



Factores críticos de la actitud emprendedora de los alumnos de las áreas económico-administrativas. Caso de estudio: Ciudad de México

Chiatchoua, Cesaire; Lozano Arizmendi, Carmen

Factores críticos de la actitud emprendedora de los alumnos de las áreas económico-administrativas. Caso de estudio: Ciudad de México

CIENCIA *ergo-sum*, vol. 31, 2024 | e228

Ciencias Humanas y de la Conducta

Universidad Autónoma del Estado de México, México

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional.



Chiatchoua, C. y Lozano Arizmendi, C. (2024). Factores críticos de la actitud emprendedora de los alumnos de las áreas económico-administrativas. Caso de estudio: Ciudad de México. *CIENCIA ergo-sum*, 31. <http://doi.org/10.30878/ces.v31n0a13>

Factores críticos de la actitud emprendedora de los alumnos de las áreas económico-administrativas. Caso de estudio: Ciudad de México

Critical factors of the entrepreneurial attitude of the students of the economic-administrative areas. Case study Mexico City

Cesaire Chiatchoua*

Instituto Politécnico Nacional, México

cchiatchoua@ipn.mx

 <http://orcid.org/0000-0001-8915-7562>

Recepción: 18 de junio de 2021
Aprobación: 7 de diciembre de 2022

Carmen Lozano Arizmendi

Universidad Anáhuac México, México

mcarmen.lozano@anahuac.mx

 <http://orcid.org/0000-0002-8579-4027>

RESUMEN

Se estudia el grado de asociación entre los factores de emprendimiento y la actitud emprendedora de los alumnos de las áreas económico-administrativas en un instituto de educación superior de la Ciudad de México mediante un modelo de ecuaciones estructurales (Structural Equations Modeling). Los resultados muestran que cinco valores son mayores a 0.90 y corresponden a perfil psicológico vs. actitud para emprender (0.984), intención emprendedora (0.910) y personalidad vs. actitud para emprender (0.945), intención emprendedora (0.921) y perfil psicológico (0.952). Por lo tanto, la asociación entre el gobierno, la empresa y la universidad es fundamental para la formación de la actitud emprendedora de los jóvenes universitarios. Para llevar a cabo el emprendimiento, los jóvenes enfrentan diversos factores tanto internos como externos.

PALABRAS CLAVE: jóvenes universitarios, empleo, actividad económica, PLS-PM, México.

ABSTRACT

The degree of association between entrepreneurship factors and the entrepreneurial attitude of students in economic-administrative areas of a higher education institute in Mexico City is studied using a Structural Equations Modeling model. The results show that five values are greater than 0.90 and correspond to Psychological Profile vs. Attitude to undertake (0.984), Entrepreneurial Intention (0.910) and Personality vs. Attitude to undertake (0.945), Entrepreneurial Intention (0.921) and Profile psychological (0.952). Therefore, the association between the government, the company and the university is essential for the formation of the entrepreneurial attitude of young university students. To carry out entrepreneurship, young people face various factors, both internal and external.

KEYWORDS: university students, employment, economic activity, PLS-PM, Mexico.

INTRODUCCIÓN

Las diferentes crisis alrededor del mundo y, en especial, en América Latina han aumentado el desempleo en los países, lo cual contribuye a la desigualdad. Como ejemplo, se tiene la crisis financiera de 2008 en Estados Unidos y la crisis de la pandemia COVID-19 de 2020. Para la OIT (2019), la tasa de desempleo para personas entre 15 y 24 años en el mundo era de 11.8% y, en forma de comparación, el desempleo promedio de los jóvenes de los países de la OCDE (2019) era de 11.7 %. Estos porcentajes evidencian que la ocupación laboral de los jóvenes se encontraba en una situación preocupante mucho antes de la crisis pandémica.

Ahora, en 2020 con el anuncio de la pandemia COVID-19, la economía mundial sufrió graves repercusiones tanto en la disminución de salarios y prestaciones como en el cierre de negocios, principalmente los negocios

*AUTOR PARA CORRESPONDENCIA

cchiatchoua@ipn.mx

pequeños, según Aguayo-Téllez y Mancha-Torres (2022). El confinamiento impuesto favoreció la caída del empleo formal e informal. De acuerdo con Moctezuma Pérez y Murguía Salas (2021), México registró una pérdida de más de doce millones de empleos de marzo a abril de 2020, es decir, justo a dos meses del inicio y a un mes de confinamiento. Frente a este escenario global de desempleo, la actividad emprendedora aparece como una posible solución para el autoempleo y la necesidad de generar ingresos, de modo que el emprendimiento ha despertado un gran interés en los últimos años. Según Ortiz García (2016), este panorama responde a la necesidad de dinamizar el empleo, en especial en economías subdesarrolladas.

Por otra parte, en el caso de México se vislumbra escasa claridad referente a la actividad emprendedora, siendo que esta actividad un mecanismo que permite la inserción laboral de la población. Cabe mencionar que existen 31.2 millones de jóvenes en México, que radican, sobre todo, en el Estado de México, Ciudad de México, Jalisco, Veracruz, Puebla, Guanajuato, Nuevo León y Chiapas; de acuerdo con esta cifra, es crucial estudiar el emprendimiento en la población joven.

Así, para que el emprendimiento contribuya al desarrollo de las naciones es imprescindible considerar la asociación entre el gobierno, empresa y universidad, así como ciertos factores inherentes al emprendedor que son externos. En este contexto, existen varios elementos internos y externos que impactan en la actitud emprendedora como son los factores institucionales, académicos, el perfil psicológico o la intención emprendedora. Lo anterior permite preguntar lo siguiente: ¿Cuál es el grado de asociación entre los factores de emprendimiento y la actitud emprendedora de los alumnos de las áreas económico-administrativas en un instituto de educación superior de la Ciudad de México?

El análisis de las características de la actitud emprendedora lleva a plantear el objetivo de esta investigación: estudiar el grado de asociación entre los factores de emprendimiento y la actitud emprendedora de los alumnos de las áreas económico-administrativas en un instituto de educación superior de la Ciudad de México mediante el PLS-PM1.^[1]

Puesto que se trata de un fenómeno actual y de conclusiones que se no se pueden generalizar a una población más grande, esta investigación se realizó mediante el método de estudio de caso (Martínez Carazo, 2006; Cepeda Carrión, 2006).

Además, este artículo también busca aportar al escaso marco teórico sobre el emprendimiento universitario (Borrayo-Rodríguez *et al.*, 2019). El documento está estructurado de la siguiente manera: además de la introducción, se detallan en el marco teórico los factores críticos de la actitud emprendedora, así como su modelo. El apartado dos presenta el modelo de ecuaciones estructurales (Structural Equations Modeling, SEM) utilizado para determinar los factores críticos de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios. El apartado tres muestra los resultados del modelo. Por último, en el apartado cuatro, se discuten los resultados de la investigación y en la parte final se presentan las conclusiones.

1. MARCO TEÓRICO

En este apartado se describen las variables de investigación. En la primera parte, se discute el concepto de *actitud emprendedora*, después se detallan los elementos del modelo teórico y al final se plantean las hipótesis de este estudio.

1. 1. Actitud emprendedora

La actividad de emprendimiento es tan vieja como lo es la existencia del hombre y sus diferentes actividades. El hombre siempre ha buscado la manera de subsistir a sus necesidades desarrollando proyectos que además favorezcan su crecimiento económico y el de su comunidad, tal es el caso de la creación de empleos (Ortiz García, 2016). Este marco indica que el ser humano trae los cimientos de emprender. Bajo este contexto, el emprendedor, apunta Drucker (1985), es aquel empresario que es innovador, es decir, la persona que es responsable de crear un producto o mejorar uno existente y que a su vez el mercado le genere satisfacción al consumirlo.

El emprendimiento, entonces, es la capacidad del emprendedor de romper con la inercia, crear negocios (Guachimposa *et al.*, 2019) y desarrollar productos o servicios que respondan de manera puntual a las necesidades de la sociedad. Las dificultades son parte clave del emprendimiento porque el logro del éxito implica mayores sacrificios. Cabe señalar que para esta investigación emprendimiento se considera como actitud emprendedora. Esta última se asocia a un beneficio económico, social, cultural y educacional para el desarrollo científico.

1. 2. Descripción del modelo teórico

En este subapartado se muestra el modelo teórico que está constituido por los factores que influyen en el desarrollo de la actitud emprendedora. En otras palabras, se propone un modelo teórico que resalta la asociación entre los factores de emprendimiento y la actitud emprendedora.

A fin de identificar el soporte para el modelo propuesto, a continuación se describen cada uno de los factores que afectan la actitud emprendedora.

1. 2. 1. *Apoyo institucional*

Toda actividad dentro de la sociedad debe ser reglamentada por leyes y reglas que permitan a los diferentes actores moverse y ser reconocidos. La actividad emprendedora debe seguir ciertas reglas para evitar acciones que destruyan el equilibrio dentro de la sociedad. En este sentido, Paz Morales y Farfán González (2017) comentan que los factores institucionales se distinguen por lo regulatorio, normativo y cognitivo; por tanto, se conforman en función de las instituciones, las normas y valores socialmente construidos desde la cultura, así como las significaciones, habilidades y conocimientos que se generan.

1. 2. 2. *Apoyo académico*

La educación como indicador de crecimiento económico ha sido un tema muy discutido, los puntos de vista varían según los estudios, y también el aporte del emprendimiento al crecimiento económico. Pero, ¿existe una relación entre la educación y la actitud emprendedora? A esa pregunta, se presentan dos resultados contradictorios. De acuerdo con Blanchflower (2004), la relación entre emprendimiento y educación es positivamente significativa. Por su parte, Canales-García *et al.* (2017) agregan que la falta de calificación de los emprendedores (nivel básico de escolaridad) repercute de manera negativa sobre la permanencia del incipiente negocio en el mercado.

Estas conclusiones se contraponen a los resultados de Soria-Barreto *et al.* (2016), cuyo interés radica en mostrar que las variables demográficas, la capacidad percibida y la educación para emprender ayudan a explicar la intención de emprender. Los resultados muestran que, de un modo global, la intención de emprender fue afectada negativamente por el curso. Es decir, que la educación (en este caso, el curso de capacitación o de actualización) no ayudó a desarrollar la intención de emprender de los jóvenes universitarios.

1. 2. 3. *Perfil de personalidad*

La personalidad se refiere a un conjunto de sentimientos, pensamientos y comportamientos que caracterizan a una persona. El perfil de la personalidad en el ámbito del emprendimiento ha sido abordado por varios autores como Mora Pabón (2011) y Velásquez Fernández (2012). De tal modo, el emprendedor tiene la capacidad de evaluar sus capacidades y habilidades para desarrollar una actividad, lo que le permitirá adquirir un cierto nivel de confianza para implementar su nuevo negocio.

1. 2. 4. Perfil psicológico

La actividad de emprender es muy compleja, ya que abarca aspectos visuales como el físico del emprendedor, el producto o servicio que genera y otros aspectos que no se pueden ver, como el psicológico, además del entorno que lo rodea. Estos factores generan un espíritu propio a la persona. Para Saboia-Leitão y Martín-Cruz (2006), el espíritu emprendedor, manifestado en sus diversas formas, es factor preponderante del desarrollo, de la innovación y del bienestar social en una economía.

Por su parte, el aspecto psicológico es fundamental para el desarrollo del emprendedor y se define como la propensión al riesgo y la necesidad de logros (McCarthy, 2003). Además, una persona que arriesga se puede definir como aquella que está orientada a aprovechar las oportunidades en contextos inciertos (Espíritu y Sastre, 2007). Como bien se sabe, quien no arriesga nada no gana nada y a mayor riesgo mayor ganancia. Estos son los rasgos que definen a un emprendedor.

1. 2. 5. Intención emprendedora

El emprendedor es considerado como una persona de gran influencia en la economía de cualquier país (Saavedra-García y Camarena-Adame, 2020), de ahí que debe desarrollar habilidades y aptitudes que motiven su intención de emprender, y esto no es tarea fácil.

Después de definir las variables que influyen en la actitud emprendedora, se analiza el modelo que muestra la relación entre dichas variables. El modelo teórico propuesto en la Figura 1, muestra las variables de investigación, es decir, los factores que afectan la actitud emprendedora: apoyo institucional, apoyo académico, perfil de personalidad, perfil psicológico e intención emprendedora.

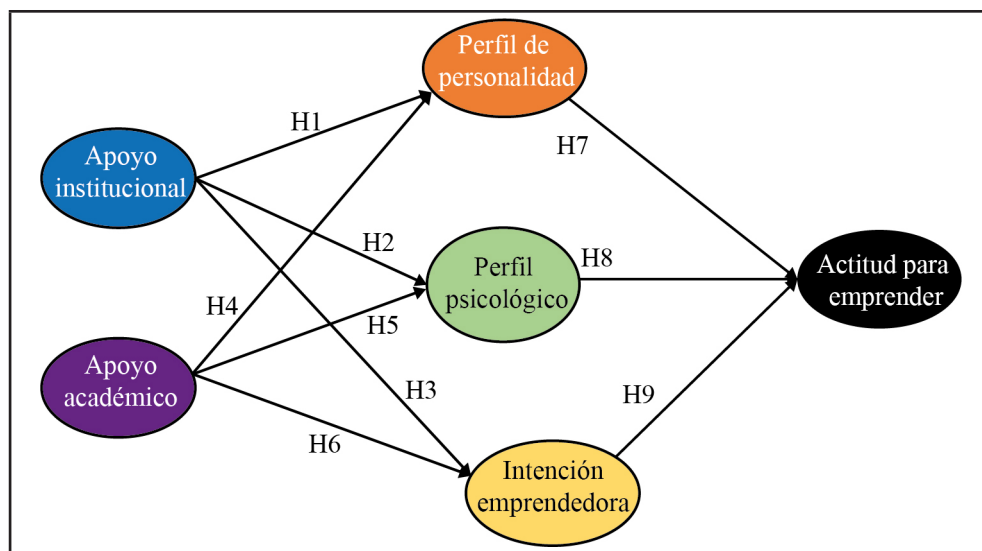


FIGURA 1

Modelo teórico de la relación entre los factores de emprendimiento y la actitud emprendedora

Fuente: elaboración propia.

La actividad emprendedora ha tomado mayor relevancia en la actividad económica dada la incapacidad del gobierno en proporcionar empleo a toda la población, así como también por las capacidades humanas de buscar cada vez una mayor libertad en su desarrollo. Más aún, el desarrollo de las capacidades humanas para el emprendimiento no se ejerce de la misma forma según el género del individuo, el contexto donde se encuentra o la forma de pensar. Por consiguiente, son diversos los factores que explican la actitud de emprender.

Bajo este contexto, en un estudio de Gómez González *et al.* (2018) sobre la relación del perfil del empresario y la creación de empresas en el municipio de Villa Hidalgo, Jalisco, se muestra que el perfil personal y los condicionantes formales y los estimulantes son clave para la generación de empresas. Otro perfil de la personalidad que destaca Marulanda-Valencia y Morales-Gualdrón (2016) es la independencia que debe tener el emprendedor. Este resultado fue mencionado por otros autores como Marulanda-Valencia *et al.* (2019), quienes señalan que factores como el cumplimiento de un sueño, el crecimiento personal, los nuevos desafíos y la necesidad de independencia son los más importantes para la toma de decisiones. Aunado a esto, Romero-Parra *et al.* (2022) concluyen que el perfil emprendedor y la visión emprendedora de estudiantes universitarios se correlacionan de manera significativa.

Todo lo anterior indica que tanto el perfil de la personalidad como el apoyo institucional (condicionantes y estímulos) participan en la creación de empresa, es decir, en la intención de emprender. De estas ideas se desprenden dos hipótesis:

H1: El apoyo institucional influye de manera positiva en el perfil de personalidad de los estudiantes universitarios.

H3: El apoyo institucional influye de manera positiva en la intención de emprender de los estudiantes universitarios.

En relación con la toma de riesgo para emprender, Fuentes García y Sánchez Cañizares (2010) encuentran que para las mujeres el temor al fracaso es un obstáculo para iniciar un negocio o emprender. Este resultado indica que las mujeres no son propensas al riesgo, lo que explica su poca implicación en la actividad emprendedora. Este temor al fracaso también se explica por la falta de apoyo que carece este género en varios ámbitos como institucional y académico.

En relación con los factores facilitadores y limitantes, se percibió una variedad de características divididas en aspectos personales, familiares, sociales, económicos-financieros y tecnológicos, donde se notan como facilitadores la asociatividad familiar, el fortalecimiento del apoyo institucional y redes de contacto, en contraposición a la falta de inversión en capital social y violencia familiar según Aranibar Ramos *et al.* (2022).

De allí surge la siguiente hipótesis de trabajo:

H2: El apoyo institucional influye de manera positiva en el perfil psicológico de los estudiantes universitarios.

Otros factores como la academia se vinculan con el emprendimiento. A propósito, Canales-García *et al.* (2017) encuentran que la falta de cualificación de los emprendedores (nivel básico de escolaridad) repercute negativamente sobre la permanencia y la intención de emprender en el mercado. Asimismo, en una investigación en la Universidad de Chapingo, Achiquen Millán (2022) encuentra que la creación de empresas de base tecnológica asociadas a las universidades no está apoyada por políticas institucionales, más bien son generadas por la iniciativa individual del investigador al aprovechar externalidades de su actividad académica, como el desarrollo de redes de conocimiento y de mercado.

La falta de apoyo ya señalado permite a Villalba Benítez y Ortega Carrasco (2022) afirmar que menos del 10% de los estudiantes son fundadores de empresas; una de las causas de este resultado es el perfil de los docentes. Al respecto, Pinheiro de Souza (2016) menciona que el ambiente académico español todavía presenta un paradigma que prioriza las publicaciones en su sistema de incentivos, prueba de ello es que se observan relaciones inversas entre la producción científica y el emprendimiento académico: a mayor producción académica menor nivel de emprendimiento.

Este referente contrasta con Cheng *et al.* (2004), quienes comentan que el desarrollo del conocimiento está tomando un lugar crucial en el desarrollo actual de las naciones por la creación de riqueza. Dicho desarrollo se complementa con condiciones adecuadas que le permitan aprovecharlo. Por lo tanto, la universidad forma el capital humano dotado de conocimientos, el cual debe estar sustentado en reglas claras: las instituciones y las leyes. Para que la universidad pueda lograr su objetivo, que es formar el capital humano para el emprendimiento, se debe, según Osorio-Novela *et al.* (2022), fortalecer los mecanismos de aprendizaje para estudiantes a través de experiencias reales con empresas en contextos de alta marginación para así mejorar su sentido solidario, emprendedor y de colaboración.

Esta situación también se vincula con el perfil de la personalidad y el perfil psicológico de los jóvenes. De lo anterior, nacen tres hipótesis:

H4: El apoyo académico influye positivamente en el perfil de la personalidad de los estudiantes universitarios.

H5: El apoyo académico influye positivamente en el perfil psicológico de los estudiantes universitarios.

H6: El apoyo académico influye positivamente en la intención de emprender de los estudiantes universitarios.

En tal sentido, Guachimbosa *et al.* (2019), en un estudio en Ecuador sobre los factores determinantes para la generación de negocios y a través de una investigación descriptiva y correlacional, encontraron que la actitud, intención y comportamiento emprendedor son factores clave para iniciar un negocio o empresa. Estos resultados muestran que, además de la personalidad de los estudiantes, también la intención y actitud son clave para el emprendimiento.

Otro estudio elaborado por Espíritu Olmos (2011) muestra una alta relación significativa de los tres rasgos de personalidad (necesidad de logro, locus de control interno y propensión al riesgo) con respecto a la intención de los estudiantes de crear su propia empresa. En línea con los autores previos, Benítez Aguilar y Riveros Paredes (2022) encuentran que existe una intención positiva por parte de los egresados universitarios hacia la generación de emprendimientos, al igual que una actitud auténtica de independencia y deseo por tener algo propio.

De estos resultados, se desprenden dos hipótesis:

H7: El perfil de la personalidad influye de manera positiva en la actitud para emprender de los estudiantes universitarios.

H9: La intención de emprender influye positivamente en la actitud de emprender de los estudiantes universitarios.

Finalmente, existe una relación entre el perfil psicológico del (futuro) emprendedor y la actitud para emprender (Arango-Botero *et al.*, 2022). En este aspecto, da Fonseca-Oliveira *et al.* (2015) muestran que el género define el perfil psicológico del emprendedor. Los resultados de esta interesante investigación señalan que los intereses de las mujeres (*i. e.*, autoeficacia, la actitud, la norma subjetiva y tener familia empresaria) difieren de los hombres (*i. e.*, autoeficacia emprendedora) en la intención de emprender. De lo anterior, se plantea la siguiente hipótesis:

H8: El perfil psicológico influye positivamente en la actitud para emprender de los estudiantes universitarios.

2. MÉTODO

Miles *et al.* (2014) refieren que un caso puede ser un individuo, un rol, un grupo pequeño, una organización, una comunidad o, incluso, un país. En esta propuesta se presenta el caso de la Escuela Superior de Economía del Instituto Politécnico Nacional, Ciudad de México, de segundo y séptimo semestre. Esta institución es considerada como una de las mejores universidades de México; por esa razón, es un referente en las áreas económico-administrativas y del caso abordado en esta investigación.

En virtud de que se propone abordar un suceso contemporáneo –y a que las conclusiones no pueden generalizarse a una población mayor– se consideró un estudio de caso (Yin, 2013). Así, para alcanzar el objetivo establecido, se aplicó un cuestionario a alumnos universitarios de la Ciudad de México

Al respecto, el interés de este trabajo radica en la necesidad de impulsar el emprendimiento estudiantil como forma de autoempleo en las universidades en la Ciudad de México. Se consideró únicamente alumnos en esta propuesta debido a su papel dentro de las problemáticas que afectan a la sociedad mexicana derivadas de la crisis actual, por lo que esta investigación es de enfoque cuantitativo, de corte transversal y de tipo correlacional y explicativo.

La información obtenida resulta de interés para las instituciones puesto que pueden fortalecer la formación de emprendedores para que puedan contribuir en un futuro a la economía de su país a través del análisis del apoyo institucional, apoyo académico, perfil de personalidad, perfil psicológico e intención emprendedora.

Bajo estos criterios, la muestra alcanzada fue de 81 participantes. Esto es, se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia (Otzen y Manterola, 2017) que considera el número de egresados y la disposición de los jóvenes para participar en esta investigación.

El instrumento está compuesto de 38 ítems en escala de Likert. A su vez, estos reactivos se conformaron por siete ítems que abordan aspectos demográficos, seis ítems acerca de apoyo institucional, seis ítems de apoyo académico, seis ítems de perfil de personalidad, siete ítems de perfil psicológico y seis ítems de intención emprendedora (Da Fonseca-Oliveira *et al.* 2015; Espíritu-Olmos, 2011; Guachimposa *et al.*, 2019).

El instrumento fue validado y en cada dimensión se determinó el alfa de Cronbach para calcular la fiabilidad de los datos. Los resultados obtenidos se presentan en el Cuadro 1. Como se observa, el valor del alfa de Cronbach combinado es de 0.984, con ello se asevera que existe un 98.4% de confiabilidad en los datos para poder inferir.

CUADRO 1
Resultados del análisis de confiabilidad del instrumento

Dimensión	Valor del coeficiente alfa de Cronbach
Apoyo institucional	0.972
Intención emprendedora	0.985
Perfil psicológico	0.968
Perfil actitud para emprender	0.972
Perfil de personalidad	0.985
Apoyo académico	0.974
General	0.984

Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, esta investigación es cuantitativa y se utilizó un modelo teórico que se probó con un modelo de ecuaciones estructurales (Structural Equations Modeling, SEM) por considerarse idóneo para probar las hipótesis planteadas y porque permite analizar efectos no lineales entre las variables (Sarstedt *et al.*, 2020).

El SEM combina dos métodos estadísticos: análisis confirmatorio y análisis de senderos (path). En este caso, se realizó una exploración inicial de los valores extremos y casos perdidos que confirma que no existen desplazamientos entre las medias de las variables (Ruiz *et al.*, 2010).

En la Figura 1 se muestra un modelo de ecuaciones estructurales con las variables perfil de personalidad, perfil psicológico e intención emprendedora como variables mediadoras y las hipótesis formuladas. Esto es, las variables perfil de personalidad, perfil psicológico e intención emprendedora intervienen con las relaciones causales de la actitud emprendedora. Además, en el modelo propuesto se medirán las variables latentes, que se refieren a los constructos teóricos que no pueden ser medidos de manera directa. Esta medición se lleva a cabo a través de un análisis factorial (Pérez *et al.*, 2013; Hoyle, 2011).

En relación con los pasos que se desarrollan en el SEM se mencionan el modelo de especificación, identificación, estimación de parámetros, modelo de validación y modelo de modificación. El modelo de especificación define las relaciones entre las variables y que fueron establecidas en las hipótesis con base en el marco teórico. El modelo de identificación verifica que para cada parámetro libre al menos una solución algebraica es posible expresarla en función de las varianzas y covarianzas observadas. La modificación realizada en el modelo mejora el ajuste del modelo. La validación es el proceso para mejorar la confiabilidad y estabilidad del modelo (Hoyle, 2011; Fan *et al.*, 2016; Sarstedt *et al.*, 2020).

3. RESULTADOS

Como se mencionó, se recibieron 81 encuestas de la Escuela Superior de Economía del Instituto Politécnico Nacional. Del total de los encuestados, el 18% está cursando la Licenciatura en Mercadotecnia, el 26% la licenciatura en Administración de Empresas, el 33 % la Licenciatura en Actuaría y el 23 % la licenciatura en Comercio Exterior, de los cuales el 5% está en el primer semestre, el 63% en el segundo semestre, 8% en el séptimo semestre y 10% en el octavo semestre; dentro de éstos, el 47% corresponde a mujeres y 53% a hombres. Además, del total de encuestados, el 28% ha laborado en un puesto de una empresa familiar propia donde se apoye al desarrollo de las actitudes de emprendimiento y el 27 % ha tenido un puesto en una empresa donde se apoye al desarrollo de las actitudes de emprendimiento, donde solo el 39% está cursando o ha cursado alguna materia (asignatura, taller u optativa) que desarrolle habilidades de emprendimiento.

Ahora, el análisis del modelo propuesto se obtuvo con el programa SmartSPL. La evaluación del modelo propuesto se realizó por medio de la consistencia interna: alfa de Cronbach (α) y fiabilidad compuesta (FC), en tanto que el análisis de validez convergente fue mediante la examinación de las cargas y la varianza promedio extraída (AVE por sus siglas en inglés). Los resultados se muestran en el Cuadro 2.

CUADRO 2
Resultados la confiabilidad interna, cargas y varianza promedio extraída

Ítem		FC	Cargas	AVE
Apoyo institucional (AI)	0.962	0.962		0.809
AI1			0.773	
AI2			0.900	
AI3			0.939	
AI4			0.950	
AI5			0.957	
AI6			0.866	
Intención emprendedora (IE)	0.988	0.988		0.932
IE1			0.900	
IE2			0.934	
IE3			0.932	
IE4			0.983	
IE5			1.044	
IE6			0.991	
Perfil psicológico (PPS)	0.978	0.978		0.864
PPS1			0.882	
PPS2			0.097	
PPS3			0.917	
PPS4			0.932	
PPS5			0.949	
PPS6			0.974	
PPS7			0.944	

CUADRO 2 (continúa)
Resultados la confiabilidad interna, cargas y varianza promedio extraída

Perfil actitud para emprender (PAE)	0.971	0.971	0.849
PAE1			0.945
PAE2			0.904
PAE3			0.903
PAE4			0.917
PAE5			0.918
PAE6			0.941
Perfil de personalidad (PP)	0.986	0.986	0.922
PP1			0.902
PP2			0.930
PP3			0.960
PP4			0.972
PP5			1.001
PP6			0.993
Apoyo académico (AA)	0.970	0.969	0.843
AA1			0.996
AA2			1.058
AA3			1.018
AA4			0.089
AA5			0.697
AA6			0.802

Fuente: elaboración propia.

Se observa que las cargas factoriales tienen valores superiores a 0.707. El alfa de Cronbach y la validación compuesta tienen valores por arriba de 0.7, mientras que para el AVE cada valor es mayor a 0.5, como lo sugiere la literatura (Fornell y Larcker, 1981; Hair *et al.*, 2011; Teo *et al.*, 2008).

Ahora, para calcular la validez de discriminante del constructo propuesto en el modelo de la Figura 1, se utilizará el método de la Ratio Heterotrait-Monotrait (HTMT por sus siglas en inglés), que es alternativo al método propuesto por Fornell y Larcker (1981). Los resultados se muestran en el Cuadro 3. Como se observa, cinco valores son mayores a 0.90, que es el límite según Teo *et al.* (2008), y corresponden a perfil psicológico vs actitud para emprender (0.984), intención emprendedora (0.910) y personalidad vs actitud para emprender (0.945), intención emprendedora (0.921) y perfil psicológico (0.952). Sin embargo, acorde con Henseler *et al.* (2015), quienes hallaron que la falta de validez puede determinarse si las correlaciones entre los indicadores que miden el mismo constructo son mayores que las correlaciones entre los indicadores que miden diferentes constructos, habrá validez discriminante. Por lo tanto, la Ratio HTMT debe estar por debajo de 1. En consecuencia, se tiene aceptablemente una validez de discriminante.

CUADRO 3
Resultados de la Ratio Heterotrait-Monotrait (HTMT)

Variables	PAE	AA	AI	IE	PPS	PP
PAE						
AA	0.663					
AI	0.509	0.751				
IE	0.887	0.517	0.485			
PPS	0.984	0.656	0.516	0.910		
PP	0.945	0.606	0.517	0.921	0.952	

Fuente: elaboración propia.

Estos resultados muestran que tres factores son clave para la actitud emprendedora (la intención de emprender, el perfil de la personalidad y el perfil psicológico) y dos no son relevantes para el emprendimiento de los estudiantes. En relación con el ajuste al modelo, se determinaron los parámetros por mínimos cuadrados. Los valores para la varianza explicada (r^2) para cada variable es PP .384, PSP .439, IE .298 y AE .970, que muestran niveles leves a fuertes.

3. 1. Validación del modelo estructural

En cuanto a los valores alcanzados por los coeficientes path estandarizados (β) y el efecto de cada relación (f^2) y su significancia, se usó la técnica Bootstrap de 5 000 submuestras, que es el mínimo requerido para los resultados (Hair *et al.*, 2011). Los coeficientes path estandarizados muestran las relaciones de las hipótesis del modelo de investigación y, según la literatura, estos valores deben ser al menos 0.2 e idealmente por encima de 0.3. En relación con la significancia (*t-statistic*) se considera menor a 0.05, esto es, el p valor cumple $p < 0.05$ y para el submuestreo que se consideró, de una cola, se tiene el siguiente criterio (Hair *et al.*, 2011):

$t(0.05; 4999) = 1.645$, que simboliza $*p < 0.05$;
 $t(0.01; 4999) = 2.327$, que representa $**p < 0.01$,
 $t(0.001; 4999) = 3.092$, que representa $***p < 0.001$.

Los resultados de las relaciones hipotéticas entre las variables se muestran en el cuadro 4. Se observa que las relaciones entre los constructos AI PP, AI \rightarrow PPS, AI \rightarrow IE, AA \rightarrow IE, PP \rightarrow PAE y IE \rightarrow PAE son débiles, mientras que las relaciones AA \rightarrow PP, AA \rightarrow PPS son moderadas y PPS \rightarrow PAE es fuerte.

CUADRO 4
Resultados de las pruebas de hipótesis

Salida	Hipótesis	β	p valor	t Student	Observación
PP	AI PP	0.14	0.324	0.987	Rechazada
	AA PP	0.51	0.062	1.868	*Aceptada
PPS	AI PPS	0.05	0.768	0.295	Rechazada
	AA PPS	0.62	0.000	4.145	***Aceptada
IE	AI IE	0.22	0.453	0.751	*Aceptada
	AA IE	0.36	0.002	3.146	***Aceptada
PAE	PP PAE	0.15	0.456	0.746	Rechazada
	PPS PAE	0.93	0.000	0.465	***Aceptada
	IE PAE	-0.10	0.454	0.75	Rechazada

Fuente: elaboración propia.

Por lo tanto, se observa que apoyo académico con perfil de personalidad, así como perfil psicológico (hipótesis H1 y H2 rechazadas), lo que muestra que los encuestados no perciben que la influencia en cuanto a la personalidad tiene un efecto significativo en la actitud de emprender un negocio.

4. DISCUSIÓN

Los resultados muestran que cinco valores son mayores a 0.90 y corresponden a perfil psicológico y su influencia en la actitud para emprender (0.984), intención emprendedora (0.910) y personalidad y su influencia con la actitud para emprender (0.945), intención emprendedora (0.921) y perfil psicológico (0.952). Por ello, la asociación

entre el gobierno, la empresa y la universidad es fundamental. Así, de las cinco aceptadas se puede mencionar, por un lado:

H3: El apoyo institucional influye de manera positiva en la intención de emprender.

Los resultados muestran que existen una relación significativa entre el apoyo institucional y la intención de emprender, lo cual significa que las fuentes de financiación o los elementos administrativos con los que cuenta el joven son clave para desarrollar su espíritu para emprender. Gómez González *et al.* (2018) respalda este planteamiento al señalar que en la creación de empresas los indicadores de apoyo institucional que sobresalen son los condicionantes formales y los estimulantes.

H4: El apoyo académico influye positivamente en el perfil de la personalidad.

H5: El apoyo académico influye positivamente en el perfil psicológico.

H6: El apoyo académico influye positivamente en la intención de emprender.

Estas tres hipótesis que están relacionadas con el apoyo académico y el perfil de la personalidad, perfil psicológico e intención de emprender mantienen una relación positiva.

H8: El perfil psicológico influye positivamente en la actitud para emprender.

Por ende, la capacidad psicológica para desarrollar un negocio es muy importante porque permite definir con claridad las etapas a seguir en el proceso de emprendimiento, lo cual es acorde con Borrayo-Rodríguez *et al.* (2019).

Por otro lado, los resultados de esta investigación rechazaron cuatro hipótesis.

H1: El apoyo institucional influye de manera positiva en el perfil de personalidad de los estudiantes universitarios.

H2: El apoyo institucional influye de manera positiva en el perfil psicológico.

En armonía con estas hipótesis, Gálvez Albarracín *et al.* (2020) mencionan que la falta de capital es un obstáculo para emprender, por lo que a mayor motivación global mayor intención emprendedora en las personas.

H7: El perfil de la personalidad influye de manera positiva en la actitud para emprender.

H9: La intención de emprender influye positivamente en la actitud de emprender.

Para finalizar, los perfiles de la personalidad y la intención de emprender no son significativos para la actitud para emprender.

PROSPECTIVA

La pandemia sorprendió a todo el mundo y apareció para quedarse. La nueva normalidad nos obliga a integrar la tecnología en nuestra vida cotidiana, en específico en el trabajo. Como consecuencia de la pandemia se perdieron millones de empleos tanto a nivel mundial como nacional. Este fenómeno es preocupante y se necesitan generar de manera inmediata estrategias para su mitigación. Una de las posibles soluciones es el emprendimiento. La actividad emprendedora es un mecanismo que permite la inserción laboral de la población y colabora en el desarrollo y crecimiento de los países. Este documento aborda el problema estructural que enfrenta el gobierno mexicano en su conjunto, especialmente dirigido a los jóvenes universitarios, ya sean recién graduados o no.

CONCLUSIONES

La actividad emprendedora ha tomado mayor relevancia en la economía debido a la incapacidad del gobierno a proporcionar empleo a toda la población, por una parte, y, por otra parte, por el desarrollo de las capacidades humanas a buscar cada vez más mayor libertad para satisfacer sus necesidades. El desarrollo de las capacidades humanas para el emprendimiento no se ejerce de la misma forma según el género o contexto donde se encuentra o idiosincrasia. Varios factores explican la actitud de emprender, siendo esta última idea el objetivo de este artículo.

Los resultados muestran que cinco valores son mayores a 0.90 y corresponden a perfil psicológico vs actitud para emprender (0.984), intención emprendedora (0.910) y personalidad vs. actitud para emprender (0.945), intención emprendedora (0.921) y perfil psicológico (0.952). Lo anterior implica que los factores críticos para

la actividad emprendedora son el perfil psicológico, la intención emprendedora y la personalidad. Al contrario, los factores críticos que no afectan a la actividad emprendedora son los apoyos institucional y académico.

Este estudio tiene su aportación al mostrar que los programas académicos no siempre responden a las necesidades del mercado. En tiempos de competitividad y de desarrollo tecnológicos avanzados, es oportunidad para que la universidad deje su visión tradicional y estática (basada en la reproducción) y cambie hacia una visión dinámica, flexible y sociable. El término *sociable* cobra todo su sentido porque se refiere a la sociedad y es difícil lograr una universidad dinámica sin el apoyo del núcleo familiar y sus alrededores. Es recomendable que exista un vínculo muy fuerte entre el sector empresarial y académico. En este sentido, para que el emprendimiento contribuya en el desarrollo de las naciones es importante considerar la asociación entre el gobierno, la empresa y la universidad.

Al respecto, Oppenheimer (2010):

En un estudio realizado en la universidad de Helsinki en Finlandia revela que 60% de su presupuesto proviene del gobierno y 40% de sus propias actividades comerciales como, por ejemplo, una cadena de farmacias propiedad de la universidad que le reportaba unos 50 millones de dólares al año. Considerando lo anterior, se cree que es tiempo de que la universidad voltee más hacia investigaciones aplicadas, y esto se logra tras una cooperación Empresa-Universidad. La estrecha cooperación entre Empresa-Universidad tendrá éxito si logra dar una respuesta satisfactoria a las necesidades de su sociedad. La universidad es una institución central en la sociedad.

Otra contribución relevante señala que el apoyo institucional, incluyendo aspectos regulatorios, normativos y cognitivos, se conforma en gran medida en función de las instituciones y las normas y valores socialmente construidos dentro de la cultura. Sin embargo, esta estructura, así como las significaciones, habilidades y conocimientos que se generan, no parecen contribuir significativamente al fomento de la actitud emprendedora entre los estudiantes universitarios

AGRADECIMIENTOS

Los autores de este trabajo agradecemos a los árbitros pares anónimos por el compromiso manifiesto en las devoluciones y las observaciones enviadas a este manuscrito, las cuales permitieron mejorarlo significativamente. Asimismo, se agradece a los actores sociales que hicieron parte de este estudio.

REFERENCIAS

- Achiquen Millán, J. (2022). *Desafíos del emprendimiento académico en las universidades agronómicas de México (tesis doctoral)*. México: Universidad de Chapingo. <https://hdl.handle.net/20.500.12098/1170>
- Aguayo-Téllez, E. y Mancha-Torres, G. L. (2022). Impacto del Covid-19 en las condiciones laborales de la población joven de Nuevo León, México. *CienciaUAT*, 16(2), 141-154. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v16i2.1567>
- Arango-Botero, D., Valencia-Arias, J., Palacios-Moya, L. y Garcés Giraldo, L. F. (2022). Análisis de perfiles de espíritu emprendedor en jóvenes universitarios. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 67, 37-67. <https://doi.org/10.35575/rvucn.n67a3>
- Aranibar Ramos, E. R., Huachani Licona, D. Y. y Zúñiga Chávez, M. Y. (2022). Emprendimiento femenino en el Perú: puntos fuertes y débiles para su sostenibilidad en el tiempo. *Fides et Ratio*, 23(23), 199-224. <https://doi.org/10.55739/fer.v23i23.115>
- Benítez Aguilar, D. A. y Riveros Paredes, S. E. (2022). El potencial emprendedor en los egresados universitarios. *Ciencia Latina. Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 117-138. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1868

- Blanchflower, D. (2004). Self-employment: more may not be better. *Swedish Economic Policy Review*, 11(2), 15-74. <https://doi.org/10.3386/w10286>
- Borrayo Rodríguez, C. L., Valdez Zepeda, A. y Delgado Melgarejo, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 25(3), 72-87.
- Canales García, R. A., Román Sánchez, G. R. y Ovando Aldana, W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 5(12). <https://doi.org/10.21933/J.EDSC.2017.12.211>
- Cepeda Carrión, G. (2006). La calidad en los métodos de investigación cualitativa: principios de aplicación práctica para estudios de casos. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 29. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80702903>
- Cheng, P., Chong, J., Chen, S., Eldomiaty, T., & Millar, C. (2004). Knowledge repositories in knowledge cities: institutions, conventions and knowledge subnetworks. *Journal of Knowledge Management*, 8(5), 96-106. <https://doi.org/10.1108/13673270410558800>
- Da Fonseca Oliveira, B. M., Moriano, J. A., Laguía, A., & Salazar Soares, V. J. (2015). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de género. *Anuario de Psicología*, 45(3), 301-315.
- Drucker, P. (1985). *La innovación y el empresario innovador*. Ed. Edhasa.
- Espíritu Olmos, R. (2011). Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad. *Multiciencias*, 11(1), 65-75. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90418851009>
- Espíritu, R. y Sastre, M. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de estudios empresariales*, 17, 95-116.
- Fan, Y., Chen, J., Shirkey, G., John, R., Wu, S.R., Park H. & Shao, C. (2016). Applications of structural equation modeling (SEM) in ecological studies: an updated review. *Ecological Processes*, 5(19). <https://doi.org/10.1186/s13717-016-0063-3>
- Fernández, I., Castro, E., Conesa, F. y Gutiérrez, A. (2000). Las relaciones Universidad-empresa: entre la transferencia de resultados y el aprendizaje regional. *Espacios*, 21(2), 1-17. <http://hdl.handle.net/10261/13382>
- Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.2307/3151312>.
- Fuentes García, F. J. y Sánchez Cañizares, S. M. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-28. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30120334014>
- Gómez González, C. D., Silva Olvera, M. A., González Adame, Y. y Parga Montoya, N. (2018). El perfil de los empresarios y la creación de empresas en el municipio de Villa Hidalgo, Jal. *ConCiencia Tecnológica*, 55. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94455712002>
- Gálvez Albarracín, E. J., Guauña Aguilar, R. A., & Ravina Ripoll, R. (2020). Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública. *Revista Universidad y Empresa*, 22(38), 79-105. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7230>
- Guachimbosa, V. H., Lavín, J. M. y Santiago, N. I (2019). Vocación de crear empresas y actitud, intención y comportamiento emprendedor en estudiantes del Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 25(1), 71-81. <https://doi.org/10.31876/rcs.v25i1.27296>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLSSEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-152. <https://doi.org/10.2753.MTP1069-6679190202>.

- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. 10.1007/s11747-014-0403-8.
- Hoyle, R. H. (2011). *Structural equation modeling for social and personality psychology*. London: Sage.
- Marulanda-Valencia, F. A., Montoya Restrepo, I. A. y Vélez Restrepo, J. M. (2019). El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Universidad & Empresa*, 21(36), 149-174. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6197>
- Marulanda-Valencia, F. Á. y Morales Gualdrón, S. T. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 81, 12-28. <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>
- Martínez Carazo, P. C. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento y Gestión*, 20, 165-193. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64602005>
- McCarthy, B. (2003). The impact of the entrepreneur's personality on the strategy-formation and planning process in SMEs. *Irish Journal of Management*, 24(1). <http://www.encyclopedia.com/doc/1P3-4307>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. London: Sage.
- Moctezuma Pérez, S. y Murguía Salas, V. (2021). Una aproximación hacia el contexto del mercado laboral de la población joven en contextos de pandemia (Covid-19). *Intersticios Sociales*, 21, 399-424. <https://doi.org/10.55555/IS.21.450>
- Mora Pabón, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresas. *Revista Escuela Administración de Negocios*, 71, 70-83.
- Oppenheimer, A. (2010). *¡Basta de historias! La obsesión latinoamericana con el pasado y las doce claves del futuro*. México: Random House Mondadori.
- OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) (2019). *OECD stats*. <https://stats.oecd.org/index.aspx?queryid=36499>
- OIT (Organización Internacional del Trabajo) (2019). *World Employment Social Outlook. Trends 2019*. Geneva: OIT. <https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/2019/lang-en/index.htm>
- Ortiz García, P. (2016). Actitud emprendedora de los jóvenes españoles en un contexto de crisis. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 22(1), 139-152. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28046365011>
- Osorio-Novela, G., Mungaray-Lagarda, A. y Ramírez-Angulo, N. (2022). La colaboración entre estudiantes universitarios y negocios sociales. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 13(36). <https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2022.36.1182>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Sampling techniques on a population study. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>.
- Paz Morales, R. D y Fáfán Gonzalez, O. (2017). *Factores explicativos de la actitud emprendedora*. UTEG: Ecuador.
- Pérez, E., Medrano, L. A. y Sánchez Rosas, J. (2013). El Path Analysis: conceptos básicos y ejemplos de aplicación. *Revista Argentina de Ciencias del Comportamiento*, 5(1), 52-66. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=333427385008>
- Romero-Parra, R. M, Romero-Chacín, J. L y Barboza-Arenas, L. A. (2022). Relación entre perfil y visión emprendedora de los estudiantes universitarios. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(23). <https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.04>
- Ruiz, M. A., Pardo, A. y San Martín, R. (2010). Modelos de ecuaciones estructurales. *Papeles del Psicólogo*, 31(1), 34-45. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77812441004>

- Saavedra García, M. L. y Camarena Adame, M. E. (2020). Intención de emprendimiento en los estudiantes de la Ciudad de México. *Revista Academia & Negocios*, 5(2), 85-98. <https://revistas.udec.cl/index.php/ran/article/view/2609>
- Saboia Leitão, F. A. y Martín Cruz, N. (2006). Los rasgos psicológicos del emprendedor y la continuidad del proyecto empresarial: un estudio empírico de los emprendedores brasileños. *Read. Revista Eletrônica de Administração*, 12(2). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=401137451002>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., Cheah, J.-H., Ting, H., Moisescu, O. I., & Radomir, L. (2020). Structural model robustness checks in PLS-SEM. *Tourism Economics*, 26(4), 531-554. <https://doi.org/10.1177/1354816618823921>
- Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S. y Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: un caso de estudio. *Formación Universitaria*, 9(1), 25-34. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>
- Pinheiro de Souza, R. M. S. (2016). *Entorno académico y creación de empresas spin-off universitarias de España* (tesis doctoral). España: Universidad de Castilla-La Mancha.
- Teo, T. S. H., Srivastava, S. C., & Jiang, L. (2008). Trust and electronic government success: an empirical study. *Journal of Management Information Systems*, 25(3), 99-132. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222250303>
- Velásquez Fernández, A. (2012). Revisión histórico-conceptual del concepto de autoeficacia. *Revista Pequeño*, 2(1), 148-160.
- Villalba Benítez, E. F. y Ortega Carrasco, R. J. (2022). Emprendedurismo académico en Paraguay: análisis preliminar de la propensión a la creación de empresas por parte de estudiantes de universidades públicas. Latam. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 3(1), 140-163. <http://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/41>
- Yin, R. K. (2003). *Case study research: Design and methods* (3rd ed.). Thousand Oaks: Sage.

CC BY-NC-ND