

Instrumento para medir los factores que impulsan el emprendimiento en estudiantes femeninas universitarias. (Instrument to measure the factors that drive entrepreneurship in female university students)

Silvia María Molina Gastélum¹; Mónica Blanco Jiménez² y Rodolfo Valenzuela Reynaga³

¹ Universidad autónoma de Nuevo León –Facultad de Contaduría Pública y Administración (México),
silvia.molinag@uanl.edu.mx, <https://orcid.org/0000-0002-3032-0481>

² Universidad autónoma de Nuevo León –Facultad de Contaduría Pública y Administración (México),
monica.blancojm@uanl.edu.mx, <https://orcid.org/0000-0001-7489-4826>

³ Instituto Tecnológico de Sonora (México),
rodolfo.valenzuela@itson.edu.mx, <http://orcid.org/0000-0003-3408-361X>

Información revisada por pares

Fecha de recepción: Marzo 2023

Fecha de aceptación: Mayo 2023

Fecha de publicación en línea: Julio 2023

DOI: <https://doi.org/10.29105/vtga9.4-513>

Resumen

Debido a la bondad que presenta el emprendimiento de ser reconocido a nivel mundial como un impulsor de la economía, es importante realizar estudios sobre la validez y confiabilidad de los instrumentos de medición aplicados, por ello, la presente investigación es de enfoque cuantitativo de tipo exploratorio – descriptivo que tiene como objetivo determinar la validez y confiabilidad de un instrumento de medición que evalúa los factores que impulsan el emprendimiento en jóvenes universitarias. El cuestionario comprende la revisión de la literatura de cinco variables independientes y una dependiente, así mismo, se llevaron a cabo la validación de contenido, de contexto y de criterio. Para determinar la fiabilidad se aplicaron 25 encuestas como prueba preliminar y para el análisis de datos se utilizó el método estadístico de Alpha de Cronbach. Los resultados muestran un instrumento de medición pertinente y confiable en donde se obtuvieron puntuaciones de más de 0.70 en 5 variables y más de .60 en la variable tolerancia al fracaso, por lo que se considera un instrumento válido y que puede ser aplicado para medir variables similares en futuras investigaciones

Palabras clave: Emprendimiento, cuestionario, jóvenes universitarias

Códigos JEL: L15, M10, M16

Abstract

Due to the goodness that entrepreneurship presents of being worldwide recognized as a driver of the economy, it is important to carry out studies on the validity and reliability of the applied measurement instruments, for this reason, the present investigation follows a quantitative approach of an exploratory. – descriptive type that aims to determine the validity and reliability of a measurement instrument that evaluates the factors that promote entrepreneurship in young female university students. The questionnaire included a review of the literature of five independent and one dependent variables, likewise, the validation of content, context and criteria was carried out. To determine reliability, 25 surveys were applied as a preliminary test and for data analysis the Cronbach's Alpha statistical method was utilized. The results explain a relevant and reliable measurement instrument where more than 0.70 points were obtained in 5 variables and more than .60 in the variable tolerance to failure, for which reason it is considered a valid instrument that can be applied to measure similar variables in future research.

Key words: Entrepreneurship, questionnaire, young university students

JEL Codes: L15, M10, M16

Introducción

Una de las iniciativas actuales es el emprendimiento, la cual enmarcada en la globalización trae consigo consecuencias económicas favorables, las cuales podrían ayudar en el incremento de los ingresos de las empresas, familias y de los propios individuos. Se considera un movimiento multidisciplinario y puede ser llevado a cabo tanto por el género masculino como por el femenino, quienes a cualquier edad, y en cualquier lugar han demostrado con su empresa su participación en el desarrollo económico de sus comunidades tal como establecen Kelley, et al. (2017), hoy en día la mujer participa en el desarrollo económico a nivel comunidad, estatal, nacional e inclusive mundial, al realizar una doble jornada laborando en sus negocios y criando a los hijos, además de brindar apoyo a otras personas, regresado en diversas ocasiones los beneficios recibidos. Hoy en día las mujeres pueden elegir entre prepararse para ser empleadas o pueden optar por involucrarse en el sector industrial a través del emprendimiento. Las mujeres representan el 48.5% de la fuerza laboral mundial. En países de primer mundo como Estados Unidos, las mujeres ocupan el 52% de todos los puestos a nivel profesional (Organización Internacional del trabajo, 2018).

En México, es difícil encontrar estudios que indiquen el lugar que ocupan las mujeres emprendedoras, sin embargo, Acs, et al (2015) en el *Global Entrepreneurship and Development Institute* (GEDI) señala que en 2015 México se posicionó en el lugar 41 de 71 países participantes en el ranking mundial. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2020) señala que las mujeres representan un 51.5% de los habitantes de México, y quienes asisten a la escuela son el 60.6% y el 34.7% laboran en los puestos de alta dirección. De acuerdo con el Banco Mundial (2019) la población femenina activa mayor de 15 a los fue aproximadamente del 44%.

El emprendimiento también puede llevarse a cabo por el sector juvenil, representado por personas menores de 30 años, quienes poseen cualidades y características especiales, las cuales podrían ser favorables para lograr un crecimiento económico y mejorar el bienestar social. En México la población de personas emprendedoras es de 1,598,970 de las cuales 148,646 son jóvenes entre los 18 a 29 años; en cuanto al género femenino las edades con mayor intervención en el emprendimiento son de 29 años, de los 23 a los 28 cuentan con una mejor participación en dichas actividades y de los 18 a 22 años son quienes muestran menor participación por la creación de negocios. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE, 2020).

En relación con la ubicación geográfica en México podría parecer que, en los estados del norte se facilitaría la creación de negocios; sin embargo, es en donde los porcentajes de jóvenes emprendedores son más bajos en comparación con las zonas centro y sur del país. El estado de México es el que se encuentra en primer lugar en emprendimientos juveniles, por el contrario, los estados de

Tlaxcala y Baja California Sur ocupan los últimos puestos; Sonora se encuentra en la posición 15. El emprendimiento podría funcionar como un salvavidas para la situación económica de la actualidad, puesto que presenta más ventajas que desventajas, un ejemplo de ello es que cada vez aumenta más el número de mujeres interesadas en participar en ese sector, y quienes han demostrado gran capacidad (por su esfuerzo, dedicación y preparación académica) como líderes y emprendedoras exitosas en todo el mundo. (Canales, Román y Ovando 2017).

Tomando en consideración lo anteriormente descrito, la situación problema radica en que se desconocen las características o los factores que impulsan el emprendimiento femenino en jóvenes y en específico, en universitarias; aunado a ello, Velázquez y Amador (2020) establecen que la desigualdad en cuanto a género sigue siendo desfavorecedora para niñas y mujeres menores de 30 años quienes no cuentan con las mismas oportunidades en cuanto a educación, en el área laboral e inclusive la participación en proyectos de emprendimiento se ve limitada o con escasas posibilidades de llevarse a cabo debido a todas las barreras sociales y prejuicios atribuidos.

Con referencia a lo anterior, el objetivo de esta investigación radica en evaluar los factores que permiten impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de la localidad de Guaymas, Sonora, México. Por lo que la pregunta de investigación es: ¿Cuáles son los factores que permiten impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias? y la hipótesis que se plantea es: Los factores que permiten impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias, son: creatividad, motivación, tolerancia al fracaso, apoyo financiero y apoyo familiar. Por lo que este artículo busca validar teóricamente las variables propuestas y sugiere un instrumento que está siendo aplicado en este momento.

Marco Teórico

Las teorías, definiciones y estudios o investigaciones aplicadas que fundamentan o dan sustento tanto a la variable dependiente como a las independientes constituyen el componente teórico del artículo, como se muestra a continuación:

Emprendimiento

Desde el siglo pasado ya había estudios que mostraban la actitud empresarial al realizar el comercio de bienes, como es el caso de los aportes teóricos de 1755 en donde Richard Cantillon señalaba la participación de una persona dinámica, dispuesta a correr riesgos e inclusive violento quien llevaba a cabo actividades de compraventa de bienes y servicios. (Thorton, 2020). Después se retomó la idea en 1817 con la Teoría del Valor del Trabajo de Adam Smith y David Ricardo en donde se hacía mención a la terminología económica, porque la cantidad de trabajo necesaria en la

producción determina el valor de una mercancía, no la compensación o precio pagado (Dobb, 2004).

En la actualidad Orihuela (2022) define al emprendimiento femenino como una decisión que toma una mujer para realizar actividades por medio de las cuales obtenga recursos monetarios que le permitan obtener libertad económica tanto en el ámbito personal como en el familiar y por ello, son consideradas personas calificadas, con comportamiento innovador e inclusivo, perseverantes, sin temor a asumir riesgos financieros básicamente y de mercado, entre otras.

Durand (2021) realizó una investigación experimental con enfoque cuantitativo en Perú, en donde el instrumento utilizado fue una encuesta, la cual fue aplicada a 216 emprendedoras de MYPES, para el análisis estadístico se hizo uso de tablas de frecuencia y porcentajes. Como resultado se comprobó que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre la variable gestión de la innovación y emprendimiento femenino, ya que el nivel de significancia fue de 0,000, así mismo, existe una relación entre los factores psicosociales (,003), económicos (,000) y relacionados a la familia (,002) con la gestión de la innovación.

Creatividad

De acuerdo con Rojas (2004), desde la Teoría del Desarrollo Cognitivo de Piaget de 1947 se asociaba a la inteligencia con el pensamiento y este a su vez sería desarrollado a través de la asimilación del entorno. Así mismo, Baños (1999) menciona que en la Teoría Humanista de Maslow de 1962 se visualiza un poder creativo que puede aparecer en cualquier situación, debido a que, las barreras pueden ser superadas por los individuos con el fin de satisfacer sus necesidades.

En relación con el concepto de creatividad, autores actuales como Gallardo, Vergel, y Dávila, (2021) establecen que la creatividad emerge de un pensamiento que proviene de estímulos, imágenes y sensaciones externas, lo que repercute en la generación de ideas novedosas en cualquier evento, dicho pensamiento permite solucionar problemas sin seguir un esquema planificado, son ideas fuera de lo común, rutas alternas de solución.

Velasco (2022) llevó a cabo un estudio cuantitativo de diseño no experimental-transversal, exploratorio y correlacional en México, con el propósito de observar el valor que tiene la creatividad y la innovación en las 392 microempresas en donde fue aplicada una encuesta a manera de instrumento de medición. Como principal resultado se obtuvo que existe una buena relación entre las variables de creatividad, innovación y supervivencia, ya que una vez analizados los datos con el paquete estadístico SPSS, la correlación de Kendal fue de 0.435 y 0.372, lo que demuestra que los pequeños negocios que utilizan la creatividad y la innovación obtienen mayor captación de clientes.

Motivación

En la Teoría de motivación humana de 1943, Maslow ordena de forma jererquica cinco tipos

de necesidades y las presenta en forma de una pirámide, en donde las cuatro primeras son clasificadas como primordiales (fisiológicas, de seguridad, sociales y autoestima) y si dichas necesidades son cubiertas o satisfechas, aparece la motivación en un individuo para alcanzar el último nivel definido como la autorrealización. La Teoría de las necesidades de McClelland de 1947 establece que el comportamiento o desempeño de una persona en ciertas tareas o trabajos, se ve afectado por necesidades de logro, afiliación y de poder (Naranjo 2009).

En la actualidad, Amorós y Naudé (2021) argumentan que la motivación en el emprendimiento, ya sea por necesidad o por oportunidad es producto del estado de bienestar del individuo y sus aspiraciones, los cuales determinan el desempeño de la empresa que se ve reflejado en las ganancias y en el crecimiento macroeconómico. A su vez, Kumar et al. (2022) establecen que la motivación es un valor social que hace énfasis en la excelencia con la que se llevan a cabo las acciones y por medio de las cuales se logra la realización personal.

Avcı y Gümüş (2022) realizaron una investigación a 120 mujeres empresarias en la industria del turismo en Çeşme, İzmir, en donde se utilizó un método de investigación de campo y la técnica del cuestionario para recabar la información. Se obtuvo como resultado que las motivaciones de las empresarias se componen de expectativas económicas como factores de empuje y psicosociales como factores de atracción, siendo estas últimas las que resultaron más altas que las primeras, y el efecto de dichas motivaciones difiere de acuerdo a las características demográficas.

Tolerancia al fracaso

En la Teoría del beneficio del empresario de Knight (1921), se considera a la incertidumbre como un elemento importante en la actividad empresarial, en donde la recompensa de asumir un riesgo es al mismo tiempo un beneficio incierto. Así mismo, en la Teoría de atribución de Heider de 1958 se mencionan las diferencias entre los individuos con una fuerte convicción de su eficacia quienes consideran que los fracasos incurridos no son consecuencias de la falta de capacidad, sino por el contrario pueden ser producto de la causalidad, y quienes suponen que el fracaso es sinónimo de incompetente y por ende se consideran ineficaces (Rojas, 2004).

De acuerdo con Meißner y Appen (2022) el fracaso y el espíritu emprendedor son considerados como hermanos. Debido a que el riesgo al fracaso es determinante en la creación de empresas, este temor ha sido estudiado como un factor psicológico que en ocasiones inhibe el comportamiento empresarial y puede resultar negativo, sin embargo, el perdonar las fallas es una posibilidad para cualquier emprendedor para aprender de ello.

Zhang, Soh y Zhao (2022) llevaron a cabo una investigación en China en donde utilizaron una encuesta como instrumento de medición, la cual aplicaron a 143 emprendimientos. Con la finalidad

de comprobar las hipótesis se utilizaron: análisis factorial, modelos de ecuaciones estructurales (SEM) y el software estadístico AMOS (22.0). La información analizada probó que los emprendedores con más experiencias negativas presentaron una actitud positiva ante el fracaso ($\beta = 0,42$, $p = 0,013$), existe un efecto positivo de la actitud hacia el fracaso en la organización ($\beta = 0.41$, $p < 0.001$) y un efecto significativo y positivo de los lazos gerenciales en la actitud hacia el fracaso ($\beta = 0,26$, $p < 0,05$).

Apoyo financiero

Una de las teorías más antiguas, considerada un icono de las teorías financieras es La Teoría de la irrelevancia de Modigliani y Miller de 1958, en donde se señala que la procedencia de los recursos económicos para el funcionamiento de una empresa no determina el valor de la misma (Mondragón, 2011). Al respecto, Sung y Duarte (2015) establecen que en la Teoría de los costes de transacción de Coase y Williamson se considera que los individuos, al no utilizar sus propios recursos económicos al iniciar una empresa, incurren en costos previos a su desarrollo y realización debido al endeudamiento incurrido.

Para Maygua (2021), el financiamiento significa obtener un capital o conseguir fondos económicos para la realización de actividades en una empresa, los cuales pueden provenir de cualquier tipo de inversiones como, por ejemplo, del sistema bancario (ya sea a corto o a largo plazo) o del sistema informal (préstamos con diferentes tasas de interés). Así mismo, la inclusión financiera es un factor importante en el desarrollo socioeconómico a través del alivio de la pobreza y la desigualdad en conjunto con un creciente crecimiento económico sostenible.

Arévalo e Isabel (2022) realizaron un estudio con muestreo probabilístico a 20 emprendedoras en Ecuador a quienes se les aplicaron las técnicas de la encuesta y la entrevista semiestructurada. Entre los principales hallazgos se encontró que el 70% de las mujeres empresarias lograron poner en marcha su emprendimiento a través de créditos, el 25% de ellas señalaron que la fuente de ingreso para su emprendimiento fueron sus ahorros propios y finalmente el 5% muestra que para iniciar sus emprendimientos se vieron en la necesidad de solicitar préstamos a familiares y amigos.

Apoyo familiar

De acuerdo con Zhu, et al. (2020), la Teoría de Conservación del Recurso (COR) de Hobfoll de 1989, considera que las elecciones profesionales futuras de un individuo pueden verse afectadas de forma tanto positiva como negativa por el apoyo brindado por los padres en la adolescencia de las personas, situaciones que dejan huella en la mente, en el desarrollo cognitivo y emocional en los ciclos de vida, por lo que es importante indagar sobre el espíritu empresarial desde la perspectiva familiar con el objetivo de contar con una mejor comprensión en cuanto a los mecanismos de

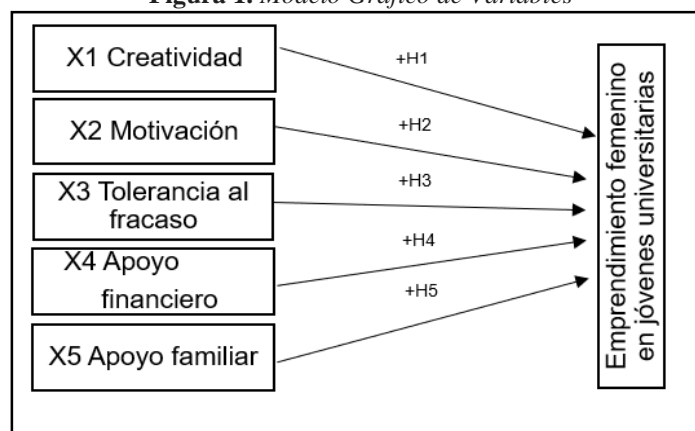
influencia subyacentes.

Djazilan y Darmawan (2022) establecen que el apoyo es la forma de integración social en donde se da una relación de entrega mutua a través de la cual se recibe asistencia o atención. El interés por emprender puede crecer y desarrollarse en el ámbito familiar si se proporciona el soporte para la realización de las metas de los integrantes, la familia juega un papel importante para quienes emprenden, en donde el apoyo conductual para tomar ventaja de las oportunidades, mejorar las ideas o aceptar críticas constructivas es fundamental.

Un estudio cuantitativo ex post facto fue llevado a cabo en Indonesia por Djazilan y Darmawan (2022) en donde, a través de un muestreo intencional se aplicaron 100 cuestionarios a estudiantes de tres universidades. El análisis de datos se realizó utilizando la regresión lineal múltiple y los resultados encontrados fueron los siguientes: se afirma que la educación dirigida al emprendimiento moldea el interés en el espíritu empresarial, así mismo el apoyo familiar moldea el interés en emprender, la educación para el emprendimiento y el apoyo familiar de manera parcial y simultánea, dan forma al interés por emprender.

Tomando en consideración las teorías, definiciones y estudios empíricos presentados en el marco contextual de la presente investigación, en la figura 1 se observa el modelo gráfico de hipótesis considerando a la variable dependiente y a las independientes.

Figura 1. *Modelo Gráfico de Variables*



Metodología

Es una investigación cuantitativa, de tipo descriptivo, correlacional y explicativo, de diseño no experimental, haciendo uso de las técnicas documentales, bibliográfica y de campo con la utilización de un instrumento para aplicar a la población o participantes seleccionados.

Participantes

La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES, 2021) señala que son ocho universidades que se encuentran en la localidad de Guaymas Sonora, México, de las cuales, cinco instituciones pertenecen al sector privado y tres son públicas. Para efectos de la presente investigación se tomaron en consideración únicamente las universidades públicas de la localidad. Según datos de la ANUIES son en total 3,179 estudiantes, donde 1,667 son hombres y el resto representa la población femenina del presente estudio, quienes son 1,512 alumnas de todos los semestres, que son el sujeto de estudio.

Bajo este concepto, en un muestreo probabilístico, aleatorio simple todos los participantes tienen la misma posibilidad de ser seleccionados de una población total, y con la finalidad de reducir al máximo el error estándar de las predicciones, para obtener el tamaño de la muestra se realizó el cálculo utilizando la fórmula número 1 de poblaciones finitas (Rositas 2014):

$$n = \frac{Nz^2p(1-p)}{(N-1)e^2 + z^2p(1-p)} \quad (1)$$

A partir de lo anterior, con una población (N) de 1,512 estudiantes de género femenino, un error muestral (e) de 5%, una probabilidad de éxito (p) de 50%, una probabilidad de fracaso (q) del 50% y un nivel de N es el tamaño de la población; n es el tamaño de la muestra; z es un valor de la distribución normal estandarizada correspondiente a un nivel de confianza; p es la probabilidad de éxito; q es la probabilidad de fracaso y “e” es el error tolerado o aceptado, por lo que el resultado de la muestra fue de 307 jóvenes universitarias.

Los sujetos de estudio que son las jóvenes universitarias que se encuentran cursando algún semestre de licenciatura en las tres universidades públicas deben contar con las siguientes características:

- a) Alumnas inscritas en algún semestre de una de las universidades públicas de la localidad, que son tres: Instituto tecnológico de Sonora (ITSON), Instituto tecnológico de Guaymas (ITG) y Universidad tecnológica de Guaymas (UTG).
- b) Estudiantes de sexo femenino quienes les gustaría iniciar un emprendimiento o ya lo tienen.

Técnica e Instrumento

Una vez revisada la literatura, y debido a que el presente estudio sigue un enfoque cuantitativo, se integró y adaptó un cuestionario como instrumento de medición con el propósito de evaluar cada una de las variables de otros instrumentos validados con Alfas de Cronbach de más de

0.70 y con coeficiente de fiabilidad mayor a 0.50. La integración del cuestionario fue conformada por 56 preguntas cerradas dividido en dos secciones:

- La primera sección formada por 13 preguntas referente al Perfil del encuestado que mide su situación económica, lo que permitió conocer las características de los participantes y que fueron utilizadas como variables de control, como: sexo, edad, estado civil, número de hijos, universidad y semestre en donde estudia, lugar donde vive, trabajo actual, ingreso promedio mensual, si los padres tienen alguna empresa y si desean emprender.
- La segunda sección constaba de 43 ítems relacionados con las variables, tanto dependiente como independientes que se presenta en la tabla 1:

Tabla 1. Número de preguntas por variable antes de validación

Datos del participante:

1. ¿Cuál es su género? F ____ M ____
2. ¿Cuál es su edad? _____
3. ¿Cuál es su estado civil? Soltera ____ Casada ____ En Unión libre ____ Divorciada ____ Viuda ____
4. ¿Cuántos hijos tiene? _____
5. ¿En qué universidad estudia? ITSON ____ ITG ____ UTG ____ Otra ____ ¿Cuál? _____
6. ¿Qué semestre estudia actualmente? _____
7. ¿Qué carrera estudia actualmente? _____
8. ¿En qué lugar vive?
En casa de mis padres ____ Con familiares ____ Con amigos ____ Con mi pareja ____ Sola ____

Situación económica del participante:

9. ¿Cuenta con trabajo actualmente? Sí ____ No ____
10. ¿Cuánto es su ingreso promedio mensual en pesos? _____
11. ¿Cuentan con negocio familiar?
Sí ____ ¿Desde cuándo? _____ No ____
12. ¿Cuenta con negocio propio?
Sí ____ ¿Desde cuándo? _____ **Pasar a pregunta 16** No ____
13. ¿Le gustaría emprender en un futuro cercano?
Si ____ **Pasar a pregunta 14** No ____ ¿Por qué? _____ **Pasar a Pregunta 25**

Emprendimiento femenino

14. ¿Me interesa mucho lo relacionado con el tema del emprendimiento?
15. ¿La idea de empezar mi propio negocio es atractiva para mí?
16. ¿Me gustaría conocer más sobre la creación de empresas independientes?
17. ¿Siempre he querido ser un empresario?
18. ¿Creo tener capacidades para llevar a cabo mi propio negocio con éxito?
19. ¿Me gusta lo relacionado con el tema de emprendimiento?
20. ¿Me gustaría crear un negocio con otra (s) persona (s)?
21. ¿Soy capaz de analizar y asumir riesgos?
22. ¿Me gusta esforzarme al máximo por conseguir mis objetivos, aunque considere que son inalcanzables?
23. ¿Acudiría a un especialista para iniciar mi negocio?
24. ¿Considero que no es necesario capacitarse para tener éxito al emprender?

Creatividad

25. ¿Considero que puedo encontrar formas creativas de resolver problemas en mi negocio o futuro negocio?
26. ¿Se me ocurren formas distintas de hacer las cosas?
27. ¿Considero que tengo habilidad para generar nuevas ideas para mi negocio o futuro negocio?
28. ¿Es importante para mí realizar mis ideas?
29. ¿Me considero una persona creativa?
30. ¿Creo que tengo mucha imaginación para pensar?

Motivación

31. ¿Considero que es importante emprender para sentirme independiente?
32. ¿Emprendiendo puedo cumplir un sueño o meta personal?
33. ¿Si emprendo mejoraría mi ingreso económico?

34. ¿Quiero emprender porque estoy sin trabajo?
35. ¿Quiero emprender para ser mi propio jefe?
36. ¿Quiero emprender porque un socio me invitó a iniciar un negocio?
37. ¿Quiero emprender para generar empleos para mi familia?
38. ¿Quiero emprender para buscar una mayor flexibilidad de horario?
39. ¿Quiero emprender porque mi familia tiene un negocio?

Tolerancia al fracaso

40. ¿Tengo una idea sobre cómo solucionar un problema, en lugar de darme por vencido (a)?
41. Cuando cometo errores, ¿los analizo para aprender de ellos?
42. ¿Tomo decisiones, aunque creo que no van a funcionar?
43. ¿Me siento capaz de resolver situaciones en donde fracasé?
44. ¿Soy tolerante ante el rechazo?
45. ¿Tomo la responsabilidad de mis acciones, aunque me pueda equivocar?

Apoyo financiero

46. ¿Considero que tengo los recursos económicos propios para emprender?
47. ¿Necesito de recursos económicos de mis familiares para crear mi propio negocio?
48. ¿Cuento con amigos que me pudieran ayudar económicamente para crear un negocio?
49. ¿Tengo facilidad de pedir préstamos bancarios para iniciar un negocio?
50. ¿Acudiría a la incubadora de negocios de mi escuela para gestionar un préstamo para emprender?
51. ¿Tengo facilidad de gestionar préstamos provenientes de otros organismos para iniciar mi empresa?

Apoyo familiar

Si llevara a cabo un emprendimiento:

52. ¿Mi familia aprobaría fácilmente mi decisión?
 53. ¿Mi familia me alienta constantemente para emprender?
 54. Si es necesario, ¿mi familia me proveería de materiales y equipo para ayudarme a emprender?
 55. ¿Mi familia me aconsejaría como iniciar mi negocio?
 56. ¿A alguien de mi familia le gustaría unirse conmigo en mi nuevo negocio?
-

En cada una de las variables se retomaron ciertas preguntas de otros instrumentos: para la variable dependiente emprendimiento femenino se utilizaron 11 ítems, traducidos al español y adaptados de los instrumentos aplicados por García, et al. (2017) y por Osorio, Settles y Shen (2017). La variable independiente creatividad contiene seis ítems traducidos al español y adaptados del instrumento utilizado por Dimitriadis, et al. (2017) y por Barrera (2017). En cuanto a la variable independiente motivación se mide con nueve ítems, algunos de ellos, traducidos al español de los instrumentos aplicados por Benzinger y (2009), García, et al. (2017) y Cortés y Landeta (2021).

Por su parte para la variable independiente tolerancia al fracaso se utilizaron seis ítems traducidos al español y adaptados de los instrumentos utilizados por Athayde (2009) y Kapepa y Van Vuuren (2019), del instrumento aplicado por Gupta y Mirchandani (2018) y por Shakeel, Yaokuang y Gohar (2020) y adaptado del instrumento utilizado por Asociación de Emprendedores de Latinoamérica (2018) se consideraron seis ítems para la variable independiente apoyo financiero. Finalmente, para la variable independiente apoyo familiar se utilizaron cinco ítems traducidos al español y adaptados del instrumento utilizado por Osorio, Settles y Shen (2017).

Validez de contenido

Según Arribas (2004) la validez es un proceso que implica el grado en que un instrumento de medición cumple el propósito para el que fue construido y esto permite interpretar de forma correcta

las puntuaciones o resultados obtenidos y con ello se establece la relación con el constructo o variable que se pretende medir. Existen tres formas de validación:

- La validez de contenido (los ítems incluidos indican realmente lo que se pretende medir), se somete a la valoración cualitativa por parte de expertos en el área.
- La validez de constructo valora si las respuestas del instrumento pueden ser consideradas y utilizadas como factores de medición del fenómeno que se pretende evaluar.
- La validez de criterio determina la relación de la puntuación de cada participante comparada con otro de mayor rango, se recurre a instrumentos ya elaborados y respaldados por otras investigaciones aplicadas.

Con el objetivo de lograr un instrumento de medición con validez de contenido constructo y criterio, el cuestionario fue enviado para su revisión a un grupo de diez expertos con experiencia de más de 15 años en investigación, todos ellos catedráticos de universidad. Las observaciones emitidas pueden observarse en la tabla 2.

Tabla 2. *Expertos revisores*

Expertos	Grado	Observaciones
Comité doctoral	Doctor en Ciencias políticas	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar preguntas que generen posible sesgo. • Mejorar redacción de ítems. • Evitar palabras como “muy” o “mucho”
	Doctor en Filosofía con Especialidad en Administración	
	Doctor en Filosofía con Especialidad en Administración	
Expertos en emprendimiento	Doctor Administración y Dirección de Empresas	<ul style="list-style-type: none"> • Definir ítems en torno a intención emprendedora o emprendimiento. • Eliminación de ítems no relevantes en cuanto a creatividad.
	Doctor en Gestión Estratégica de las Organizaciones	
Expertos en educación	Doctor en Filosofía con Especialidad en Administración	<ul style="list-style-type: none"> • Recomendación de artículos con cuestionarios • Mejoras en la redacción de ítems. • Evitar palabras ambiguas.
	Doctor en Ciencias Sociales.	
Expertos en psicología	Doctor en Educación	<ul style="list-style-type: none"> • Sugerencias sobre interpretación de ítems • Definir e interpretar conceptos de variables de enfoque o con características intrínsecas como motivación y tolerancia.
	Doctor en Tecnología Educativa y Educación a Distancia	
Expertos en psicología	Doctor en Ciencias Sociales.	

Para facilitar la revisión, fue utilizado un formato en Excel compartido en *Google Drive* con escala de 1 = irrelevante, 2= poco relevante, 3= relevante y 4= muy relevante. Una vez realizadas las recomendaciones y observaciones de los expertos en la tabla 3 se muestra el número de ítems resultante de las modificaciones propuestas, las cuales fueron las siguientes: de la variable emprendimiento femenino de 11 se redujo a 8, creatividad de 6 a 5 y motivación de 9 a 8.

Tabla 3. *Número de preguntas por variable después de validación*

Variable	Número de preguntas
Y Emprendimiento femenino	8
X1 Creatividad	5
X2 Motivación	8
X3 Tolerancia al fracaso	6
X4 Apoyo financiero	6
X5 Apoyo familiar	5
Total	38

Resultados

De acuerdo con George y Mallery (2003) el análisis de fiabilidad o confiabilidad del instrumento se mide con las escalas del Alpha de Cronbach, lo cual se refiere a la confianza que se tiene en la recolección de los datos debido a que aplicada repetidamente a un individuo o grupo proporciona resultados iguales o muy parecidos. Según Hair, et al. (2010), el valor mínimo aceptable para el Alfa de Cronbach es de 0.7, 0.6 es cuestionable y > 0.5 es pobre. A su vez, Blascovich, et al. (1991) establecen que en casos como las investigaciones exploratorias el valor .60 del considerase como aceptable.

En la tabla 4 se muestran los Alfas de Cronbach con niveles aceptables para cada una de las variables del presente estudio, en cada una de ellas se obtuvieron valores mayores a 0.7, excepto por la variable independiente X3 (tolerancia al fracaso) que en la prueba piloto resultó con puntuación de -0.317; en los datos estadísticos se sugirió la eliminación de del ítem número 35 ¿Tengo una idea sobre cómo solucionar un problema, en lugar de darme por vencida? y con ello el Alfa de Cronbach aumentó a 0.645.

Tabla 4. *Estadísticas de fiabilidad*

Variable	No. de preguntas originales	Resultados	No. de preguntas finales	Resultados
Y Emprendimiento femenino	8	.730	8	.730
X1 Creatividad	5	.729	5	.729
X2 Motivación	8	.705	8	.705
X3 Tolerancia al fracaso	6	-.317	5	.645
X4 Apoyo financiero	6	.706	6	.706
X5 Apoyo familiar	5	.879	5	.879

Conclusión

El objetivo del presente estudio de investigación fue cumplido, puesto que la validez de criterio y de contexto aunado al análisis estadístico realizado, permitieron que se aplicara un cuestionario para medir los factores que impulsan el emprendimiento femenino de jóvenes universitarias. Cinco de las

variables presentaron Alphas de Cronbach superiores al 0.70, únicamente en la variable tolerancia al fracaso se obtuvo una puntuación de 0.645. Llevar a cabo investigaciones relacionadas a este tema permiten conocer o determinar el comportamiento de las emprendedoras universitarias, lo que podría ser provechoso para generar estrategias con la finalidad de incluir temas relacionados al emprendimiento en los programas de estudio en las instituciones de educación superior.

La mayor puntuación de Alpha de Cronbach resultó en el apoyo familiar con 0.879, lo que sugiere que en el instrumento se utilizaron los ítems que miden de forma más eficiente esta importante variable, puesto que las estudiantes en su mayoría viven en familia y el soporte que reciben para su desarrollo tanto emocional como profesional es fundamental para su crecimiento. Así mismo, podrían formarse alianzas de los padres de familia con las instituciones para lograr egresar alumnos competentes en todos los sentidos.

Referencias

- Acs, Z. J., Szerb, L., Autio, E., Acs, Z. J., Szerb, L., & Autio, E. (2015). The global entrepreneurship and development index. *Global entrepreneurship and development index 2014*, 39-64. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-14932-5_4
- Amorós, J. E., Cristi, O., & Naudé, W. (2021). Entrepreneurship and subjective well-being: Does the motivation to start-up a firm matter?. *Journal of Business Research*, 127, 389-398. <https://repositorio.udd.cl/server/api/core/bitstreams/da80e947-f88e-4ec4-a1b8-efd61577c0a4/content>
- Arévalo, L., & Isabel, K. (2022). *Emprendimiento femenino y el desarrollo humano en el barrio Primero de Enero, parroquia Santa Rosa del cantón Salinas, 2022* (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2022.) <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/8659/UPSE-TGS-2022-0017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas profesión*, 5(17), 23-29. http://www.rincondepaco.com.mx/rincon/Inicio/Seminario/Documentos/Art_met/Diseno_vali_dacion_cuestionarios.pdf
- Asociación de Emprendedores de Latinoamérica (2018). Brechas para el emprendimiento en la alianza del Pacífico. http://brechas.asela.org/static/media/estudio_brecha_oep.9c5c3040.pdf
- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (2021). Información Estadística de Educación Superior. <http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior>
- Athayde, R. (2009). Measuring enterprise potential in young people. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(2), 481-500. <https://doi.org/10.1111/J.1540-6520.2009.00300.X>
- Avcı, N., y Gümüş, S. (2022). The motivations of women entrepreneurs in the tourism industry. *Istanbul Business Research*, 51(1), 279-290. <https://doi.org/10.26650/ibr.2022.51.910006>
- Banco Mundial (2019). Tasa de población activa, mujeres (% de la población femenina mayor de 15 años) (estimación modelado OIT) – México. <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.CACT.FE.ZS?locations=MX&start=2009&end=2019&view=chart>
- Baños, G., M. (1999) Métodos Heurísticos y Creación Publicitaria 66-70 <http://webs.ucm.es/BUCEM/tesis/19972000/S/3/S3024901.pdf>

- Barrera, L., E. (2017). Actitudes y orientación hacia el emprendimiento de estudiantes de la facultad de Ciencias de la Educación de Sevilla: estudio exploratorio en universitarios-as. In *Simposio Internacional El Desafío de Emprender en la Escuela del Siglo XXI (2017)*, p 17-58. Universidad de Sevilla, España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6409192>
- Benzing, C., & Chu, H. M. (2009). A comparison of the motivations of small business owners in Africa. *Journal of small business and enterprise development*. https://www.researchgate.net/publication/241324121_A_comparison_of_the_motivations_of_small_business_owners_in_Africa
- Blascovich, J., Tomaka, J., Robinson, J. P., Shaver, P. R., & Wrightsman, L. S. (1991). Measures of self-esteem. *Measures of personality and social psychological attitudes*, 1, 115-160. [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=uOtFBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA115&dq=B+blascovich,+et+al.+\(1991\)+&ots=rjedY21uY4&sig=EAud2azvnXVnyqE4sLsR-Hns2js#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=uOtFBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA115&dq=B+blascovich,+et+al.+(1991)+&ots=rjedY21uY4&sig=EAud2azvnXVnyqE4sLsR-Hns2js#v=onepage&q&f=false)
- Canales, G. R. A., Román, S. Y. G. y Ovando, A. W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: Diálogos en la sociedad del conocimiento*, 5(12). <https://pdfs.semanticscholar.org/0319/4265803a91045df5c239bad40d2a5cec2917.pdf>
- Cortés, C. B. Y., & Landeta, J. M. I. (2021). Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México. *Contaduría y administración*, 66(1), 4. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7727058>
- Dimitriadis, E., Anastasiades, T., Karagiannidou, D., & Lagaki, M. (2017). Creativity and entrepreneurship: The role of gender and personality. *International Journal of Business and Economic Sciences Applied Research (IJBESAR)*, 11(1). <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/185676/1/v11-i1-p07-12-creativity-entrepreneurship.pdf>
- Djazilan, M. S., & Darmawan, D. (2022). Entrepreneurship Education and Family Support: The Determinants that Appear Entrepreneurship Interest for Students. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 1(2), 26-30. <http://ejournalisse.com/index.php/isse/article/view/28>
- Dobb, M. (2004). *Teorías del valor y de la distribución desde Adam Smith: ideología y teoría económica*. Siglo XXI. https://books.google.com.mx/books?id=upCcKphw5lsC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Durand, P., E. G. (2021). Factores del emprendimiento femenino y la gestión de la innovación, en las mypes del distrito de Carabayllo, en el año 2021. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/28336>
- Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (2019) Principales indicadores laborales en las ciudades https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/resultados_ciudades_enoe_2019_trim4.pdf
- Gallardo, P., D. J., H., Vergel, O. H. M. y Dávila, C., C (2021). Pensamiento lateral, creatividad y emprendimiento. *Mundo FESC*, 11(S5), 38-46. <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/mundofesc/article/view/938>
- García, R. F. J., Gil, S., E., Ruiz, R., I., y Gutiérrez, T., D. (2017). Entrepreneurial process in peripheral regions: the role of motivation and culture. *European Planning Studies*, 25(11), 2037-2056. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09654313.2016.1262827>
- George, D. y Mallery, P. (2003). *Spss for Windows step by step: A Simple Guide and Reference*. 11.0 Update (4.ª ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Gupta, N., & Mirchandani, A. (2018). *Investigating entrepreneurial success factors of women-owned SMEs in UAE*. *Management Decision*, 56(1), 219–232. doi:10.1108/md-04-2017-0411 <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/MD-04-2017-0411/full/html>

- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (Vol. 7).
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020) México. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), población de 15 años y más de edad <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/#Tabulados>
- Kapepa, O., & van Vuuren, J. (2019). The importance of tolerance for failure and risk-taking among insurance firms in hyperinflationary Zimbabwe. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 11(1), 1-15. https://www.researchgate.net/publication/332453640_The_importance_of_tolerance_for_failure_and_risk-taking_among_insurance_firms_in_hyperinflationary_Zimbabwe
- Kelley, J. L. (2017). *General topology*. Courier Dover Publications. <https://documente.bcucluj.ro/web/bibdigit/cuprins/mate/cuprins0000513274.pdf>
- Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty and profit* (Vol. 31). Houghton Mifflin. <https://dspace.gipe.ac.in/xmlui/bitstream/handle/10973/410/6-010469.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kumar, V., Goyal, T. C., Kumar, R., & Punjabi, N. K. (2022). Study on achievement motivation and risk orientation among dairy entrepreneurs and collates with their socio-economic and psychological characteristics. *The Pharma Innovation Journal*, 6, 1741-1744. <https://www.thepharmajournal.com/archives/2022/vol11issue6S/PartV/S-11-6-165-238.pdf>
- Maygua Flores, J. (2021). Propuesta de mejora de los factores relevantes del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector construcción: caso empresa consorcio MAFER–Juliaca, 2021. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/23453>
- Meißner, L., & von Appen, F. (2022). *Learning from Sports Entrepreneurs. Development of a Conceptual Framework for Entrepreneurial Risk-handling*. GRIN Verlag. <https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=9046439&fileId=9046449>
- Mondragón, H. S. A. (2011). Marco conceptual de las teorías de la irrelevancia, del trade-off y de la jerarquía de las preferencias. *Cuadernos de contabilidad*, 12(30), 165-178. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-14722011000100007
- Naranjo, P. M. L. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista educación*, 33(2), 153-170. <https://www.redalyc.org/pdf/440/44012058010.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo OIT (2018). Las mujeres siguen teniendo menos posibilidades que los hombres de participar el mercado de trabajo en gran parte del mundo. https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_619550/lang--es/index.htm
- Orihuela, R., N. C. (2022). Emprendimiento femenino: características, motivos de éxito, limitantes, involucrados y consecuencias. *INNOVA Research Journal*, 7(1), 109-122. <http://201.159.222.115/index.php/innova/article/view/1946>
- Osorio, A. E., Settles, A., & Shen, T. (2017). Does family support matter? The influence of support factors on entrepreneurial attitudes and intentions of college students. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(1), 24-43. https://www.researchgate.net/publication/319007893_Does_family_support_matter_The_influence_of_support_factors_on_entrepreneurial_attitudes_and_intentions_of_college_students
- Rojas, M., M. E. (2004). *La creatividad desde la perspectiva de la enseñanza del diseño industrial en la Universidad Iberoamericana* (Master's thesis, Universidad Iberoamericana Ciudad de México. Departamento de Educación). <http://192.203.177.185/bitstream/handle/ibero/713/014374s.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rositas, J. (2014). Los tamaños de las muestras en encuestas de las ciencias sociales y su repercusión en la generación del conocimiento. *Innovaciones de Negocias*, 235-268. <http://eprints.uanl.mx/12605/1/11.22%20Art4%20pp%20235%20-%20268.pdf>

- Shakeel, M., Yaokuang, L., & Gohar, A. (2020). Identifying the entrepreneurial success factors and the performance of women-owned businesses in Pakistan: The moderating role of national culture. *SAGE Open*, 10(2), 2158244020919520. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2158244020919520>
- Sung, P. S. y Duarte, M. S (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en ciencias sociales*, 11(2), 291-314. <http://revistacientifica.uaa.edu.py/index.php/riics/article/view/271>
- Thornton, M. (2020). Turning the Word Upside Down: How Cantillon Redefined the Entrepreneur. *Quarterly Journal of Austrian Economics*, 23(3-4), 265-280. *Quart J Austrian Econ* (2019) 23.3-4:265–280. <https://qjae.scholasticahq.com/> / doi: 10.35297/qjae.010071
- Velasco, A. H. (2022) La creatividad e innovación como captación del cliente para la supervivencia de las microempresas. https://www.researchgate.net/publication/366077901_La_creatividad_e_innovacion_como_captacion_del_cliente_para_la_supervivencia_de_las_microempresas
- Velázquez, S. C. A., & Amador, E. M. P. (2020). La brecha digital de género como factor limitante del desarrollo femenino. *Boletín Científico INVESTIGIUM de la Escuela Superior de Tizayuca*, 5(10), 22-27. <https://doi.org/10.29057/est.v5i10.5281>
- Zhang, W., Soh, P. H., & Zhao, W. (2022). How do entrepreneurs and their ventures benefit from prior setbacks: The mediating role of attitude towards failure. *International Small Business Journal*, 02662426221118208. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/02662426221118208>
- Zhu, W., Zhou, J., Lau, W.K. & Welch, S. (2020). How harmonious family encourages individuals to enter entrepreneurship: A view from conservation of resource theory. *The International Journal of Conflict Management*, 31(3), 333-351. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCMA-09-2019-0176/full/html?skipTracking=true>