

Artículo de Investigación

Explorando la conexión entre la intención emprendedora y el sector fintech en estudiantes universitarios

Exploring the Connection Between Entrepreneurial Intention and the Fintech Sector in University Students

Oscar Muñoz-Valenciano: Instituto Tecnológico de Costa Rica, Costa Rica.
ovalenciano@estudiantec.cr

Fecha de Recepción: 25/09/2025

Fecha de Aceptación: 26/10/2025

Fecha de Publicación: 31/10/2025

Cómo citar el artículo

Muñoz-Valenciano, O. (2026). Explorando la conexión entre la intención emprendedora y el sector fintech en estudiantes universitarios [Exploring the Connection Between Entrepreneurial Intention and the Fintech Sector in University Students]. *European Public & Social Innovation Review*, 11, 01-19. <https://doi.org/10.31637/epsir-2026-2061>

Resumen

Introducción: Este estudio analiza la relación entre la intención emprendedora de estudiantes universitarios y su interés en el sector FinTech, utilizando como base la Teoría del Comportamiento Planificado. **Metodología:** Se adoptó un enfoque cuantitativo y exploratorio. Se aplicó una encuesta basada en literatura previa a 524 estudiantes del Instituto Tecnológico de Costa Rica, seleccionados mediante la base de datos ORSEE. La recolección de datos se realizó en agosto de 2024, y el análisis se llevó a cabo utilizando la metodología de mínimos cuadrados parciales (PLS), adecuada para evaluar múltiples variables y sus relaciones. **Resultados:** Los estudiantes con actitudes positivas hacia el emprendimiento en FinTech mostraron una mayor intención de emprender. Además, el entorno social favorable influye significativamente en la motivación emprendedora. La autoeficacia también se identificó como un factor clave: quienes confían en sus habilidades tienen mayor probabilidad de transformar sus intenciones en acciones concretas. **Discusión:** Estos hallazgos subrayan la importancia de considerar tanto factores personales como contextuales en el fomento del emprendimiento universitario. **Conclusiones:**

Promover actitudes favorables hacia el emprendimiento FinTech y generar un entorno de apoyo son elementos esenciales para fortalecer las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes universitarios.

Palabras Clave: Financieros; Estudiantes; FinTech; Servicios; Intención; Emprendedora Innovación; PLS-SEM.

Abstract

Introduction: This study analyzes the relationship between university students' entrepreneurial intentions and their interest in the FinTech sector, using the Theory of Planned Behavior as a framework. **Methodology:** A quantitative and exploratory approach was adopted. A survey based on previous literature was administered to 524 students from the Costa Rica Institute of Technology, selected using the ORSEE database. Data collection took place in August 2024, and the analysis was conducted using partial least squares (PLS) methodology, which is suitable for evaluating multiple variables and their relationships. **Results:** Students with positive attitudes toward entrepreneurship in FinTech showed a greater intention to become entrepreneurs. Furthermore, a favorable social environment significantly influences entrepreneurial motivation. Self-efficacy was also identified as a key factor: those who are confident in their abilities are more likely to translate their intentions into concrete actions. **Discussion:** These findings underscore the importance of considering both personal and contextual factors in fostering university entrepreneurship. **Conclusions:** Promoting favorable attitudes towards FinTech entrepreneurship and creating a supportive environment are essential elements to strengthen the entrepreneurial aspirations of university students.

Keywords: Financial; Students; FinTech; Services; Intention; Entrepreneurial Innovation; PLS-SEM.

1. Introducción

Según Gomber *et al.* (2017) algún día los bancos solo se utilizarán para depósitos, mientras que todo lo demás se hará mediante el uso de servicios de empresas FinTech, por cuanto estas empresas generan un nuevo panorama de negocios. El Consejo de Estabilidad Financiera de los Estados Unidos (FSB) proporciona una definición fundamental de FinTech como “la innovación tecnológica financiera que resulta en nuevos modelos de negocios, aplicaciones, procesos o productos” (Liu *et al.*, 2020, p. 1). Típicamente, FinTech se refiere a los innovadores y disruptores en el sector financiero que hacen uso de la disponibilidad de comunicación y el procesamiento automatizado de información (Gomber *et al.*, 2017).

Las empresas de servicios financieros han utilizado tecnologías durante mucho tiempo, ya sea mediante soluciones internas o a través de la externalización con proveedores especializados (Irimia-Diéguez *et al.*, 2023), sin embargo, estos modelos de negocios están cambiando la forma en que las personas realizan transacciones financieras (Lee y Shin, 2018). Es importante destacar que aún se necesita una descripción sistemática y teórica de la tecnología financiera (Sun *et al.*, 2022). Además, existe una notable falta de trabajos en la literatura académica que traten este tema de manera sistemática o que busquen mapearlo (Milian *et al.*, 2019). Los emprendedores FinTech operan en un entorno empresarial particular, que está influenciado por factores sociales, culturales y de apoyo (Brush *et al.*, 2018; Sun *et al.*, 2022).

Estas innovaciones facilitan la entrada de nuevas empresas al mercado y mejoran la eficiencia y la inteligencia empresarial en la industria financiera (Imerman & Fabozzi, 2020), en ese sentido los estudiantes, como futuros empresarios, son fundamentales en el crecimiento de la industria FinTech (Phung, 2023). La innovación en el sector financiero requiere la consideración y el conocimiento de ciertos comportamientos relacionados con la innovación, como la relación entre la expectativa de esfuerzo y la influencia social, que pueden constituir una barrera para adoptar la innovación en las FinTech (Figueiredo *et al.*, 2023). Las características únicas de las plataformas FinTech pueden hacer que la innovación continúa y el mantenimiento de una serie de ventajas competitivas temporales sean excepcionalmente desafiantes (Ng *et al.*, 2022). La investigación tiene como objetivo principal: analizar la relación entre la intención emprendedora de los estudiantes universitarios y su participación en el sector FinTech. Se procura responder la siguiente la siguiente pregunta de investigación (RQ1):

- RQ1 ¿Cuál es la relación entre la intención emprendedora de los estudiantes universitarios y su participación en el sector FinTech, considerando su percepción sobre la innovación y el emprendimiento en FinTech, los factores que influyen en su intención emprendedora, y su nivel de conocimiento y habilidades técnicas en este ámbito?

La revisión de la literatura evidencia una falta de investigación que integre la percepción de los estudiantes sobre la innovación y el emprendimiento en el ámbito de las FinTech, así como su nivel de conocimiento técnico, en relación con su intención emprendedora en este sector emergente (Phung, 2023). Dado que las FinTech son un desarrollo tan reciente, algunos autores han señalado la escasez de estudios que aborden los aspectos sociales, regulatorios, tecnológicos y gerenciales de estas empresas (Lee y Shin, 2018).

Este estudio se propone aportar a este vacío al examinar de manera integral estos aspectos, proporcionando así una visión más completa de los determinantes de la intención emprendedora en FinTech entre los estudiantes universitarios. Este documento está organizado de la siguiente manera: La primera sección es la introducción, que establece el propósito de esta investigación. La segunda sección corresponde a la revisión literaria sobre el tema y formulación de las hipótesis. La tercera sección describe la metodología de investigación. Los resultados se presentan en la cuarta sección, los cuales luego se discuten en la quinta sección. Finalmente, se ofrecen las conclusiones de la investigación y futuras líneas de investigación.

2. Revisión de literatura

FinTech, es una abreviatura de finanzas y tecnología. Fue definido por (Bettinger, 1972, p. 63) como: un acrónimo que representa la tecnología financiera, combinando la experiencia bancaria y la tecnología moderna de la ciencia de la gestión y la informática. El término "FinTech" (a veces: FinTech, Fin-tech o Fintech) es un neologismo que se origina de las palabras "financiero" y "tecnología". FinTech surge en parte porque, pese a los avances tecnológicos el costo unitario de la intermediación financiera aparentemente no ha cambiado mucho en más de un siglo (Thakor, 2019). Las empresas FinTech están evolucionando a una velocidad rápida, impulsada en parte por la economía compartida, la regulación favorable y la tecnología de la información (Lee y Shin, 2018).

Aunque la industria financiera ha sido tradicionalmente una adoptadora temprana y usuaria intensiva de nuevas soluciones de Tecnologías de Información, el surgimiento de modelos de negocio innovadores y nuevos competidores han tenido una influencia tremenda en la dinámica actual de la industria (Milian *et al.*, 2019). El fenómeno FinTech se ha estudiado en el campo de la financiación colectiva, los pagos a través de dispositivos móviles, préstamos a través de Internet, *crowdfunding*, *blockchain*, dado el nivel de complejidad y sofisticación del campo, resulta imprescindible investigar minuciosamente el proceso de evolución y la dirección que está tomando desde todas sus etapas (Alrawashdeh *et al.*, 2022).

Se puede observar en la literatura que las tecnologías de la información innovadoras han ampliado el alcance de FinTech, lo que ha creado oportunidades de investigación en este campo (Sun *et al.*, 2022). En nuestra investigación nos proponemos utilizar la teoría del comportamiento TPB (Ajzen, 1991) por sus siglas en inglés (*The theory of planned behavior*) la cual propone factores independientes que influyen en la intención. El primero es la actitud hacia el comportamiento, que indica cómo una persona evalúa positiva o negativamente dicho comportamiento. La actitud se puede entender como la percepción e intereses del individuo, los cuales afectan significativamente su intención de aventurarse en nuevos negocios (Anjum *et al.*, 2022).

La industria FinTech se ve profundamente influenciada por la actitud de los estudiantes hacia este campo, ya que una disposición positiva aumenta significativamente la probabilidad de que opten por iniciar una empresa dentro del sector (Phung, 2023). Con base en esta teoría, se plantea la siguiente hipótesis:

H1. Existe una actitud positiva hacia el emprendimiento FinTech que incide de forma positiva para que los estudiantes universitarios desarrollen la intención de emprender.

Las normas sociales juegan un papel crucial en la configuración de la ideología y la percepción de las personas sobre aspectos esenciales de sus vidas, especialmente al iniciar un negocio (Asimakopoulou *et al.*, 2019). Las normas sociales se refieren a la influencia percibida del entorno social sobre las decisiones individuales de llevar a cabo o abstenerse de realizar una actividad específica (Sampene *et al.*, 2022). Cuando las personas sienten que su círculo social apoya sus aspiraciones empresariales, es más probable que se sientan motivadas para emprender (Pandey *et al.*, 2023) por ello se sugiere la siguiente hipótesis:

H2. La percepción de apoyo social y la influencia de las expectativas de familiares, amigos y profesores hacia el emprendimiento FinTech tienen un efecto positivo en la intención de los estudiantes universitarios para iniciar emprendimientos.

El tercer factor es el control conductual percibido, que se refiere a la facilidad o dificultad percibida para realizar el comportamiento, basada en la experiencia pasada y las expectativas de obstáculos futuros (Lin *et al.*, 2020). El control conductual percibido se define como la creencia de una persona en su capacidad para realizar actividades emprendedoras bajo su propio control (Phung, 2023). La forma en que las personas valoran la facilidad para realizar un comportamiento influye en su decisión de emprender (Su *et al.*, 2021) por cuanto lo anterior el estudio plantea la siguiente hipótesis:

H3. Si los estudiantes universitarios sienten mayor seguridad de poder superar los desafíos del emprendimiento FinTech, tendrá un efecto positivo en la intención de iniciar un negocio de este tipo.

La intención ejerce un impacto significativo en la acción (comportamiento), estableciendo una distinción clara entre la intención de un individuo hacia un comportamiento específico, conocida como intención de meta, y las acciones que realmente llevará a cabo en el futuro en relación con dicha intención (Esfandiar *et al.*, 2017). A medida que las intenciones emprendedoras se desarrollan, atraviesan diversas fases. Esto permite formular la siguiente hipótesis:

H4: La intención de implementación emprendedora influye positivamente en la intención de meta emprendedora para crear el emprendimiento.

Es fundamental primero identificar la pasión de un estudiante por iniciar un emprendimiento y luego inspirarlo a considerar el emprendimiento como una profesión (Anjum *et al.*, 2022) En este contexto, las intenciones juegan un papel crucial, ya que reflejan los factores motivacionales que influyen en el comportamiento, indicando cuán dispuesto está uno a esforzarse y cuánto esfuerzo planea dedicar para llevar a cabo una acción (Irimia-Diéguez *et al.*, 2023). A partir de esto, surge la siguiente hipótesis:

H5. Una mayor intención de metas emprendedoras está asociada positivamente con una inclinación hacia ciertos tipos de Fintech.

3. Metodología

3.1. Selección de muestra

Estudiantes universitarios que se encontraban cursando carreras en administración de empresas, ciencias de la informática e ingenierías a nivel de grado. Estos estudiantes fueron seleccionados debido a su afiliación a la base de datos ORSEE (*Online Recruitment Software for Experimental Economics*), una plataforma reconocida por su eficacia en la gestión y facilitación de procesos de reclutamiento para estudios experimentales (Greiner, 2015). Durante el periodo mencionado, se enviaron formularios a una población de 524 estudiantes y se obtuvo una tasa de respuesta del 18.893%.

3.2. Encuesta

Se diseñó un cuestionario basado en literatura previa para evaluar las opiniones estudiantiles sobre el emprendimiento en FinTech y su relación con la intención innovadora. Fue probado con 10 estudiantes para asegurar claridad e incluyó una sección demográfica por género, edad y años de carrera, facilitando el análisis. Basado en la teoría del comportamiento planificado (TPB), el cuestionario consideró los tres antecedentes de la intención empresarial: actitud, normas sociales percibidas y control conductual percibido o autoeficacia (Ajzen, 1991).

Los constructos se evaluaron utilizando una escala Likert de 5 puntos, donde 1 indicaba “totalmente en desacuerdo” y 5 “totalmente de acuerdo”. Esta escala ha sido utilizada en otras investigaciones sociales por su capacidad para captar matices en las actitudes y percepciones de los encuestados (Esfandiar *et al.*, 2017; Krueger, 2009).

Por último, los encuestados clasificaron sus preferencias dentro del sector FinTech en caso de optar por emprender, utilizando la misma escala.

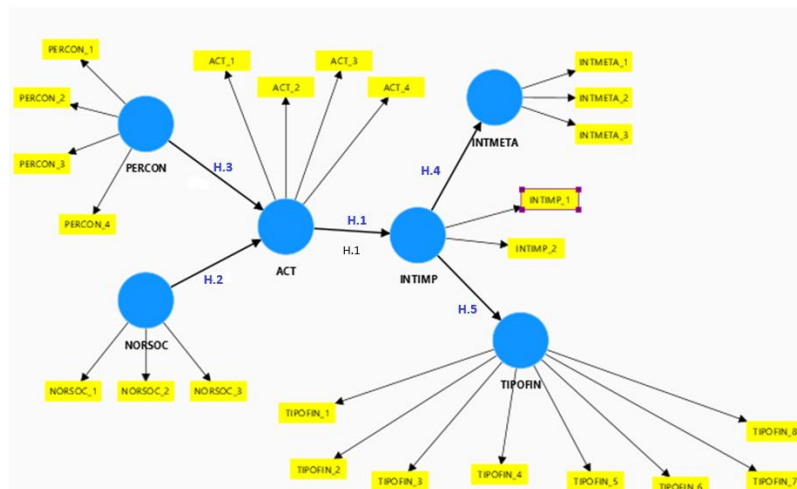
4. Análisis estadístico

Se enfoca en una investigación cuantitativa sobre la Intención Emprendedora en FinTech entre Universitarios ver Figura 1. Para analizar los datos, se optó por el método de mínimos cuadrados parciales (PLS por sus siglas en inglés) debido a su adecuación en estudios exploratorios (Johnson *et al.*, 2017). El uso de modelos de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) se justifica en diversos contextos (Hair *et al.*, 2019). En primer lugar, es particularmente adecuado para estudios con tamaños de muestra pequeños, permitiendo obtener resultados significativos incluso con datos limitados. PLS-SEM es una metodología flexible y adecuada para muestras pequeñas, que permite modelar estructuras complejas sin requerir distribución normal de los datos (Hair y Alamer, 2022).

También es apropiada para investigaciones exploratorias, facilitando la identificación de relaciones emergentes produce puntuaciones determinantes únicas, convirtiéndola en la opción preferida para estudios orientados a la predicción (Hair *et al.*, 2019). Una de sus principales fortalezas es que no requiere que los datos sigan una distribución normal, lo que proporciona una gran flexibilidad al trabajar con muestras variadas (Hair y Alamer, 2022). Además, es flexible en el uso de modelos de medición formativos y reflejantes, y es menos sensible desviaciones de supuestos estadísticos, lo que lo hace accesible para investigadores (Hair *et al.*, 2020).

Figura 1.

Marco conceptual del estudio



Fuente: Elaboración propia.

5. Resultados

5.1. Modelo de medición

Se evaluó por separado el modelo de medición y el estructural siguiendo el procedimiento estándar en SEM, asegurando la fiabilidad y validez de la escala auto informada mediante análisis de alfa de Cronbach y cargas cruzadas superiores a 0.70 (Hair *et al.*, 2019; Hair *et al.*, 2020).

5.2. Validez convergente

Además, se evaluó la validez convergente mediante la varianza media extraída (AVE). Los valores de AVE variaron entre 0.616 y 0.906, superando el umbral recomendado de 0.5, lo que indica que al menos el 50% de la varianza de los ítems es explicada adecuadamente (Hair *et al.*, 2019), tal cual se puede muestra en la Tabla 1.

5.3. Indicadores multicolinealidad

La Tabla 1 presenta los valores de VIF para diferentes ítems en varios constructos, todos dentro del rango aceptable $VIF < 5$ (Hair *et al.*, 2019). En “Actitud”, los VIF varían entre 1.782 y 2.908, mientras que en “Normas Sociales” están entre 1.328 y 1.971, sin superar los niveles críticos. En “Control conductual percibido”, los valores más altos (4.883 y 4.473) se acercan al umbral de 5, pero permanecen dentro de un rango considerado aceptable. Los constructos “Intención de meta emprendedora” (2.311 y 4.362) e “Intención de implementación emprendedora” (2.925) también cumplen con el rango esperado. En “Tipos de Fintech”, los VIF (2.042 y 3.370) permanecen en niveles aceptables. No se detectan problemas de multicolinealidad significativa.

Tabla 1.
Análisis de Fiabilidad y Multicolinealidad de los Ítems en los Constructos Evaluados

Constructo	Pregunta	Fuente	Cargas Externas	Alfa de Cronbach	Fiabilidad compuesta (rho_a)	Fiabilidad compuesta (rho_c)	(AVE)	VIF
Actitud	Ser emprendedor en el sector FinTech sería beneficioso para mí.	Adaptada de (Esfandiar <i>et al.</i> , 2017)	0.857	0.875	0.879	0.915	0.728	2.418
	Me resulta atractivo seguir una carrera que se puede relacionar con campo de FinTech. **		0.861					2.359
	Encuentro satisfactorio la libertad de emprender en el campo de FinTech.		0.892					2.908
	Encuentro gratificante la compensación económica al iniciar un negocio en FinTech.		0.801					1.782
Normas Sociales	Si decidiera comenzar mi propio negocio FinTech, mis padres me apoyarían.	Adaptada de (Esfandiar <i>et al.</i> , 2017)	0.848	0.754	0.770	0.860	0.673	1.743
	Si decidiera comenzar mi propio negocio FinTech, mis amigos cercanos me apoyarían.		0.881					1.971
	Si decidiera comenzar mi propio negocio FinTech, mi pareja me apoyaría.		0.724					1.328
Control conductual percibido	Iniciar y mantener en funcionamiento una empresa en FinTech resultaría fácil para mí.	Tomada de (Phung, 2023)	0.849	0.835	0.900	0.878	0.644	1.635
	Puedo controlar el proceso de creación de una nueva empresa en FinTech.		0.837					1.688
	Conozco los detalles prácticos necesarios para iniciar una empresa en FinTech.		0.786					4.883
	Sé cómo desarrollar un proyecto emprendedor en FinTech.		0.731					4.473
Intención de meta emprendedora	Uno de mis objetivos profesionales es convertirme en un emprendedor en el sector FinTech.	Adaptada de (Esfandiar <i>et al.</i> , 2017)	0.938	0.906	0.919	0.941	0.841	4.362
	Haré todo lo posible por iniciar y gestionar mi propia empresa o una co-propiedad en FinTech.		0.911					3.744
	Quiero iniciar mi propio negocio en FinTech o una co-propiedad en algún momento del futuro.		0.902					2.311

Intención de implementación emprendedora	Estoy decidido a crear mi propio negocio en FinTech o una co-propiedad en un futuro cercano. He pensado muy seriamente en iniciar una empresa en FinTech.	Adaptada de (Esfandiar <i>et al.</i> , 2017)	0.948	0.896	0.899	0.950	0.906	2.925
			0.955					2.925
Tipos de Fintech	Tecnología de pagos / Payments Technology	Tipos de FinTech (Imerman y Fabozzi, 2020)	0.725	0.911	0.919	0.928	0.616	2.222
	Banca digital / Digital Banking		0.801					3.248
	Préstamos FinTech / FinTech Lending		0.833					2.890
	Gestión patrimonial digital / Digital Wealth Management		0.799					3.016
	Mercados de capitales / Capital Markets		0.769					3.370
	Financiación participativa de capital / Equity Crowdfunding		0.763					2.042
	Aplicaciones tecnológicas en el sector asegurador / InsurTech		0.804					2.427
	Tecnología aplicada al sector inmobiliario / PropTech		0.780					2.681

Fuente: Elaboración propia.

5.4. Razón de heterotrait-Monotrait (HTMT)

Como se muestra en la Tabla 2 el HTMT valida las correlaciones de los ítems entre constructos en relación con la media de las correlaciones promedio para los ítems que miden el mismo constructo. Los problemas de validez discriminante están presentes cuando los valores de HTMT son altos sobrepasan un valor umbral de 0.90 (Henseler *et al.*, 2014) para modelos estructurales con constructos que son conceptualmente muy similares, por ejemplo, satisfacción cognitiva, satisfacción afectiva y lealtad. En tal configuración, un valor HTMT superior a 0.90 sugeriría que no está presente la validez discriminante.

Tabla 2.

Razón de heterotrait-Monotrait

Validez discriminante - Lista de Ratio Heterotrait-Monotrait (HTMT)	
INTIMP - ACT	0.621
INTMETA - ACT	0.603
INTMETA - INTIMP	0.897
NORSOC - ACT	0.490
NORSOC - INTIMP	0.400
NORSOC - INTMETA	0.420
PERCON - ACT	0.385
PERCON - INTIMP	0.581
PERCON - INTMETA	0.583
PERCON - NORSOC	0.308
TIPOFIN - ACT	0.464
TIPOFIN - INTIMP	0.631
TIPOFIN - INTMETA	0.531
TIPOFIN - NORSOC	0.352
TIPOFIN - PERCON	0.571

Fuente: Elaboración propia.

5.5. Evaluación Modelo Estructural

Utilizamos el método de *bootstrapping* para explorar los efectos de mediación, ya que este se basa en la estimación de la ruta indirecta y no requiere suposiciones sobre la forma de la distribución muestral. Los modelos propuestos eran reflectivos y fueron probados con *SmartPLS 4* (Ringle *et al.*, 2022). Al ejecutar el *PLS-SEM* consistente, se configuró un submuestreo de 5000 iteraciones (Hair *et al.*, 2019). Si el intervalo de confianza no incluye el valor cero, se concluye que el efecto indirecto es significativo, validando así la hipótesis propuesta.

Por ejemplo, si se encuentra un efecto indirecto específico con un intervalo de confianza de (-0.473, 0.063), esto indicaría que el efecto indirecto específico es negativo y significativo, ya que el límite inferior es menor que cero y el límite superior es mayor que cero (Hayes, 2009). Los resultados de ese análisis confirman la presencia de un efecto mediador significativo Tabla 3.

Tabla 3.

Efectos indirectos específicos - Media, desviación estándar, valores t, valores p.

	Muestra original (O)	Media de la muestra (M)	Desviación estándar (STDEV)	Estadísticos t (O/STDEV)	Valores p
ACT -> INTIMP -> INTMETA	0.453	0.456	0.070	6.456	0.000***
NORSOC -> ACT -> INTIMP -> INTMETA	0.147	0.148	0.061	2.402	0.016**
PERCON -> ACT -> INTIMP -> INTMETA	0.133	0.146	0.049	2.735	0.006**
ACT -> INTIMP -> TIPOFIN	0.325	0.332	0.066	4.908	0.000***
NORSOC -> ACT -> INTIMP	0.179	0.180	0.073	2.466	0.014**
PERCON -> ACT -> INTIMP	0.163	0.178	0.057	2.864	0.004**
NORSOC -> ACT -> INTIMP -> TIPOFIN	0.105	0.108	0.048	2.177	0.030*
PERCON -> ACT -> INTIMP -> TIPOFIN	0.095	0.106	0.038	2.490	0.013**

Nota: P<0.001; ** P<0.01; * P<0.05.

Fuente: Elaboración propia.

5.6. Estadísticas descriptivas

La Tabla 4 presenta los valores de R^2 y R^2 ajustado que son utilizados evaluar la predicción del modelo estructural. Para ACT (Actividad), el R^2 es 0.241, lo que indica que el modelo explica el 24.1% de la variabilidad, mientras que el R^2 ajustado de 0.225 sugiere una capacidad explicativa ajustada del 22.5%, con una diferencia de 0.016 que muestra que el modelo no está sobre ajustado. INTIMP (Intención de Impacto) tiene un R^2 de 0.306 y un R^2 ajustado de 0.299, reflejando una capacidad explicativa moderada con una diferencia de solo 0.007. INTMETA (Intención Meta) presenta un R^2 alto de 0.672, con un R^2 y R^2 ajustado de 0.669, indicando una excelente capacidad explicativa. Finalmente, TIPOFIN (Tipo de FinTech) muestra un R^2 de 0.344 y un R^2 ajustado de 0.338, sugiriendo una capacidad explicativa moderada.

Tabla 4.*Estadísticas descriptivas*

R Cuadrado - Resumen		
	R cuadrado	R cuadrado-ajustada
ACT	0.241	0.225
INTIMP	0.306	0.299
INTMETA	0.672	0.669
TIPOFIN	0.344	0.338

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 2 muestra valores de F^2 , que miden el tamaño del efecto de un constructo sobre otro en un modelo estructural los valores superiores a 0.02 y hasta 0.15 se consideran pequeños; los valores de 0.15 hasta 0.35 son medios; y los valores de 0.35 y superiores se consideran grandes (Hair *et al.*, 2020). Los valores indican la magnitud del impacto que cada predictor tiene en la variabilidad de los constructos dependientes (R^2). ACT (Actitud) tiene un efecto grande sobre INTIMP (Intención de implementación emprendedora) con un valor de $F^2 = 0.441$. También tiene efectos pequeños sobre NORSOC (Normas Sociales) y PERCON (Percepción de Control), con valores de $F^2 = 0.130$ y $F^2 = 0.106$, respectivamente.

INTIMP (Intención de implementación emprendedora) presenta un efecto muy grande sobre INTMETA (Intención de meta emprendedora), con un valor de $F^2 = 2.049$, y un efecto medio sobre TIPOFIN (Tipo de Fintech), con un valor de $F^2 = 0.525$. La intención de implementación (INTIMP) se explica principalmente por la actitud (ACT), lo que sugiere que la actitud del estudiante es un factor clave en su decisión de emprender. Esta intención, a su vez, impulsa la intención emprendedora (INTMETA). Además, la actitud se ve influenciada por las normas sociales (NORSOC) y la percepción de control (PERCON), destacando la importancia de un entorno favorable para fomentar la intención emprendedora.

Tabla 2.*F cuadrado-Matriz*

	ACT	INTIMP	INTMETA	TIPOFIN
ACT		0.441		
INTIMP			2.049	0.525
INTMETA				
NORSOC	0.130			
PERCON	0.106			

Fuente: Elaboración propia.

5.7. Análisis de Coeficientes e Intervalos de Confianza

Valores cercanos a 0 indican una predicción débil de los constructos dependientes, mientras que valores cercanos a 1 o -1 indican una predicción fuerte (Hair *et al.*, 2020). El límite umbral para el valor t en una relación estadísticamente significativa es 1.96 o mayor, mientras que el valor umbral para el valor p en una relación estadísticamente significativa es 0.05 o menor (He *et al.*, 2024). Los resultados muestran relaciones significativas entre las variables propuestas según se muestran en Tabla 5 y Figura 2.

- **Actitud (ACT) -> Intención de implementación emprendedora (INTIMP):** Tiene un coeficiente de 0.553, indicando una influencia positiva y significativa. Un valor t elevado (7.491) y un valor p (<0.001) destacan la relevancia de esta relación, confirmando así la hipótesis H1.
- **Intención de implementación emprendedora (INTIMP) -> Intención de meta emprendedora (INTMETA):** Con un coeficiente de 0.820, muestra una fuerte y significativa relación positiva. El valor t es notablemente alto (26.139) y el valor p (<0.001), reforzando la significancia, lo que confirma la hipótesis H4.
- **Intención de implementación emprendedora (INTIMP) -> Tipo de Fintech (TIPOFIN):** Un coeficiente de 0.587 indica una relación positiva significativa, con un valor t de 8.900 y un valor p (<0.001). Esto confirma la hipótesis H5.
- **Normas Sociales (NORSOC) -> Actitud (ACT):** Aunque la relación es débil con un coeficiente (0.325), sigue siendo significativa con un valor t de 2.774 y un valor p (0.006). Esto respalda la hipótesis H2.
- **Control Conductual Percibido (PERCON) -> Actitud (ACT):** Muestra un coeficiente de 0.294, indicando una influencia positiva y significativa ($t = 3.477$, $p = 0.001$). Estos resultados respaldan la hipótesis H3.

Tabla 5.

Coefficientes path - Intervalos de confianza - media, desviación estándar, valores t, valores p.

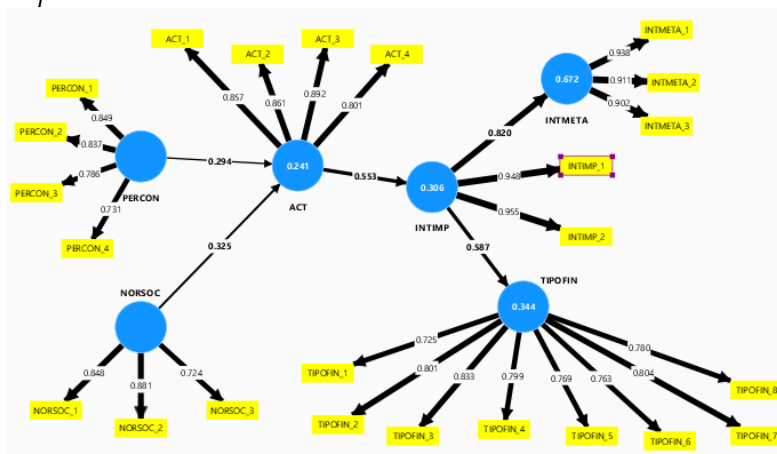
	Muestra original (O)	Media de la muestra (M)	Hipótesis	2.5%	97.5%	Desviación estándar (STDEV)	Estadísticos t (O/STDEV)	Valores p	Resultados hipótesis
ACT -> INTIMP	0.553	0.555	H1	0.396	0.685	0.074	7.491	0.000	Soportada***
NORSOC -> ACT	0.325	0.321	H2	0.083	0.538	0.117	2.774	0.006	Soportada**
PERCON -> ACT	0.294	0.317	H3	0.161	0.485	0.085	3.477	0.001	Soportada***
INTIMP -> INTMETA	0.820	0.820	H4	0.752	0.876	0.031	26.139	0.000	Soportada***
INTIMP -> TIPOFIN	0.587	0.596	H5	0.455	0.711	0.066	8.900	0.000	Soportada***

Nota: P<0.001; ** P<0.01; * P<0.05.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2.

Modelo respaldado después del análisis



Fuente: Elaboración propia.

6. Discusión

Los hallazgos obtenidos respaldan nuestra pregunta de investigación. La relación entre la intención emprendedora de los estudiantes universitarios y su participación en el sector FinTech revela importantes implicaciones para la promoción del emprendimiento en este ámbito emergente. A través del análisis de las variables clave, se destaca cómo la actitud hacia el emprendimiento, las normas sociales y el control conductual percibido se entrelazan para influir en la intención de los estudiantes de implementar negocios en FinTech (Phung, 2023).

La actitud hacia el emprendimiento se establece como un factor determinante en la intención de los estudiantes de iniciar un negocio en el sector FinTech. Este hallazgo está en línea con lo

propuesto por (Su *et al.*, 2021) quienes encontraron que la actitud hacia el emprendimiento se establece como un factor determinante en la intención de los estudiantes de iniciar un negocio en el sector. Este hallazgo enfatiza la necesidad de estrategias educativas que fomenten un enfoque positivo hacia el emprendimiento, integrando elementos que resalten las oportunidades dentro del ecosistema FinTech.

A diferencia de (Esfandiar *et al.*, 2017) donde las normas no juegan un papel significativo, el estudio encontró que las normas sociales desempeñan un papel significativo al influir en la actitud de los estudiantes, con un coeficiente de path de 0.325 y una significancia estadística de ($p = 0.006$). Este hallazgo se alinea más con lo propuesto por (Pandey *et al.*, 2023), sugiriendo que el apoyo de las redes cercanas, como familiares y amigos, actúa como un factor moderador para el emprendimiento. La construcción de comunidades de apoyo es clave para fomentar la intención emprendedora en los jóvenes, por lo que las instituciones educativas y organizaciones deben crear redes que ofrezcan apoyo emocional y práctico en el sector FinTech.

El control conductual percibido también se revela como un predictor importante de la actitud hacia el emprendimiento, con un coeficiente de path de 0.294 y ($p < 0.001$). Este resultado concuerda con lo encontrado por (Asimakopoulou *et al.*, 2019), sugiriendo que los estudiantes que sienten que poseen las capacidades y los recursos necesarios para emprender son más propensos a desarrollar actitudes positivas hacia el emprendimiento. Un hallazgo relevante en este estudio es la relación positiva y significativa entre la intención de implementación emprendedora y el tipo de FinTech. El coeficiente de 0.587, con un valor t de 8.900 y un valor p (< 0.001), indica que, a mayor intención de implementar un emprendimiento, los estudiantes se inclinan más hacia la exploración de diferentes tipos de FinTech.

7. Conclusión

Este estudio identifica que los estudiantes con una visión positiva del emprendimiento en FinTech son más propensos a emprender en este sector. Destaca la importancia de promover actitudes optimistas en programas educativos y crear un entorno social de apoyo. Además, los estudiantes que confían en su capacidad para emprender están más motivados, por lo que es clave que las instituciones educativas ofrezcan recursos y formación para fortalecer esa confianza. (Vargas-Martínez *et al.*, 2023).

Los estudiantes con una intención clara de emprender en áreas específicas de FinTech tienen más probabilidades de ejecutar sus planes, lo que destaca la importancia de fomentar objetivos definidos. Sectores como la gestión patrimonial digital, la financiación participativa y la tecnología de pagos son los más atractivos, reflejando una fuerte inclinación hacia la digitalización financiera.

7.1. Implicaciones Prácticas

Los hallazgos de esta investigación sugieren que las instituciones educativas y los programas de emprendimiento en FinTech deben enfocarse en estrategias que fortalezcan una actitud positiva hacia el emprendimiento, construyan redes de apoyo social y desarrollen la autoeficacia entre los estudiantes. Esto indica que fomentar la intención de implementar ideas de negocio no solo afecta la voluntad de emprender, sino que también tiene un impacto significativo en la participación en el sector. Por lo tanto, es necesario que los reguladores y gobiernos mejoren las normativas, promuevan una competencia saludable y fomenten la innovación FinTech para aumentar la eficiencia financiera regional (Wu *et al.*, 2022).

7.2. Futuras investigaciones

Futuras investigaciones podrían centrarse en estudios longitudinales sobre la evolución de las intenciones emprendedoras en FinTech, considerando la influencia de empresas innovadoras y tendencias del mercado.

8. Referencias

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alrawashdeh, N., Alsmadi, A. A., Al-Gasaymeh, A. S. y Alsmadi, A. A. (2022). FinTech: A bibliometric analysis for the period of 2014-2021. *Siree Journals*. <https://doi.org/10.47750/qas/23.188.24>
- Anjum, T., Amoozegar, A., Farrukh, M. y Heidler, P. (2022). Entrepreneurial intentions among business students: The mediating role of attitude and the moderating role of university support. *Education & Training*, 65(4), 587-604. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2021-0020>
- Asimakopoulous, G., Hernández, V. y Peña Miguel, J. (2019). Entrepreneurial intention of engineering students: The role of social norms and entrepreneurial self-efficacy. *Sustainability*, 11(16), 4314. <https://doi.org/10.3390/su11164314>
- Bettinger, A. (1972). FINTECH: A series of 40 time shared models used at ManufacturersHanover Trust Company. *Interfaces*, 2(4), 62-63. <https://www.jstor.org/stable/25058931>
- Brush, C., Edelman, L. F., Manolova, T. y Welter, F. (2018). A gendered look at entrepreneurship ecosystems. *Small Business Economics*, 51(3), 1-14. <https://acortar.link/GHIzhR>
- Esfandiar, K., Sharifi-Tehrani, M., Pratt, S. y Altinay, L. (2017). Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*, 90, 209-219. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.045>
- Exadaktylos, F., Espín, A. M. y Brañas-Garza, P. (2013). Experimental subjects are not different. *Scientific Reports*, 3, 1213. <https://doi.org/10.1038/srep01213>
- Fayolle, A. y Liñán, F. (2013). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>

- Figueiredo, R., Camargo, M. E., Ferreira, J. J., Zhang, J. Z. y Liu, Y. D. (2023). Predicting the intention to adopt innovation in supply chain finance. *Journal of Organizational and End User Computing*, 35(2), 1-15. <https://doi.org/10.4018/JOEUC.333689>
- Gomber, P., Koch, J. y Siering, M. (2017). Digital finance and FinTech: Current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, 87(5), 537-580. <https://doi.org/10.1007/s11573-017-0852-x>
- Greiner, B. (2015). Subject pool recruitment procedures: Organizing experiments with ORSEE. *Journal of the Economic Science Association*, 1(1), 114-125. <https://acortar.link/ncD5Vs>
- Haddad, C. y Hornuf, L. (2018). The emergence of the global FinTech market: Economic and technological determinants. *Small Business Economics*, 53(1), 81-105. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9991-x>
- Hair, J. F., Howard, M. C. y Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101-110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069>
- Hair, J., Hollingsworth, C. L., Randolph, A. B. y Chong, A. Y. L. (2019). An updated and expanded assessment of PLS-SEM in information systems research. *Industrial Management & Data Systems*, 117(3), 442-458. <https://doi.org/10.1108/IMDS-04-2016-0130>
- Hayes, A. F. (2009). Beyond Baron and Kenny: Statistical mediation analysis in the new millennium. *Communication Monographs*, 76(4), 408-420. <https://doi.org/10.1080/03637750903310360>
- He, J., Ahmad, S. F., Al-Razgan, M., Ali, Y. A. y Irshad, M. (2024). Factors affecting the adoption of metaverse in healthcare: The moderating role of digital division and meta-culture. *Heliyon*, 10(7), e28778. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e28778>
- Henseler, J., Ringle, C. M. y Sarstedt, M. (2014). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Imerman, M. B. y Fabozzi, F. J. (2020). Cashing in on innovation: A taxonomy of FinTech. *Journal of Financial Transformation*, 51, 50-59. <https://doi.org/10.1057/s41260-020-00163-4>
- Irimia-Diéguez, A., Velicia-Martín, F. y Aguayo-Camacho, M. (2023). Predicting FinTech innovation adoption: The mediator role of social norms and attitudes. *Financial Innovation*, 9(1), 25. <https://doi.org/10.1186/s40854-022-00434-6>
- Johnson, V. L., Kiser, A., Washington, R. y Torres, R. (2017). Limitations to the rapid adoption of M-payment services: Understanding the impact of privacy risk on M-payment services. *Computers in Human Behavior*, 79, 111-122. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.035>

- Krueger, N. (2009). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. En A. L. Carsrud y M. Brännback (Eds.), *Understanding the entrepreneurial mind* (pp. 51-72). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-0443-0_4
- Lee, I. y Shin, Y. J. (2018). FinTech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35-46. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.09.003>
- Lin, S., Hsu, S., Ho, J. y Lai, M. (2020). Behavioral model of middle-aged and seniors for bicycle tourism. *Frontiers in Psychology*, 11, 407. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00407>
- Makki, A. A. y Alqahtani, A. Y. (2022). Modeling the enablers to FinTech innovation in Saudi Arabia: A hybrid approach using ISM and ANP. *Systems*, 10(5), 181. <https://doi.org/10.3390/systems10050181>
- Ng, E., Tan, B., Sun, Y. y Meng, T. (2022). The strategic options of FinTech platforms: An overview and research agenda. *Information Systems Journal*, 32(5), 1-28. <https://doi.org/10.1111/isj.12388>
- Ozili, P. K. (2018). Impact of digital finance on financial inclusion and stability. *Borsa Istanbul Review*, 18(4), 329-340. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.12.003>
- Pandey, D. L., Uprety, S. K. y Risal, N. (2023). Personality traits and their impact on the social entrepreneurial intentions of management students: A test of big five personality approach. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 8. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00342-8>
- Phung, T. M. T. (2023). Vietnam FinTech industry and government support: A role of FinTech entrepreneurial intention. *Public Organization Review*, 23(1), 1-17. <https://doi.org/10.1007/s11115-023-00708-2>
- Ringle, C. M., Wende, S. y Becker, J. M. (2022). *SmartPLS 4* (Version 4) [Computer software]. SmartPLS GmbH. <https://www.smartpls.com>
- Sampene, A. K., Li, C., Khan, A., Agyeman, F. O. y Opoku, R. K. (2022). Yes! I want to be an entrepreneur: A study on university students' entrepreneurship intentions through the theory of planned behavior. *Current Psychology*, 42(25), 21578-21590. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03161-4>
- Su, Y., Zhu, Z., Chen, J., Jin, Y., Wang, T., Lin, C. y Xu, D. (2021). Factors influencing entrepreneurial intention of university students in China: Integrating the perceived university support and theory of planned behavior. *Sustainability*, 13(8), 4519. <https://doi.org/10.3390/su13084519>
- Sun, Y., Li, S. y Wang, R. (2022). FinTech: From budding to explosion – An overview of the current state of research. *Review of Managerial Science*, 16(5), 1231-1256. <https://doi.org/10.1007/s11846-021-00513-5>

Vargas-Martínez, M. R., Tavarez-De Henríquez, J. C., Colón-Flores, N. D. J. y Domínguez-Valerio, C. M. (2023). Business environment, attitudes and entrepreneurial intentions as antecedents of entrepreneurial inclination among university students. *Sustainability*, 15(16), 12280. <https://doi.org/10.3390/su151612280>

Wu, Y. H., Bai, L. y Chen, X. (2022). *How does the development of fintech affect financial efficiency? Evidence from China*. Informa UK Limited. <https://doi.org/10.1080/1331677x.2022.2106278>

AUTOR:

Oscar Muñoz Valenciano

Instituto Tecnológico de Costa Rica, Costa Rica.

Doctor candidato en Dirección de Empresas, con más de 20 años de experiencia en el sector financiero-bancario.

ovalenciano@estudiantec.cr

Orcid ID: <https://orcid.org/0009-0003-3906-1476>