

Actitud de emprendimiento un factor influyente en el entorno económico y financiero en el emprendimiento

Gutiérrez-Zavala Asael¹, Rico-Cornejo Alejandra Guadalupe², Rojas-López Carolina³, Dr. López-Lemus Jorge Armando⁴

¹Estudiante de la Licenciatura en Gestión Empresarial, Universidad de Guanajuato

²Estudiante de la Licenciatura en Gestión Empresarial, Universidad de Guanajuato

³Estudiante de la Licenciatura en Gestión Empresarial, Universidad de Guanajuato

⁴Profesor - investigador, Universidad de Guanajuato

a.gutierrezzavala@ugto.mx¹

ag.ricocornejo@ugto.mx²

c.rojaslopez@ugto.mx³

lopezja@ugto.mx⁴

Resumen

El objetivo principal radica en conocer la influencia que ejerce la actitud emprendedora sobre el entorno económico y financiero en la era del COVID-19. Para ello se emplea una muestra de 127 universitarios emprendedores. Los resultados muestran que la actitud emprendedora influye positiva y significativamente sobre el entorno económico y financiero en la era del COVID-19.

Palabras clave: actitud emprendedora, ambiente emprendedor, entorno económico, entorno financiero, COVID-19

Actitud emprendedora universitaria

La actitud emprendedora en la universidad está estrechamente relacionada con las intenciones y convertirse en emprendedor, al mismo tiempo, tiene un gran impacto en la promoción de las intenciones empresariales y convertirse en emprendedor; es por ello que las actitudes emprendedoras afectan las futuras elecciones profesionales, por lo que es importante fomentar una actitud empresarial positiva desde la escuela primaria (Hintikka, Taipale-Eräväla, Lehtinen, & Eskola, 2022).

De igual manera, la actitud emprendedora es el nivel de evaluación positiva o negativa de una persona al realizar un comportamiento particular; la actitud hacia el emprendimiento universitario tiene una relación positiva con la intención emprendedora ya que una persona que tiene una actitud positiva hacia el emprendimiento tiende a preferir el autoempleo (Azizuddin, Al Mamun, & Dahlan, 2020).

Por su parte, el espíritu emprendedor universitario se puede definir como la mentalidad que se enfoca en lograr un objetivo, en este caso crear una empresa o negocio, y así influir en las acciones del emprendedor para lograr el objetivo; así mismo los jóvenes que no tienen familia ni otras obligaciones son los que, en su mayoría, tienden a montar sus propios negocios (Renart, Vall-llosera, Saurina, & Serra, 2022).

La actitud emprendedora en la universidad identifica patrones de comportamiento empresarial, incluidas las actitudes que impulsan a las personas a participar en los negocios, refleja como las posiciones estratégicas de una empresa dan forma a las prácticas y el comportamiento empresarial; es decir, la actitud emprendedora en la empresa debe reflejar métodos y prácticas específicas de toma de decisiones empresariales, incluye la toma de riesgos, la innovación y una actitud proactiva para mejorar el desempeño (Kwame & Abekah, 2019).

Dentro de la actitud emprendedora universitaria se tiene como principal motivo el vínculo entre la intención y la acción, ya que el motivo dirige a una persona a realizar ciertos comportamientos hacia un objetivo particular (Cerqueti, Lucarelli, Marinelli, & Micozzi, 2020).

Entorno Económico y Financiero en el Emprendimiento

Uno de los principales factores que se llevan a cabo en el emprendimiento universitario específicamente en la creación de nuevas iniciativas empresariales radica específicamente en los planes de negocio. En este sentido, existen diversas variables de las cuales influyen en el éxito del emprendimiento y una de ellas radica en el desarrollo en el ámbito económico (Mayer, Blanco, Alonso, & Charles, 2020) y financiero (Correa, Ramírez, & Castaño, La importancia de la laneacionn financieran la elaboración los planes de negocio su impacto en el desarrollo empresarial, 2010).

Uno de los principales motores de crecimiento de las regiones está basada en el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyME) ya que estas son las que promueven el fortalecimiento económico de la región como de las naciones. En México, las Mipymes son una de las iniciativas empresariales que más generan el 72% del empleo y aportan el 52% al producto interno bruto (PIB) de la nación y representan el 99.8% de los establecimientos del país (CE, 2021).

De acuerdo con el instituto del fracaso en México, el entorno económico como el financiero representa el 65% de los principales factores de fracaso en el emprendimiento empresarial universitario (FailureInstitute, 2018) representando y es por ello por lo que, es necesario generar estrategias que fortalezcan el desarrollo económico y financiero de las iniciativas empresariales para que se puedan posicionar en un mercado altamente competitivo y con ello lograr el éxito.

El entorno de desarrollo económico y financiero para el emprendimiento se define como una estrategia en la que se identifica y se analiza los factores de costo e inversión, así como la viabilidad en el mercado del bien o servicio que se pretende emprender, describiendo puntualmente las parte técnica y financiera de la operatividad del negocio (Correa, Ramírez, & Castaño, La importancia de la laneacionn financieran la elaboración los planes de negocio su impacto en el desarrollo empresarial, 2010; Meléndez, 2005).

Asimismo, Yao, Wu y Long, (2016) consideran que el entorno económico y financiero en el emprendimiento universitario es un factor que se deben analizar constantemente debido a que el emprendedor contará con la información sobre el desarrollo económico así como situación financiera actual de su emprendimiento. De la misma forma, los autores consideran que el entorno económico es una factor relevante en la identificar áreas de oportunidad para seguir emprendiendo a través de la diversificación de productos y servicios a través del análisis de la competencia (Yao, Wu, & Long, 2016)

En base a lo anterior y sobre la importancia que conlleva el entorno económico y financiero en el emprendimiento, se establecen las siguientes hipótesis:

H₁. La actitud emprendedora universitaria se relaciona de manera positiva y significativa con el entorno económico y financiero.

H₂. La actitud emprendedora universitaria influye de manera positiva y significativa sobre el entorno económico y financiero.

Metodología

El método empleado fue de corte cuantitativo debido a que se utilizaron cuestionarios que permitieron medir las variables seleccionadas fenómeno estudiado. De la misma forma, el método aplicado en el presente estudio fue explicativo ya que se pretendió tener un enfoque generalizado y aproximado de las variables que se seleccionaron, en este sentido, actitud emprendedora universitaria en relación con ambiente emprendedor. Asimismo, el corte metodológico fue transversal, debido a que se aplicaron los cuestionarios en un solo momento a los participantes con la finalidad de analizar estadísticamente las variables seleccionadas.

Muestra

El tipo de muestreo aplicado en la investigación fue no probabilístico intencional. En cuento a los criterios incluyentes para la muestra fue específicamente estudiantes universitarios emprendedores que tuvieran en al menos un año en la gestión y posicionamiento de un emprendimiento en el mercado algún producto o servicio. Para el levantamiento de la información, se diseñó una plataforma en un servidor de internet en el cual los participantes ingresaron para contestar los instrumentos. De esta manera, se logró obtener una muestra de 127 participantes, la cual se describe en la tabla 1.

Tabla 1. Estadística descriptiva de la muestra.

	Muestra (n)	Porcentaje
Sexo		
Masculino	63	49.6%
Femenino	64	50.4%
Edad		
Menos de 30 años	105	82.6%
31 a 40 años	8	6.3%
41 a 50 años	8	6.3%
Más de 51 años	6	4.7%
Escolaridad		
Licenciatura	120	94.5%
Posgrado	7	5.5%
Sector		
Comercio	78	61.4%
Industria	16	12.6%
Servicios	33	26%

Para el análisis estadístico descriptivo de los datos obtenidos, se utilizó el software estadísticos *SPSS Statistics v.25* y para la comprobación de las hipótesis establecidas, se desarrolló un modelo de regresión lineal por medio del software estadístico especificado anteriormente.

Una vez obtenida la información referente a los instrumentos que permitían medir las variables seleccionadas para este estudio, se procedió a realizar una correlación entre las variables. De esta manera, se demuestra que existe una relación de ($r=0.408$; $p<0.01$) positiva y significativa entre actitud emprendedora universitaria y entorno económico y financiero medidas a través del coeficiente de correlación de Pearson mostradas en la tabla 2.

Tabla 2. Estadística descriptiva: media, desviación estándar, varianza y correlación de variables.

Variables	Media	Desviación estándar	Varianza	1	2
Actitud emprendedora universitaria	5.62	0.92	0.84	1.00	
Entorno económico y financiero	5.67	1.15	1.32	0.408*	1.0

* $p<0.01$

Confiabilidad y validez de los instrumentos

Para medir la confiabilidad de la escala del ambiente emprendedor universitario se empleó la escala desarrollada por Phan, Wong, y Wang, (2002); este instrumento está conformado a partir de 10 ítems. Para medir el entorno económico y financiero, se empleó la escala desarrollada por Yao, Wu, y Long, (2016); este instrumento está conformado a partir de 2 ítems. Ambos instrumentos emplean una escala de Likert de 7 puntos, donde 1 representa "totalmente en desacuerdo" y 7 "totalmente de acuerdo". Para medir la

consistencia interna de los instrumentos, se calcularon a través Alfa de Cronbach tanto para el instrumento el ambiente emprendedor ($\alpha=0.89$), como para la escala el entorno económico y financiero ($\alpha=0.76$), mismas que resultaron ser satisfactorias (Cronbach, 1951; Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017; Tavakol & Dennick, 2011).

En cuanto a la validez del constructo, se desarrolló un análisis factorial confirmatorio (AFC) de los cuestionarios bajo un método estadístico de extracción por métodos principales, considerando una rotación ortogonal varimax con la finalidad de maximizar las estimaciones a través de las cargas a nivel factor, es decir, que cada una de las variables observables sea representativa en cada uno de los componentes encontrados (Méndez & Rondón, 2012), manteniendo aquellos ítems cuyas estimaciones en las cargas factoriales sean igual o superior a 0.40 (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017). En este sentido, el análisis de la adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO=0.877) y la prueba de esfericidad de Bartlett ($\chi^2_{(66)} = 745.56$; $p < 0,000$) resultaron ser suficientemente satisfactorios (Correa, Iral, & Rojas, Estudio de potencia de pruebas de homogeneidad de varianza., 2006; Kaiser, 1970) mismos que explican el 59.71% de la varianza total explicada ($\Delta R^2=59.71$) del fenómeno estudiado.

Tabla 3. Análisis factorial confirmatorio.

Matriz de componente rotado ^a		
	Actitud emprendedora universitaria	Entorno económico y financiero
AE1	.641	
AE2	.776	
AE3	.813	
AE4	.747	
AE5	.681	
AE6	.741	
AE7	.611	
AE8	.805	
AE9	.629	
AE10	.700	
AE.EE1		.828
AE.EE2		.756

Resultados

Para la comprobación de las hipótesis establecidas se utilizó el siguiente diagrama y se llegaron a los siguientes resultados.

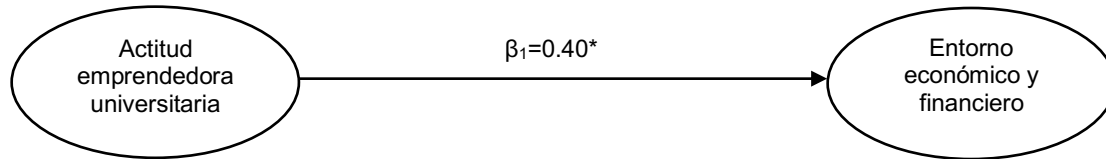


Figura 1. Carga estructural estandarizado calculado a través de la regresión lineal.

* $p < 0.01$

Para comprobar la hipótesis H₁: La actitud emprendedora universitaria se relaciona de manera positiva y significativa con el entorno económico y financiero, se consideró el análisis estadístico realizado a través de la correlación entre las variables estudiadas. Por lo tanto, se demuestra que existe una correlación positiva y significativa ($r=0.408$; $p<0.001$) entre las variables referentes a la actitud emprendedora y el entorno económico y financiero medidos a través del coeficiente de correlación de Pearson (Bonnet & Wright, 2000; Pearson, 1929; 1931). De esta manera, la hipótesis H₁ es aceptada.

Para evaluar la hipótesis H₂ La actitud emprendedora universitaria influye de manera positiva y significativa sobre el entorno económico y financiero, se consideró el resultado de la carga estructural (β_1) obtenido de la regresión lineal. En este sentido, se demuestra que la actitud emprendedora universitaria es un factor que influye de manera positiva y significativa sobre ambiente emprendedor ($\beta_1=0.40$; $p<0.01$). Es por ello, que se cuenta con suficiente evidencia estadística para afirmar que la actitud emprendedora universitaria es un factor influyente en el entorno económico y financiero en el estado de Guanajuato. De esta manera, se acepta la hipótesis H₂.

Conclusiones

Después de verificar y analizar los resultados presentados en la tabla 3, la hipótesis H₁ La actitud emprendedora se relaciona de manera positiva y significativa con el entorno económico y financiero y la hipótesis H₂: La actitud emprendedora universitaria influye de manera positiva y significativa sobre el entorno económico y financiero, fueron aceptadas.

Para llevar una actitud de emprendimiento universitario los emprendedores deben de contar con conocimientos y habilidades para desarrollar un proyecto emprendedor, así como tener la capacidad de enfrentar desafíos y, a su vez, contar con habilidades para resolver problemas laborales individuales.

Para contar con un entorno económico y financiero es necesario que el desarrollo económico y la situación actual sean buenas para el emprendimiento, además de que la competencia en el mercado actual debe promover áreas de oportunidad para emprender.

Referencias/Bibliografía

- Azizuddin, T., Al Mamun, A., & Dahlan, M. (06 de Abril de 2020). Attitude towards entrepreneurship: a study among Asnaf Millennials in Malaysia. *Emerald Publishing Limited*, 14(2), 2-14. doi:10.1108/APJIE-06-2019-0044
- Bonnet, D., & Wright, T. (2000). Simple size requirements for estimating Pearson, Kendall and Sperman correlations. *Psicometrika*, 65(1), 23-28. doi:10.1007/BF02294183.

- CE. (2021). *EL INEGI PRESENTA LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO SOBRE LA DEMOGRAFÍA DE LOS NEGOCIOS 2021*. CDMX: INEGI.
- Cerqueti, R., Lucarelli, C., Marinelli, N., & Micozzi, A. (27 de Abril de 2020). Teams in new ventures: gender, human capital and motivation. *Emerald Publishing Limited*, 12(2). doi:10.1108/IJGE-07-2019-0115
- Correa, J., Iral, R., & Rojas, L. (2006). Estudio de potencia de pruebas de homogeneidad de varianza. *Revista Colombiana de Estadística*, 29(1). Pp. 57-76. .
- Correa, J., Ramírez, L., & Castaño, C. (2010). La importancia de la planeación financiera en la elaboración los planes de negocio su impacto en el desarrollo empresarial. *Rev.fac.cienc.econ*, Vol. XVIII (1), pp. 179-194.
- Cronbach, L. (Septiembre de 1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, pp 297-335. doi:https://doi.org/10.1007/BF02310555
- FailureInstitute. (2018). Fortaleciendo las capacidades para el emprendimiento en México: Un análisis del fracaso en emprendedores universitarios. CDMX: Fuckup.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares Structural Equation* (Vol. 2). PLS-SEM.
- Hintikka, J., Taipale-Eräväla, K., Lehtinen, U., & Eskola, L. (27 de Mayo de 2022). Let's be entrepreneurs – Finnish youth's attitudes toward entrepreneurship. *Emerald*, 1-19. doi:10.1108/JEC-07-2021-0099
- Jöreskog, K., & Sörbom, D. (1981). *ISREL: Analysis of linear structural relationships by maximum likelihood and least squares methods*. Chicago, IL: National Education Resources.
- Kaiser, H. (1970). A second generation Little Jiffy. *Psychometrika*, 35, pp. 401-415.
- Kwame, R., & Abekah, S. (02 de Septiembre de 2019). Marketing and entrepreneurial: the nexus. *Emerald Publishing Limited*, 13(2), 168-187. doi:10.1108/APJIE-12-2018-0072
- López-Lemus, J., & Zavala, M. (2019). Validación del inventario de habilidades políticas de Ferris mediante análisis factorial de segundo orden. *D. Vargas, Aspectos Metodológicos para la investigación social: Modelos de ecuaciones estructurales*, 153-175.
- Lux, A., Romero, F., & Ann, K. (03 de Agosto de 2020). Putting the entrepreneur back into entrepreneurial ecosystems. *Emerald Publishing Limited*, 26(5), 1011-1041. doi:10.1108/IJEER-01-2020-0031
- Mayer, E., Blanco, F., Alonso, M., & Charles, J. (2020). Emprendimiento y crecimiento económico: El sistema mexicano de incubadoras de negocios. *Revista de Ciencias Sociales*, Vol. XXVI, núm. 1, pp. 107-127.
- Meléndez, H. (2005). *Plan de negocios y análisis de inversiones*. . Bucaramanga: Universidad Santo Tomás.
- Méndez, C., & Rondón, M. (2012). Introducción al análisis factorial exploratorio. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 41(1). pp. 197-207.
- Muthén, B., & Muthén, L. (2010). *Mplus Version 5.0 statistical analysis with latent variables: User's Guide* (Vol. 6). Los Angeles, CA.
- Pearson, E. S. (1929). Some notes on sampling tests with two variables. *Biometrika*, 21, 337-360. doi:10.2307/2332565
- Pearson, E. S. (1931). The test of significance for the correlation coefficient. *Journal of the American Statistical Association*, 26, 128-134. doi:10.2307/2278641

- Phan, P., Wong, P., & Wang, C. (2002). Antecedents to entrepreneurship among university students in Singapore: beliefs, attitudes and background. *Journal of Enterprising Culture*, 10(2), 151-174. doi:10.1142/S0218495802000189
- Renart, G., Vall-Ilosera, L., Saurina, C., & Serra, L. ("8 de Enero de 2022). Entrepreneurship analysis in Spanish universities. *Emerald Publishing Limited*, 12(1), 178-190. doi:10.1108/HESWBL-11-2020-0248
- Rigdon, E. (1996). CFI versus RMSEA: A comparison of two fit indexes for structural equation modeling. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 3/4, pp. 369-379. doi:10.1080/10705519609540052
- Salati, G., Sadao, E., Lopes, A., & Mecchi, A. (29 de Marzo de 2022). Junior enterprise and entrepreneurial behavior in Brazil. *Emerald Publishing Limited*, 19(2), 156-172. doi:10.1108/INMR-09-2020-0119
- Shwetzter, C., Maritz, A., & Nguyen, Q. (15 de Agosto de 2019). Entrepreneurial ecosystems: a holistic and dynamic approach. *Emerald Publishing Limited*, 1(2), 79-95. doi:10.1108/JIUC-03-2019-0007
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbac's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53-55. doi:0.5116/ijme.4dfd.8dfd.
- Tucker, L., & Lewis, C. (1973). A reliability coefficient for maximum likelihood factor analysis. *Psychometrika*, 38(1), pp. 1-10. doi:10.1007/BF02291170.
- Yao, X., Wu, X., & Long, D. (2016). University students' entrepreneurial tendency in China: Effect of students' perceived entrepreneurial environment. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 8 (1). pp. 60-81. Doi: 10.1108/JEEE-03-2015-0021 .