pérez, V., & Rodríguez-ariza, L. (2020). Emotional competencies and entrepreneurship: modeling universities. *International Entrepreneurship and Management Journal*. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00683-w>
- Iakovleva, T., & Kolvereid, L. (2009). An integrated model of entrepreneurial intentions. *International Journal of Business and Globalisation*, 3(1), 66–80. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2009.021632>
- Idrovo, F. K. (2018). *Determinantes de la intención de emprendimiento en estudiantes de posgrado*.
- Jiang, W., Fu, G., Liang, C. yang, & Han, W. (2020). Study on quantitative measurement result of safety culture. *Safety Science*, 128(11), 104751. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.104751>
- Juliá Igual, J. F. (2014). Entrepreneurship and university. A reference to the case of Spain and the UPV. *REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos*, (113), 7–27.
- Kaur, I., Shri, C., & Mital, K. M. (2019). The Role of Emotional Intelligence Competencies in Effective Teaching and Teacher’s Performance in Higher Education. *Higher Education for the Future*, 6(2), 188–206. <https://doi.org/10.1177/2347631119840542>
- Kautonen, T., Luoto, S., & Tornikoski, E. T. (2010). Influence of work history on entrepreneurial intentions in “prime age” and “third age”: A preliminary study. *International Small Business Journal*, 28(6), 583–601. <https://doi.org/10.1177/0266242610368592>

- Kickul, J., Gundry, L. K., Barbosa, S. D., & Whitcanack, L. (2009). Intuition versus analysis?. Testing differential models of cognitive style on entrepreneurial self-efficacy and the new venture creation process. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(2), 439–453.
- Kickul, J., Gundry, L. K., & Whitcanack, L. (2009). *ET & P Intuition Versus*. (212), 439–453.
- Kline, R. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.; The Guilford Press, Ed.). New York.
- Krueger, N., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432.
- Krueger, N. F. J., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*. *Journal of Business Venturing*2, 15(98), 411–432.
- Lian, F., & Y, C. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617.
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa / Small Business*, 2004(3), 11–35.
- Liñán, Francisco. (2008). Skill and value perceptions: How do they affect entrepreneurial intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 257–272. <https://doi.org/10.1007/s11365-008-0093-0>
- Looi, K. H. (2020). Contextual Motivations for Undergraduates' Entrepreneurial Intentions in Emerging Asian Economies. *The Journal of Entrepreneurship*, 1–35. <https://doi.org/10.1177/0971355719893500>
- Lortie, J., & Castogiovanni, G. (2015). The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 935–957. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0358-3>

- Montes, A. M. (2018). *Competencias emocionales en la analisis de la intension emprendedora del alumnado universitario: Implicaciones para la educación en emprendimiento*.
- Mukhtar, S., Wardana, L. W., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2021). Does entrepreneurship education and culture promote students' entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial mindset. *Cogent Education*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1918849>
- Neneh, B. N. (2020). Entrepreneurial passion and entrepreneurial intention: the role of social support and entrepreneurial self-efficacy. *Studies in Higher Education*, 0(0), 1–17. <https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1770716>
- Núñez Ladeveze, L., & Núñez Canal, M. (2016). Noción de emprendimiento para una formación escolar en competencia emprendedora. *Revista Latina de Comunicacion Social*, 71, 1068–1089. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1135>
- Padilla-Meléndez, A., Fernández-Gámez, M. A., & Molina-Gómez, J. (2014). Feeling the risks: effects of the development of emotional competences with outdoor training on the entrepreneurial intent of university students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 861–884. <https://doi.org/10.1007/s11365-014-0310-y>
- Pavlou, P. A., & Fygenson, M. (2006). Understanding and predicting electronic commerce adoption: An extension of the theory of planned behavior. *MIS Quarterly*, 115–143. <https://doi.org/10.1109/GLOCOMW.2012.6477580>
- Perez, C. (2009). *Tecnica de análisis multivariante de datos. Aplicaciones con SPSS*. (Pearson Educación, Ed.). Madrid: España.
- Pradhan, R. K., & Nath, P. (2012). Perception of entrepreneurial orientation and emotional intelligence: a study on India's future techno-managers. *Global Business Review*, 13(1), 89–108. <https://doi.org/10.1177/097215091101300106>
- Puertas-Molero, P., Zurita-Ortega, F., Chacón-Cuberos, R., Castro-Sánchez, M., Ramírez-Granizo, I., & González-Valero, G. (2020). Emotional intelligence in the field of

- education: A meta-analysis. *Anales de Psicología*, 36(1), 84–91.
<https://doi.org/10.6018/analesps.345901>
- Rodriguez-gutierrez, P., & Javier, L. (2020). University Students ' Behaviour towards Entrepreneurial Intention in Ecuador: Testing for the Influence of Gender. *International Journal of Enviromental Reseach and Public Health*, 1–19.
- Rueda, S., Moriano, J., & Liñan, F. (2015). Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions. *Developing, Shaping and Growing Entrepreneurship*, (February), 60–78.
<https://doi.org/10.4337/9781784713584.00010>
- Rus-casas, C., Eliche-quesada, D., & Aguilar-peña, J. D. (2020). The Impact of the Entrepreneurship Promotion Programs and the Social Networks on the Sustainability Entrepreneurial Motivation of Engineering Students. *Sustainability*.
<https://doi.org/10.3390/su12124935>
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(2), 291–332. <https://doi.org/10.1111/etap.12087>
- Scott, S., & Venkataraman, S. (2000). (2010). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management. The Academy of Management Review*, 25(1), 217. *Source: The Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Stenholm, P., & Nielsen, M. S. (2019). Understanding the emergence of entrepreneurial passion: The influence of perceived emotional support and competences. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(6), 1368–1388. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-02-2018-0065>
- Tamayo, A.; Gamboa, L.; Cuji, B. (2018). La responsabilidad social corporativa en las universidades públicas de la zona tres de Ecuador. *Revista Científica Mundo de La Investigación y El Comocimiento*.
[https://doi.org/10.26820/recimundo/2.\(3\).julio.2018.297-328](https://doi.org/10.26820/recimundo/2.(3).julio.2018.297-328)

- To, C. K. M., Manuel, J., Martínez, G., Orero-blat, M., & Chau, K. P. (2020). Predicting motivational outcomes in social entrepreneurship : Roles of entrepreneurial self-efficacy and situational fit. *Journal of Business Research*, *121*(August), 209–222. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.022>
- Vaca, C. A. M. (2018). *Variables Socio-económicas en la Intención de Emprendimiento de Estudiantes Variables Socio-económicas en la Intención de Emprendimiento de Estudiantes Universitarios*. (February).
- Vaquero-Diego, M., Torrijos-Fincias, P., & Rodriguez-Conde, M. J. (2020). Relation between perceived emotional intelligence and social factors in the educational context of Brazilian adolescents. *Psicologia: Reflexao e Critica*, *33*(1), 1–10. <https://doi.org/10.1186/s41155-019-0139-y>
- von Grafenstein, L., & Gao, H. O. (2021). Infrastructure policy and public health: Evidence from OECD countries. *Science of the Total Environment*, *750*, 141157. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.141157>
- Weissberg, R. P., Goleman, D., Cherniss, C., & Extein, M. (2006). Emotional Intelligence: What Does the Research Really Indicate? *Educational Psychologist*, *41*(4), 239–245.
- Zamora, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: El caso de Ecuador. *Espacios*, *39*, 20.

5.4 ANEXOS

ANEXO A: PERFILES DE LOS EXPERTOS SELECCIONADOS PARA LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombres y Apellidos	Número de Cédula	Cargo Actual	Grado Académico
Héctor Emilio Hurtado Puga	1802323699	Coordinador de Carrera Facultad de Ciencias Humanas	Doctor en Ciencias de la Educación Mención Comunicación
Stalin Vladimir Parra Lahuate	1712780558	Jefe Nacional de Talento Humano Servicio de Rentas Internas	Doctor en Psicología
Esteban Francisco Ramos Moya	1803313665	Docente de la Pontificia Universidad Católica. Facultad de Psicología Organizacional	Doctor en Psicología
Francisco Vicente Soto Paredes	1706681440	Gerente de Consultoría Nacional e Internacional Paredes y Asociados	Magister en Gestión Estratégica Empresarial y Talento Humano
Jorge Francisco Abril Flores	1803035086	Docente de la Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Administración	Magister en Administración de Empresas

ANEXO B: VARIABLES E ÍTEMS DEL INSTRUMENTO AUTORIZADO

La intención empresarial de los estudiantes	<ul style="list-style-type: none">• Planeo comenzar un nuevo negocio dentro de los 5 años de completar mis estudios.• Ya he tomado algunos pasos hacia el inicio de mi propio negocio (por ejemplo, buscando información, discutiendo la idea con amigos, escribiendo un plan de negocios).• Estoy seguro de que comenzaré mi propio negocio dentro de los 5 años de completar mis estudios.• Es uno de mis objetivos profesionales convertirme en un emprendedor.
La Actitud emprendedora	<ul style="list-style-type: none">• Ser un empresario dentro de los 5 años de completar mis estudios sería muy ventajoso para mí.• Ser un empresario dentro de los 5 años de completar mis estudios sería bueno para mi carrera.• Me gustaría ser un empresario dentro de los 5 años de completar mis estudios.
Autoeficacia	<ul style="list-style-type: none">• Siento que soy capaz de definir una idea y una estrategia de negocio para una nueva empresa.• Siento que soy capaz de escribir un plan de negocios (realizar un estudio de mercado, un análisis financiero, etc.)• Siento que soy capaz de negociar y mantener relaciones de apoyo con potenciales inversionistas y bancos.• Siento que soy capaz de reconocer oportunidades para el desarrollo de nuevos productos y/o servicios.• Siento que soy capaz de establecer relaciones con personas clave para obtener el capital necesario para iniciar un nuevo negocio.
Norma Subjetivas	<ul style="list-style-type: none">• Mi familia cree que debería ser un empresario; la opinión de mi familia es importante para mí.• Las personas que son importantes para mí creen que debo convertirme en un empresario; las opiniones de las personas que son importantes para mí tienen una fuerte influencia sobre mí.• Las personas cuya opinión valoro se han convertido en empresarios durante los 5 años siguientes a la finalización de sus estudios.
Motivación	<ul style="list-style-type: none">• Me gusta empujarme a mejorar o a cumplir un cierto criterio de excelencia.• Me comprometo a trabajar para los objetivos de un grupo o una organización cuando me identifico con ellos.• Actúo rápidamente para aprovechar las oportunidades.• Soy persistente en trabajar para lograr mis metas, a pesar de los obstáculos y contratiempos.

ANEXO C: AUTORIZACIÓN PARA EL USO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

Reunirse ahora 6 Salguero Villavice...

Mover a Categorizar Posponer ... Metodología de Investigació
Ahora, <https://us02web.zoom>

AUTORIZACIÓN USO DE INSTRUMENTO

vfperéz <vfperéz@ugr.es> ...
Dom 18/07/2021 09:49 AM
Para: Salguero Villavicencio Yadira Mishell

Estimada Yadira,

espero que se encuentre bien en estos momentos delicados por la pandemia mundial. Por supuesto, puede usar el instrumento, está publicado, por lo que se puede replicar sin problemas haciendo uso de la referencia correspondiente:

- Fernández-Pérez, V., Montes-Merino, A., Rodríguez-Ariza, L., y Galicia, P. E. A. (2019). "Emotional competencies and cognitive antecedents in shaping student's entrepreneurial intention: the moderating role of entrepreneurship education". International Entrepreneurship and Management Journal, 15 (1), 281-305.

Ésta es la referencia correcta, en 2017 fue la fecha de publicación online.

Espero que le sea de utilidad,

un cordial saludo.

Virginia Fernández.

...

ANEXO D: VALIDACIÓN DE EXPERTOS

ANEXO

PLANILLA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO POR PARTE DEL EXPERTO

Objetivo del juicio del experto: Validar el contenido de prueba del instrumento de evaluación referente a Determinar la influencia entre la motivación como factor emocional con la intención emprendedora a través de la Teoría del Comportamiento Planificado en estudiantes de posgrado del centro del país.
Instrucción general: Para iniciar con el proceso de validación se solicita leer detenidamente la Guía de evaluación de experto, que se encuentra adjunta a este formulario

INFORMACIÓN GENERAL DEL EXPERTO

Nombres completos del juez: Esteban Francisco Ramos Moya
Institución en la cual labora: Human Choice
Cargo: Director
Email de contacto: human.choice.dho@gmail.com
Título de más alto nivel que posea: Maestría Doctorado Post doctorado
Años de docencia superior: 6 **Años de experiencia profesional:** 15
Número de investigaciones en las cuales ha participado: 3
Número de publicaciones que tenga (libros, papers, congresos): 4
Se siente comprometido de alguna manera con el autor de esta investigación SI NO
FECHA: 09/08/2020 **CODIGO:**

	ITEM	SUFICIENCIA	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
INTENCIÓN EMPRENDEDORA	· Planeo comenzar un nuevo negocio dentro de los 5 años de completar mis estudios.	4	4	4	3
	· Ya he tomado algunos pasos hacia el inicio de mi propio negocio (por ejemplo, buscando información, discutiendo la idea con amigos, escribiendo un plan de negocios).	4	4	4	4
	· Estoy seguro de que comenzaré mi propio negocio dentro de los 5 años de completar mis estudios.	4	4	4	3
	· Es uno de mis objetivos profesionales convertirme en un emprendedor.	4	4	4	3
	· Ser un empresario dentro de los 5 años de completar mis estudios sería muy ventajoso para mí.	4	4	4	3
	· Ser un empresario dentro de los 5 años de completar mis estudios sería bueno para mi carrera.	4	4	4	3
	· Me gustaría ser un empresario dentro de los 5 años de completar mis estudios.	4	4	4	3
	· Siento que soy capaz de definir una idea y una estrategia de negocio para una nueva empresa.	4	4	4	4
	· Siento que soy capaz de escribir un plan de negocios (realizar un estudio de mercado, un análisis financiero, etc.)	4	4	4	4
	· Siento que soy capaz de negociar y mantener relaciones de apoyo con potenciales inversionistas y bancos.	4	4	4	4
	· Siento que soy capaz de reconocer oportunidades para el desarrollo de nuevos productos y/o servicios.	4	4	4	4
	· Siento que soy capaz de establecer relaciones con personas clave para obtener el capital necesario para iniciar un nuevo negocio.	4	4	4	4
	· Mi familia cree que debería ser un empresario; la opinión de mi familia es importante para mí.	4	4	4	3
· Las personas que son importantes para mí creen que debo convertirme en un empresario; las opiniones de las personas que son importantes para mí tienen una fuerte influencia sobre mí.	4	4	4	3	
· Las personas cuya opinión valoro se han convertido en empresarios durante los 5 años siguientes a la finalización de sus estudios.	4	4	4	3	
	ITEM	SUFICIENCIA	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
MOTIVACIÓN	· Me gusta empujarme a mejorar o a cumplir un cierto criterio de excelencia.	4	4	4	4
	· Me comprometo a trabajar para los objetivos de un grupo o una organización cuando me identifiqué con ellos.	4	4	4	3
	· Actúo rápidamente para aprovechar las oportunidades.	4	4	4	4
	· Soy persistente en trabajar para lograr mis metas, a pesar de los obstáculos y contratiempos.	4	4	4	4

ING. ESTEBAN RAMOS
EXPERTO

ANEXO

PLANILLA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO POR PARTE DEL EXPERTO

Objetivo del juicio del experto: Validar el contenido de prueba del instrumento de evaluación referente a Determinar la influencia entre la motivación como factor emocional con la intención emprendedora a través de la Teoría del Comportamiento Planificado en estudiantes de posgrado del centro del país.

Instrucción general: Para iniciar con el proceso de validación se solicita leer detenidamente la Guía de evaluación de experto, que se encuentra adjunta a este formulario

INFORMACIÓN GENERAL DEL EXPERTO

Nombres completos del juez:

STALIN WLADIMIR PARRA LAHUATE

Institución en la cual labora:

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Cargo:

COORDINADOR NACIONAL DE TALENTO HUMANO

Email de contacto:

swparra@sri.gob.ec / stalin.parra.lahuate@gmail.com

Título de más alto nivel que posea:

Maestría Doctorado Post doctorado

Años de docencia superior:

12 25

Número de investigaciones en las cuales ha participado

Años de experiencia profesional: 15

Número de publicaciones que tenga (libros, papers, congresos)

Se siente comprometido de alguna manera con el autor de esta investigación

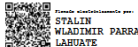
SI NO

FECHA:

10-ago-21

CODIGO:

	ITEM	SUFICIENCIA	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
INTENCIÓN EMPRENDEDORA	- Planeo comenzar un nuevo negocio dentro de los 5 años de completar mis estudios.	4	4	4	4
	- Ya he tomado algunos pasos hacia el inicio de mi propio negocio (por ejemplo, buscando información, discutiendo la idea con amigos, escribiendo un plan de negocios).	4	4	4	4
	- Estoy seguro de que comenzaré mi propio negocio dentro de los 5 años de completar mis estudios.	4	4	4	4
	- Es uno de mis objetivos profesionales convertirme en un emprendedor.	4	4	4	4
	- Ser un empresario dentro de los 5 años de completar mis estudios sería muy ventajoso para mí.	4	4	4	4
	- Ser un empresario dentro de los 5 años de completar mis estudios sería bueno para mi carrera.	4	4	4	4
	- Me gustaría ser un empresario dentro de los 5 años de completar mis estudios.	4	4	4	4
	- Siento que soy capaz de definir una idea y una estrategia de negocio para una nueva empresa.	4	4	4	4
	- Siento que soy capaz de escribir un plan de negocios (realizar un estudio de mercado, un análisis financiero, etc.)	4	4	4	4
	- Siento que soy capaz de negociar y mantener relaciones de apoyo con potenciales inversionistas y bancos.	4	4	4	4
	- Siento que soy capaz de reconocer oportunidades para el desarrollo de nuevos productos y/o servicios.	4	4	4	4
	- Siento que soy capaz de establecer relaciones con personas clave para obtener el capital necesario para iniciar un nuevo negocio.	4	4	4	4
	- Mi familia cree que debería ser un empresario; la opinión de mi familia es importante para mí.	4	4	4	4
- Las personas que son importantes para mí creen que debo convertirme en un empresario; las opiniones de las personas que son importantes para mí tienen una fuerte influencia sobre mí.	4	4	4	4	
- Las personas cuya opinión valoro se han convertido en empresarios durante los 5 años siguientes a la finalización de sus estudios.	4	4	4	4	
	ITEM	SUFICIENCIA	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
MOTIVACIÓN	- Me gusta empujarme a mejorar o a cumplir un cierto criterio de excelencia.	4	4	4	4
	- Me comprometo a trabajar para los objetivos de un grupo o una organización cuando me identifico con ellos.	4	4	4	4
	- Actúo rápidamente para aprovechar las oportunidades.	4	4	4	4
	- Soy persistente en trabajar para lograr mis metas, a pesar de los obstáculos y contratiempos.	4	4	4	4



DR. STALIN PARRA L.
EXPERTO

ANEXO D: AUTORIZACIÓN PARA TOMA DE DATOS



Dirección de Posgrado
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN,
VINCULACIÓN Y POSGRADO

en movimiento

Oficio No. 025- TDP- DP-UNACH- 2021

Riobamba, 02 de marzo de 2021

Señores.
Coordinadores de Posgrado
Presente.

De mi consideración:

Reciba un cordial y atento saludo y el mejor de los deseos en sus funciones tan acertadamente encomendadas.

A petición del Dr. Lexington Cepeda y con aprobación del Dr. Roberto Villamarin Director de Posgrado me dirijo a ustedes con el fin de solicitarles de la manera más comedida, le puedan ayudar a la Ing. Yadira Salguero a realizar una encuesta sobre su trabajo de investigación, es por eso que la compañera antes mencionada se va contactar con cada uno de ustedes para que por su intermedio, puedan ayudarlo con un máximo de 5 minutos a presentar su encuesta en cada uno de los módulos impartándose, además se mencionó en reunión que la compañera les ha va proveer del enlace el Google Drive, para que por su intermedio se pueda colocar en el aula virtual con el fin de que cada estudiante pueda contestar dicha encuesta elaborada por la Ing. Yadira Salguero.

Particular que pongo en su conocimiento para los fines pertinentes.

Por la atención prestada le quedo muy agradecido

Atentamente,

Ing. Danny Maldonado Ch. MBA
TÉCNICO DOCENTE DE POSGRADO