

REINTENCIÓN EMPRENDEDORA EN PANDEMIA. EL CASO DEL QUINDÍO (COLOMBIA)¹

ENTREPRENEURIAL REINTENTION IN PANDEMIC. THE CASE OF QUINDÍO (COLOMBIA)

Edwin Tarapuez-Chamorro¹ *; Liliana Ruiz-Acosta² ; Luisa Fernanda Bedoya-Hurtado³.

1. Universidad del Quindío, Colombia. eitarapuez@uniquindio.edu.co
2. Universidad Militar Nueva Granada, Colombia. liliana.ruiz@unimilitar.edu.co
3. Universidad del Quindío, Colombia. lfbedoyah@uqvirtual.edu.co

* Autor de correspondencia: Edwin Tarapuez-Chamorro, e-mail: eitarapuez@uniquindio.edu.co

ÁREA DE CONOCIMIENTO: Ciencias Sociales

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar los factores sociodemográficos que determinan la reintención de crear nuevas empresas en empresarios que cerraron sus negocios por la crisis del COVID-19 en el departamento del Quindío (Colombia). Esta investigación es de tipo correlacional, el diseño de investigación es no experimental transversal. Se encuestaron a 196 empresarios registrados en la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío que cerraron sus negocios durante la pandemia. Los datos fueron recolectados mediante la página de internet www.encuestafacil.com y se analizaron mediante tabulación cruzada y Chi-cuadrado de Pearson. Los resultados de las encuestas respondidas muestran que hay una relación entre la edad de los empresarios y su reintención empresarial.

Palabras clave: compañía; empresario; negocio; pandemia.

1 El presente manuscrito proviene de los resultados parciales del proyecto de investigación titulado Factores que determinan la intención de crear nuevas empresas en empresarios que cerraron sus negocios por la crisis del COVID-19. Este producto es el resultado del ejercicio académico de los docentes Edwin Tarapuez-Chamorro, profesor titular de la Universidad del Quindío; Liliana Ruiz-Acosta, profesora asociada de la Universidad Militar Nueva Granada, y la joven investigadora Luisa Fernanda Bedoya-Hurtado, egresada del programa de Contaduría Pública de la Universidad del Quindío. Los autores agradecen los aportes de Manuela Carmona González.

Revista de Investigaciones Universidad del Quindío,
34(S4), 34-40; 2022.

ISSN: 1794-631X e-ISSN: 2500-5782

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Atribución-
NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional.



ABSTRACT

The objective of this work is to analyze the sociodemographic factors that determine the reintegration to create new enterprises in entrepreneurs who closed their businesses due to the COVID-19 crisis in the department of Quindío (Colombia). This research is of a correlational type, the research design is non-experimental cross-sectional. A total of 196 entrepreneurs registered in the Chamber of Commerce of Armenia and Quindío who closed their businesses during the pandemic were surveyed. The data were collected through the web page www.encuestafacil.com and were analyzed by cross tabulation and Pearson's Chi-square. The results of the completed surveys show that there is a relationship between the age of the entrepreneurs and their business reintegration.

Keywords: company; entrepreneur; business; pandemic.

INTRODUCCIÓN

La palabra intención tiene un amplio uso en la vida cotidiana de las personas. Bird (1988) asume que la intención es un estado mental que dirige la atención, la experiencia y el comportamiento de una persona hacia un objetivo de conducta específico. De manera más puntual, Baum et al (2007) toman la intención emprendedora (IE) como el deseo y la esperanza de un individuo para crear una empresa de manera intencional; de otro lado Thompson (2009) define la IE de manera más integral como una convicción autoreconocida por una persona que tiene el objetivo de crear un negocio y para ello realiza un proceso consciente de planeación para llegar a tal fin en algún momento de su vida.

En el caso de las personas con práctica empresarial previa, Simmons et al (2016) muestran que el ajuste entre la experiencia pasada en creación de empresas de un empresario y sus atributos personales pueden predecir la RIE. Hsu et al (2017) concluyen que los individuos que fueron empresarios posteriormente y a menudo pasan a trabajar como empleados en otras empresas, sin embargo, pueden tener planes de abandonar estos cargos para volver a iniciar otro negocio.

Teniendo en cuenta que esta investigación busca estudiar la nueva IE de los empresarios que cerraron sus negocios a causa del COVID-19, es pertinente definir esta situación en un concepto novedoso que los autores de este trabajo han decidido denominar como reintención emprendedora (RIE). De esta manera, la RIE puede definirse como el plan consciente y motivado que tiene un empresario para abrir una empresa que cerró por diversos motivos o para crear una nueva compañía bajo unas condiciones específicas del entorno.

De acuerdo con Lopes et al (2021), a pesar de los diversos cambios debidos al COVID-19 la actividad empresarial ha vuelto a retomar su rumbo, hay una concordancia creciente con los valores que la sociedad otorga al emprendimiento y se percibe una mayor actitud para retomar la actividad emprendedora. Por otro lado, Ha & Park (2021) afirman que después del COVID-19 algunas variables significativas afectaron la motivación empresarial, algunas de ellas son: el endeudamiento, el sistema concursal y la intención de cierre del negocio. Si la empresa quiebra, los costos que soportan los emprendedores son demasiado elevados y, para aumentar la motivación empresarial de ellos, deben aliviarse los costos financieros y psicológicos que tendrán que soportar para abrir un nuevo negocio.

En cuanto a las variables sociodemográficas, se encuentra que la edad es un factor importante dentro

del conjunto de factores que influyen en la IE. Se ha estudiado teórica y empíricamente la forma en que la tasa de iniciativa empresarial cambia con la edad y el ciclo económico (Bukstein & Gandelman, 2018). Según Ahmed et al (2017), no se asocian diferencias importantes con la edad del emprendedor, en cambio, Tsai et al (2016) concluyen que la edad afecta negativamente la oportunidad percibida y la IE. Para Haddad (2017), las diferencias de edad existen en relación con las motivaciones personales vinculadas a los niveles de autoeficacia y están influidas por estructuras sociales, creencias, factores situacionales y eventos familiares.

El género en la IE como ámbito de estudio ha experimentado un auge en las últimas décadas, generando resultados importantes para la investigación (García et al, 2020); una cantidad notable de trabajos coinciden en que el género tiene un efecto significativo en la IE, de tal manera que los hombres evidencian mayor intención de convertirse en empresarios (Abdul et al, 2020).

La experiencia laboral es otro de los factores que comúnmente se citan en la literatura como uno de los que influyen sobre la IE (Yeng & Ahmad, 2012; Ahmed et al, 2017; Miranda et al, 2017; Setti, 2017); otros estudios sugieren que las pasantías que se realizan antes de recibir el título profesional promueven la IE, especialmente si estas son de buena calidad (Yi, 2017).

Escolar et al (2019) mencionan que los hombres con una tradición familiar de padres emprendedores son los que tienen más altas percepciones de calidad de vida y consideran importante para los negocios la capacidad para detectar oportunidades y crear empleo.

Por otra parte, tener un modelo a seguir puede ser una fuente significativa de autoeficacia empresarial (Solimano, 2014; Dehghanpour, 2015) que a veces influye más significativamente en las actitudes favorables hacia el emprendimiento de las mujeres que en las de los hombres (Entrialgo & Iglesias, 2017). En el trabajo de Kantis et al (2014) se indica que en América Latina, un cuarto de los emprendedores de clase media vienen de familias donde el padre trabajó por cuenta propia o como empleado independiente. En forma contraria, Díaz et al (2007) encuentran que no hay influencia del contexto familiar en la IE; para Ahmed et al (2017), no se relacionan diferencias importantes con el origen familiar del emprendedor.

Las investigaciones sobre la iniciativa empresarial sugieren que la educación y la formación empresarial pueden reducir la diferencia de género en la actividad empresarial, pero existen pocos estudios empíricos que evalúan la validez y el impacto de estas iniciativas (Elert et al, 2020). Gálvez et al (2020), por su lado, concluyen que las personas están interesadas en ser empresarias, siendo su principal motivación obtener seguridad familiar y personal (a mayor motivación, mayor IE), en cambio, lo que más las desmotiva es la falta de capital. Por su parte, Galati et al (2020) sugieren que las motivaciones cambian con el tiempo: mientras que los aspectos financieros se vuelven menos importantes; la experiencia y las ganancias financieras influyen en la evolución de las motivaciones de algunos empresarios.

El objetivo de este trabajo es analizar los factores sociodemográficos que determinan la reintención de crear nuevas empresas en empresarios que cerraron sus negocios por la crisis del COVID-19 en el departamento del Quindío (Colombia).

METODOLOGÍA

Esta investigación es de tipo correlacional, el diseño de investigación fue no experimental transversal. Para la recolección de la información se envió una encuesta a los empresarios que cerraron sus negocios durante la pandemia del COVID-19 durante el año 2020, de acuerdo con el reporte de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío; para tal efecto se utilizó la página www.encuestafacil.com. Del total de empresas contactadas por correo electrónico se logró una respuesta efectiva de 196 compañías. La encuesta de aspectos sociodemográficos se diseñó con base en los trabajos de Tarapuez et al (2015), Da Fonseca (2015) y Cortez & Filho (2020).

Para el procesamiento de datos se utilizó el Chi-cuadrado de Pearson que se considera óptimo para la estimación de la bondad de ajuste del modelo, considerando que la magnitud de las frecuencias es mayor que las frecuencias observadas. En este sentido, como el valor-p es menor que 0,05, se puede rechazar la hipótesis de que el modelo ajustado es adecuado con un nivel de confianza del 95%; lo anterior refleja que la muestra observada no sigue una distribución de Chi-cuadrado. Expuesto esto, rechazar la hipótesis según la cual sigue una distribución teórica indica que las observaciones no reflejan plenamente las observaciones poblacionales.

DISCUSIÓN

Para comprobar si los cruces de variables arrojan alguna significación, se utilizó la técnica estadística de tabulación cruzada y el análisis de Chi-cuadrado de Pearson; el análisis muestra que solamente existe una relación entre la reintención empresarial y la edad de los encuestados; las otras variables analizadas no indican relación (tabla 1).

Tabla 1. Tabulación cruzada entre reintención empresarial y aspectos personales

VARIABLES/ MODALIDADES	REINTENCIÓN SÍ (%)	REINTENCIÓN NO (%)	CHI-CUADRADO (X ²)
GÉNERO			0,74
MASCULINO	44,1	55,9	
FEMENINO	41,7	58,3	
EDAD (AÑOS)			0,024
18 A 28	32,7	67,3	
29 A 38	52,8	47,2	
39 A 45	29,3	70,7	
MAYOR DE 46	52,8	47,2	
ESTRATO SOCIOECONÓMICO			0,185
1	26,3	76,7	
2	34	66	
3	47,1	52,9	
4	44,7	55,3	
5	62,5	37,5	
6	66,7	33,3	
ESTADO CIVIL			0,549
SOLTERO	41,8	58,2	
CASADO	48,1	51,9	

VARIABLES/ MODALIDADES	REINTENCIÓN SÍ (%)	REINTENCIÓN NO (%)	CHI-CUADRADO (X ²)
UNIÓN LIBRE	37	63	
VIUDO	75	25	
DIVORCIADO	42,9	57,1	
JEFE HOGAR			0,525
EMPRESARIO	46,5	53,5	
PAREJA	33,3	66,7	
PADRES	34,5	65,5	
HIJO	50	50	
OTRO PARIENTE	50	50	
AMIGO	0	100	
EMPLEADO			0,200
SI	44,5	55,5	
NO	30,4	69,6	
FAMILIAR EMPRESARIO			0,767
SI	43,4	56,6	
NO	40,9	59,1	

Fuente: esta investigación

En cuanto a las variables personales de los empresarios encuestados, se evidencia que presentan mayor reintención empresarial las personas de género masculino (44,1%), con edades de 29 a 38 años y mayores de 46 años (52,8% cada uno), estrato socioeconómico 6 (66,7%), de estado civil viudo (75%), que viven en hogares donde el hijo u otro pariente es el jefe de hogar (50% cada uno), que actualmente están empleados (44%) y que tienen familiar empresario (43,4%).

CONCLUSIONES

De la tabulación cruzada se concluye que las personas que mayor reintención empresarial presentan son aquéllas de género masculino, de posición socioeconómica privilegiada, con una edad en la que posiblemente han logrado cursar estudios profesionales y cuentan con experiencia profesional y empresarial, y que se encuentran empleados en otra empresa. Por su parte, del análisis del Chi-cuadrado de Pearson se concluye que hay una relación entre la edad de los empresarios y la reintención empresarial.

REFERENCIAS

- Abdul, H., Nova, A. & Andriaz, A. (2020). Entrepreneurial Education and University Environment toward Students Entrepreneurial Intention. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(1), 1271-1278.
- Ahmed, T., Chandran, V. & Klobas, J. (2017). Demographic differences in learner response to entrepreneurial education programmes in Pakistan. *Educational Studies*, 43(4), 464-483.
- Baum, J., Frese, M., Baron, R. & Katz, J. (2007). Entrepreneurship as an Area of Psychology Study: An Introduction. In J. Baum, M. Frese & R. Baron. (Eds). *The Psychology of Entrepreneurship* (pp. 1-18). New Jersey: Society for Industrial and Organizational Psychology.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of Management*

-
- Review, 13(3), 442-453. DOI: 10.2307/258091
- Bukstein, D., Gandelman, N., (2018). Cohort, age and business cycle effects in entrepreneurship in Latin America. *Entrepreneurship Research Journal*, 8(3). DOI: 10.1515/erj-2017-0055
- Cortez, P. A., & Filho, N. H. (2020). Instrumentos de evaluación de intención emprendedora: una revisión de literatura. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16(30). <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i30.3023>
- Da Fonseca, B. (2015). Estudio de la intención emprendedora en Portugal desde la perspectiva de los valores y del género. Tesis Doctoral, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid.
- Dehghanpour, A. (2015). The effects of demographic, cognitive and institutional factors on development of entrepreneurial intention: Toward a socio-cognitive model of entrepreneurial career. *Journal of International Entrepreneurship*, 13(3), 1-25.
- Díaz, J., Hernández, R. y Barata, M. (2007). Estudiantes universitarios y creación de empresas: un análisis comparativo entre España y Portugal. En J. Ayala (Coord.). *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro* (pp. 1338-1355). La Rioja: Universidad de La Rioja.
- Elert, N., Sjö, K. & Wennberg, K. (2020). When Less Is More: Why Limited Entrepreneurship Education May Result in Better Entrepreneurial Outcomes. *Research Institute of Industrial Economics*, (1322), 2-42.
- Entrialgo, M. & Iglesias, V. (2017). Are the Intentions to Entrepreneurship of Men and Women Shaped Differently? the Impact of Entrepreneurial Role-Model Exposure and Entrepreneurship Education. *Entrepreneurship Research Journal*, 8(1), article #20170013
- Escolar, M., Luis, I., De la Torre, T., Herrero, Á., Jiménez, A., Palmero, C & Jiménez, A. (2019). The Socio-educational, Psychological and Family-Related Antecedents of Entrepreneurial Intentions among Spanish Youth. *Sustainability*, 11(5), 1252. doi:10.3390/su11051252
- Galati, F.; Bigliardi, B.; Passaro, R.; & Quinto, I. (2020). Why do academics become entrepreneurs? How do their motivations evolve? Results from an empirical study. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, <https://doi.org/10.1108/IJEER-11-2019-0619>
- Gálvez, E., Guauña, R. & Ravina, R. (2020). Attitude and Entrepreneurial Intention in Business Administration and Public Accounting Students. *Revista Universidad y Empresa*, 22(38), 79-105. doi. org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7230
- García, E., Baena, O., Sánchez, I. & Pérez, M. (2020). Factores condicionantes en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Un estudio desde la perspectiva de género. *3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico*, 9(1), 89-107. doi.org/10.17993/3comp.2020.090141.89-107
- Ha, Kyu Soo & Park, Bae Jin (2021). A Study on the Burdens of Business Failure and Entrepreneurial Intention. *The Korean Society of Business Venturing*, 16(1), 87-97
- Haddad, G. (2017). Understanding women entrepreneurial motivations: Does age matter? Lebanon: *Social, Political and Economic Issues*, (pp. 65-84).
- Hsu, D. K., Shinnar, R. S., Powell, B. C., & Betty, C. S. (2017). Intentions to reenter venture creation: The effect of entrepreneurial experience and organizational climate. *International Small Business Journal*, 026624261668664. doi:10.1177/0266242616686646. <https://doi.org/10.3390/educsci11060273>
- Kantis, H., Federico, J. & Trajtenberg, L. (2014). Middle-Class Entrepreneurs and Their Firms: A Regional View and International Comparison. En E. Lora & F. Castellani (Eds). *Entrepreneurship in Latin America. A Step up the Social Ladder* (pp. 53-80). Washington, Interamerican Development Bank – World Bank.
- Lopes, J.M.; Gomes, S.; Santos, T.; Oliveira, M.; Oliveira, J. (2021). Entrepreneurial Intention before and during COVID-19—A Case Study on Portuguese University Students. *Education Sciences*. 11. 1-17.
- Miranda, F., Chamorro, A. & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113-122.
- Setti, Z. (2017). Entrepreneurial intentions among youth in MENA countries: Effects of gender, education, occupation and income. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 30(3), 308-324.
- Simmons, S. A., Carr, J. C., Hsu, D. K., & Shu, C. (2016) The regulatory fit of serial entrepreneurship intentions. *Applied Psychology: An International Review*, 65(3): 603–627.
- Solimano, A. (2014). Entrepreneurship, the Middle Class, and Social Mobility: An Overview of Literature. En E. Lora & F. Castellani (Ed). *Entrepreneurship in Latin America. A Step up the Social Ladder* (pp. 17-50). Washington: Interamerican Development Bank – World Bank.
- Tarapuez, E., García, D. & Castellano, N. (2015). Elementos para la construcción de un instrumento que
-

- permita medir la intención empresarial en estudiantes universitarios de último semestre. *Tendencias*, 16 (2), 209-227.
- Thompson, E. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669–694.
- Triandis, H. (1977). *Interpersonal behavior*. Monterrey, CA: Brooks Cole Pub. Co.
- Tsai, K., Chang, H. & Peng, C. (2016). Refining the linkage between perceived capability and entrepreneurial intention: roles of perceived opportunity, fear of failure, and gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 127-1145.
- Yeng, K. & Ahmad, S. (2012). A Study among University Students in Business Start-Ups in Malaysia: Motivations and Obstacles to Become Entrepreneurs. *International Journal of Business and Social Science*, 3(19), 181-192
- Yi, G. (2017). Impact of internship quality on entrepreneurial intentions among graduating engineering students of research universities in China. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-17.