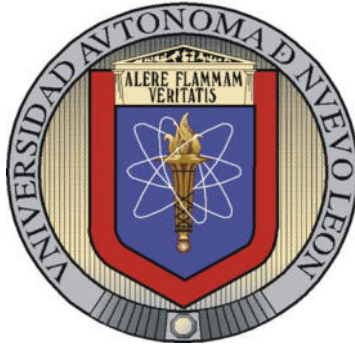


**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN  
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN  
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO**



**TESIS**

**FACTORES QUE PERMITEN IMPULSAR EL EMPRENDIMIENTO  
FEMENINO DE LAS JÓVENES UNIVERSITARIAS EN LA  
LOCALIDAD DE GUAYMAS, SONORA, MÉXICO**

**PRESENTADA POR  
SILVIA MARÍA MOLINA GASTÉLUM**

**COMO REQUISITO PARA OBTENER EL GRADO DE  
DOCTORADO EN FILOSOFÍA  
CON ESPECIALIDAD EN ADMINISTRACIÓN**

**MONTERREY, MÉXICO.**

**JUNIO, 2024**

## **DEDICATORIA.**

A mi esposo, por ser mi compañero en cada aventura y quien, con su paciencia, sacrificio y confianza en mí, ha sido la fuerza impulsora en cada logro.

A mis adoradas hijas, quienes, con su amor, apoyo y confianza, me motivan día a día a ser una mejor versión de mí.

A mis padres, por brindarme todo su amor y comprensión en cada etapa de mi vida.

A mis amigas quienes han sido mi soporte emocional y me han compartido su tiempo y consejos.

A todas aquellas personas que, de una forma u otra, han contribuido a mi crecimiento académico y personal.

Este trabajo está dedicado a ustedes, con profundo agradecimiento y cariño.

## **AGRADECIMIENTOS.**

Primeramente, a Dios, por mostrarme el camino y su infinita misericordia en cada día vivido.

A mi familia, por su inagotable amor y respaldo. Especialmente a mi esposo, Carlos, mis hijas Nataly y Karla y mis padres, Francisco y Yolanda, por su aliento constante y alegría compartidas.

Mi sincero agradecimiento a los docentes y personal administrativo de la Universidad Autónoma de Nuevo León, de manera especial a la Dra. Mónica Blanco Jiménez por su compromiso y guía a lo largo de mi programa doctoral. Sus instrucciones y sugerencias fueron fundamentales para mi crecimiento académico.

Mil gracias al Instituto Tecnológico de Sonora, unidad Guaymas, dignamente representado por el Dr. Humberto Aceves Mexia y Dr. Luis Enrique Valdez Juárez quienes en todo momento apoyaron mi proyecto de doctorado, brindándome sugerencias y comentarios que me fueron útiles para mejorar tanto mi desempeño académico como mi investigación.

Agradezco a mis colegas de investigación, quienes compartieron ideas valiosas y experiencias enriquecedoras. Su colaboración ha sido esencial para el desarrollo de este trabajo.

Mi reconocimiento y gratitud se extienden a los miembros de mi comité de tesis, Dr. Rodolfo Valenzuela Reynaga, Dr. Roberto Ruiz Pérez, Dr. Juan Patricio Galindo Mora, Dra. Diana Maricela Vásquez Treviño, Dra. María Mayela Terán Cazares, Dra. Gabriela Aracely Mata Sánchez, por su tiempo, conocimientos y contribuciones valiosas. Sus comentarios y sugerencias han elevado la calidad de esta investigación.

**Hoja de firma de los integrantes del jurado**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN  
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN  
DIVISIÓN DE POSTGRADO**

**Comité doctoral de Tesis:**

**FACTORES QUE PERMITEN IMPULSAR EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO DE LAS  
JÓVENES UNIVERSITARIAS EN LA LOCALIDAD DE GUAYMAS SONORA, MÉXICO**

**Aprobación de la Tesis:**

**Dra. Mónica Blanco Jiménez  
Presidente**

**Dr. Juan Patricio Galindo Mora  
Secretario**

**Dra. Diana Maricela Vásquez Treviño  
Vocal 1**

**Dra. María Mayela Terán Cazares  
Vocal 2**

**Dra. Gabriela Aracely Mata Sánchez  
Vocal 3**

**Monterrey, N.L., México.**

**Junio, 2024**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Declaro solemnemente que el documento que enseguida presento es fruto de mi propio trabajo, y hasta donde estoy enterado no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, excepto aquellos materiales o ideas que por ser de otras personas les he dado el debido reconocimiento y los he citado debidamente en la bibliografía o referencias.

Declaro además que tampoco contiene material que haya sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro grado o diploma de alguna universidad o institución.

Nombre: Silvia María Molina Gastelum

Firma: \_\_\_\_\_

Fecha: 18 junio de 2024

## ABREVIATURAS y TÉRMINOS TÉCNICOS

GEM	Global Entrepreneurship Monitor.
GERA	Global Entrepreneurship Research Association
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
ENOE	Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo
OIT	Organización Internacional del Trabajo
GEDI	Global Entrepreneurship and Development Institute
INADEM	Instituto Nacional de Emprendedores
OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development
FEI	índice de emprendimiento femenino
MIWE	Mastercard Anual Index of Women Entrepreneurs
CAINTRA	Cámara de la Industria de Transformación de Nuevo León
OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development
ASELA	Asociación de Emprendedores de Latinoamérica
TPB	Theory of Planned Behavior
ANOVA	Análisis de Varianza
SPSS	Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales
OIJ	Organización Internacional de la Juventud
MYPES	Micro y Pequeñas Empresas
PLS	Partial Least Squares
SmartPLS	Structural Equation Modeling using Partial Least Squares
SEM	Structural Equation Modeling
SEDESOL	Secretaría de Desarrollo Social
FODESO	Fondo para el Desarrollo Social
INMUJERES	Instituto Nacional de las Mujeres
SMEs	Small and Medium-sized Enterprises
COR	Teoría de Conservación del Recurso
Logit	Regresión Logística Binaria
ITSON	Instituto Tecnológico de Sonora
UTG	Universidad Tecnológica de Guaymas
ITG	Instituto Tecnológico de Guaymas
ANUIES	Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior

## GLOSARIO

- **Emprendedor de negocio:** persona que desarrolla una idea de negocio y la pone en marcha asumiendo responsabilidades.
- **Emprender:** capacidad de organizar y manejar una acción que puede tener riesgos con el fin de obtener un beneficio o ganancia.
- **Emprendimiento femenino:** todas aquellas actividades llevadas a cabo por una mujer o grupo de mujeres con características como innovación, creatividad y aprovechamiento de oportunidades, sin tener temor al riesgo o fracaso.
- **Creatividad:** cualidad atribuida a la persona, la cual involucra pensamientos que apoyan al individuo a encontrar, entender y resolver problemas, obteniendo resultados novedosos y originales.
- **Motivación:** estímulo, fuerza o impulso provocado por un conjunto de factores internos y/o externos en la vida de una persona influyendo de forma importante en el comportamiento y acciones a realizar para el logro de los objetivos o metas propuestos

## ÍNDICE GENERAL

### Contenido

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	5
ABREVIATURAS y TÉRMINOS TÉCNICOS .....	6
ÍNDICE GENERAL .....	8
ÍNDICE DE TABLAS .....	10
ÍNDICE DE GRÁFICAS .....	11
ÍNDICE DE FIGURAS .....	12
INTRODUCCIÓN .....	13
CAPÍTULO 1. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO.....	16
1.1. Antecedentes del problema a investigar sobre el emprendimiento femenino .....	16
<b>1.1.1. Hechos que contextualizan el problema</b> .....	17
<b>1.1.2. Las causas y la consecuencia de los hechos</b> .....	26
<b>1.1.3. Gráfica de causas y consecuencias del problema a investigar</b> .....	30
1.2. Antecedentes teóricos del planteamiento del problema.....	31
<b>1.2.1. Antecedentes teóricos de la variable dependiente (Y = emprendimiento femenino)</b> .....	32
<b>1.2.2. Antecedentes de investigaciones teóricas de la variable dependiente</b> .....	34
<b>1.2.3. Gráfica de los antecedentes teóricos</b> .....	35
1.3. Pregunta central de la investigación.....	37
1.4. Objetivo general de la investigación .....	37
<b>1.4.1 Procesos/objetivos metodológicos de la investigación</b> .....	37
1.5. Hipótesis general de investigación.....	38
1.6. Metodología .....	38
1.7. Justificación de la investigación .....	39
1.8. Delimitaciones del estudio.....	41
1.9 Matriz de Congruencia.....	43
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO .....	45
2.1 Marco Teórico de la variable dependiente (Y) emprendimiento femenino .....	45
<b>2.1.1 Teorías y definiciones</b> .....	45
<b>2.1.2 Investigaciones aplicadas sobre la variable Y emprendimiento femenino</b> .....	52
2.2 Marco Teórico y Estudios de investigaciones aplicadas de las variables independientes	55
<b>2.2.1 Variable independiente X1. Creatividad</b> .....	56



<b>2.2.2 Variable independiente X2. Motivación</b> .....	62
<b>2.2.3 Variable independiente X3. Tolerancia al fracaso</b> .....	67
<b>2.2.4 Variable independiente X4. Apoyo financiero</b> .....	72
<b>2.2.5 Variable independiente X5. Apoyo familiar:</b> .....	78
2.3 Hipótesis Operativas .....	83
<b>2.3.1. Modelo Gráfico de la Hipótesis</b> .....	84
<b>2.3.2 Modelo de Relaciones teóricas con las Hipótesis</b> .....	85
CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA .....	87
3.1. Tipo y diseño de la investigación .....	88
<b>3.1.1 Tipos de investigación</b> .....	88
<b>3.1.2 Diseño de la investigación</b> .....	90
3.2. Métodos de recolección de datos.....	91
<b>3.2.1 Elaboración de la encuesta</b> .....	92
<b>3.2.2 Operacionalización de las variables de la hipótesis</b> .....	94
<b>3.2.3 Métodos de evaluación de expertos</b> .....	97
3.3. Población, marco muestral y muestra .....	99
<b>3.3.1. Tamaño de la muestra</b> .....	100
<b>3.3.2 Sujetos de Estudio:</b> .....	103
3.4. Métodos de Análisis .....	103
CAPÍTULO 4 ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	105
4.1 Prueba piloto.....	105
4.2 Resultados finales.....	106
<b>4.2.1 Estadística descriptiva del perfil de encuestado</b> .....	106
<b>4.2.2. Análisis estadístico (regresión lineal múltiple)</b> .....	114
4.3 Comprobación de Hipótesis.....	124
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	126
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
ANEXOS .....	134
Anexo 1 Encuesta .....	134
Anexo 2 Valuación de Expertos .....	137

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Matriz de Congruencia Metodológica	43
Tabla 2.	Tabla de Relación Estructural Hipótesis - Marco Teórico	86
Tabla 3.	Número de preguntas por variable antes de validación	93
Tabla 4.	Perfil del Encuestado (Variables de control)	95
Tabla 5.	Variables de investigación e indicadores de medición	96
Tabla 6.	Expertos revisores	98
Tabla 7.	Número de preguntas por variable después de validación	99
Tabla 8.	Marco muestral de la investigación	101
Tabla 9.	Estratificación de la muestra	102
Tabla 10.	Estratificación de la muestra final	103
Tabla 11.	Alpha de Cronbach de prueba piloto	106
Tabla 12.	Alpha de Cronbach de resultados finales en comparación con prueba piloto	114
Tabla 13.	Matriz de correlaciones de Pearson	117
Tabla 14.	Coefficientes de los estadísticos de colinealidad utilizando el método Intro	121
Tabla 15.	Coefficientes de los estadísticos de independencia utilizando el método Intro	122
Tabla 16.	Resumen del modelo de regresión lineal múltiple utilizando el método de pasos	123
Tabla 17.	Coefficientes de los estadísticos de independencia del mejor modelo utilizando el método de pasos	124
Tabla 18.	Resultados de las Hipótesis Operativas	125

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1.	Población económicamente activa en México de 15 y más años de edad según sexo 2020	23
Gráfica 2.	Proporción de mujeres empresarias en México	24
Gráfica 3.	Distribución de la población joven emprendedora en México por entidad federativa	25
Gráfica 4.	Población económicamente activa en Sonora de 15 y más años de edad según sexo 2020	26
Gráfica 5.	Mapa conceptual del problema de investigación.	31
Gráfica 6.	Gráfica de los antecedentes teóricos	36

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Índice de Emprendimiento femenino 2015. Rangos y puntajes	18
Figura 2.	Cambio en los puntajes y rangos para las mujeres dueñas de negocios 2018 a 2019	20
Figura 3.	Porcentaje de pequeñas, medianas y grandes empresas con una mujer entre los principales propietarios (%)	21
Figura 4.	Porcentaje de emprendedoras de 18 a 64 años en 2019	22
Figura 5.	Modelo Gráfico de Variables	85
Figura 6.	Mapa de ubicación geográfica de las universidades	100
Figura 7.	Rango de edades de las participantes	107
Figura 8.	Estado civil de las participantes	108
Figura 9.	Número de hijos de las participantes	108
Figura 10.	Universidad donde estudian las participantes	109
Figura 11.	Semestre que estudian las participantes	109
Figura 12.	Carrera que estudian las participantes	110
Figura 13.	Lugar donde viven las participantes	110
Figura 14.	Trabajan las estudiantes encuestadas	111
Figura 15.	Ingreso mensual de las participantes	111
Figura 16.	Negocio de los padres de las participantes	112
Figura 17.	Tiempo con el negocio de los padres de las participantes	112
Figura 18.	Negocio propio de las participantes	113
Figura 19.	Tiempo con el negocio de las participantes	113
Figura 20.	¿Te gustaría emprender en un futuro cercano?	114
Figura 21.	Análisis gráficos de linealidad de las variables independientes con la dependiente	116
Figura 22.	Análisis gráficos de homocedasticidad de las variables independientes con la dependiente	118
Figura 23.	Análisis gráficos de normalidad de las variables independientes con la dependiente	119

## INTRODUCCIÓN

Los avances significativos en áreas como la tecnología, la política, la cultura y la ciencia impulsados por la globalización, generan importantes movimientos económicos que podrían influir en decisiones orientadas a aumentar los ingresos de las empresas, familias e inclusive en los mismos individuos. Una de las iniciativas contemporáneas es el emprendimiento, el cual no está limitado a ser realizado por el género masculino. Según Kelley, et al. (2017), las mujeres participan activamente en el desarrollo económico global al invertir en sus comunicados, criar a los hijos, y en muchos casos, reinvertir los beneficios recibidos para ayudar a otras personas. En la actualidad, las mujeres tienen la opción de prepararse para ser empleadas o de involucrarse en el sector industrial a través del emprendimiento. El género femenino constituye el 48.5% de la fuerza laboral mundial, solo en Estados Unidos, el 52% de todos los puestos profesionales están representados por mujeres (Organización Internacional del trabajo [OIT], 2018).

Pasquali (2019) indica que, de acuerdo con la *Global Entrepreneurship Research Association* (GERA), es habitual observar a mujeres involucradas en actividades empresariales en América Latina y África; en Angola con un 40%, Chile 21% y Colombia con casi 18% son los lugares en donde se encuentra el mayor número de empresarias, mientras que los porcentajes más bajos se localizan en Japón y Alemania con un 4 y 3.3% respectivamente. En cuanto a México, Acs et. al, (2015) en el Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDI) indican que ese año el país ocupó el puesto 41 entre 71 naciones en el ranking mundial. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2020) informa que las mujeres constituyen el 51.5% de la población de México, con un 60.6% asistiendo a instituciones educativas y un 34.7% trabajando como funcionarias y directivas. Según el Banco Mundial (2019), en 2018 la población femenina activa mayor de 15 años representó casi el 44%.

Otro sector que destaca para fomentar el emprendimiento, es el de los jóvenes menores de 30 años, ya que por las características que presentan, podrían estar vinculados directamente con el crecimiento económico y mejora del bienestar social. En

México, existe una población de 1,598,970 personas emprendedoras de las cuales 148,646 son jóvenes entre los 18 a 29 años. En cuanto a las mujeres, la participación más baja en el emprendimiento se da entre los 18 y 22 años; sin embargo, entre los 23 y 28 años, su presencia en esta actividad mejora y a los 29 años muestran un mayor interés por la creación de empresas (Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo [ENOE, 2020]).

En cuanto a la ubicación geográfica en México, se podría suponer que en los estados del norte sería más factible la creación de negocios; no obstante, los porcentajes de jóvenes emprendedores son más bajos en relación con las zonas centro y sur del país. El estado de México es líder en iniciativas de negocio, en contraparte los estados con menor participación son Tlaxcala y Baja California Sur. La posición número 15 la ocupa el estado de Sonora. El emprendimiento podría ser una solución efectiva para la actual situación económica, debido a que presenta más ventajas que desventajas. Un ejemplo de ello es el creciente número de mujeres interesadas en ese sector, quienes han demostrado una gran capacidad como líderes y emprendedoras de éxito a nivel mundial gracias a su esfuerzo, dedicación y preparación académica (Canales, Román y Ovando 2017).

A pesar de lo mencionado anteriormente, problema radica en que no se conoce a profundidad las características o factores que impulsan el emprendimiento femenino en jóvenes, especialmente en universitarias. Así mismo, Velázquez y Amador (2020) señalan que, incluso hoy en día, la desigualdad de género es desfavorable, debido a que niñas y mujeres menores de 30 años aún no tienen las mismas oportunidades para acceder a la educación, incluso su participación en el trabajo también es limitada y sus posibilidades de consolidar proyectos de emprendimiento son escasas debido a las barreras sociales y prejuicios existentes.

En relación con lo anterior, la importancia de esta investigación reside en determinar los factores que permiten impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de la localidad de Guaymas, Sonora, México. Se busca abordar esta problemática a partir de la comprobación de la hipótesis siguiente: Los factores que

permiten impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de la localidad de Guaymas, Sonora, México, son: creatividad, motivación, tolerancia al fracaso, apoyo financiero y apoyo familiar.

Para lograr el objetivo del presente estudio se desarrollarán cuatro capítulos, que a manera de resumen se describen a continuación:

En el capítulo uno se exponen los antecedentes del problema, así como los hechos actuales que lo contextualizan, (la importancia del emprendimiento femenino en el mundo), las causas y consecuencias del bajo nivel de emprendimiento femenino, el planteamiento teórico del problema (conocer los antecedentes del emprendimiento femenino de jóvenes universitarias), la relación de las variables así como su justificación teórica y/o aplicada, la pregunta, objetivo e hipótesis de la investigación; todo ello con la finalidad de presentar una revisión de la literatura e identificar la relación con el tema a estudiar.

En el capítulo dos se desarrolla el marco teórico tanto de la variable dependiente como de las independientes, que permite describir el enfoque, alcance y diseño de la investigación, y las hipótesis operativas con sus respectivos modelos. El capítulo tres presenta el tipo y diseño de la investigación, así como la población y muestra a quien se les aplicará el cuestionario, una vez que sea validado por expertos; con el propósito de facilitar un marco de referencia para interpretar los resultados obtenidos, logrando con ello que el problema investigado quede vinculado a una estructura más amplia.

Finalmente, en el capítulo cuatro se presenta la prueba piloto, los hallazgos y la interpretación de los resultados del análisis de datos (en donde se establece si existen patrones y relaciones entre los constructos) y se determina si la hipótesis coincide o no con lo establecido por los autores. Se muestran las conclusiones, es decir, ideas para cerrar la investigación con el fin de ser el aporte para su continuidad o base de nuevos estudios y las recomendaciones que son las ideas del autor con el propósito de colaborar como complemento al estudio original.

## **Capítulo 1. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO**

En el presente apartado se describen los antecedentes del problema a investigar, que comprende: los hechos actuales, las causas y consecuencias, así como el mapa conceptual del bajo nivel de emprendimiento femenino. Se revisa el planteamiento teórico de los antecedentes de la variable dependiente con las variables independientes (creatividad, motivación, tolerancia al fracaso, apoyo financiero y apoyo familiar). Estas revisiones dan origen a la pregunta central, el objetivo general y la hipótesis de investigación. Finalmente se presentan la metodología a utilizar y la justificación de la investigación con las delimitaciones del estudio.

### **1.1. Antecedentes del problema a investigar sobre el emprendimiento femenino**

De acuerdo con Recalde, Villota, & Flores (2017) el emprendimiento se deriva de la palabra en francés “entrepreneur”, que significa pionero, la cual fue empleada para nombrar a los aventureros que se atrevían a exponer su ideología sin estar seguros de los resultados y quienes poseían cualidades como ser flexible, dinámico, creativo, determinado, perseverante, entre otras; Rincón & Moreno (2018), haciendo mención a la Real Academia Española indican que la palabra emprendimiento proviene del latín, “en” y “prendere” que se relaciona a los términos de acometer o comenzar una obra, o negocio, es decir, es el impulso que conduce a una persona a elegir y realizar una acción en determinadas situaciones.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2020) se refiere al emprendimiento como toda actividad realizada por un individuo, equipo de personas o por alguna empresa ya establecida con la intención de crear nuevos negocios, autoemplearse o expandir un negocio ya existente. De forma similar, la Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD, 2017) indica que el emprendimiento es un fenómeno vinculado a actividades empresariales con el objetivo de agregar valor mediante la creación o expansión de la actividad económica a través de nuevos productos, procesos o mercados.



El emprendimiento puede fungir como una especie de escudo protector para economía en la actualidad, debido a los beneficios que presenta. A pesar de que la contribución más alta en ese rubro sigue siendo la de los hombres, el número de mujeres interesadas en participar en este sector está en constante aumento. Esfuerzo, dedicación y preparación académica son unas de las cualidades que al género femenino le ha permitido desempeñarse como líderes y emprendedoras exitosas tanto en países de primer mundo como Europa o Estados Unidos, como en Latinoamérica, y no solo participan mujeres en edad adulta, en México, una gran contribución se da en jóvenes menores de 30 años (GEM, 2017).

### **1.1.1. Hechos que contextualizan el problema**

Según Santamaría & Tapia (2017), el emprendimiento femenino se refiere a las actividades caracterizadas por la innovación y creatividad realizadas por mujeres con el objetivo de alcanzar la independencia económica ya sea de forma individual o en equipo. Esta forma de emprendimiento también brinda la oportunidad de generar empleos y mejorar la calidad de vida de diversas personas. Abanades (2016) señala que el grado de involucramiento de las mujeres en el ámbito empresarial, desde la creación de un negocio hasta el desarrollo del mismo, se debe, en diversas ocasiones a que aumentó el acceso del género femenino a la vida académica y la elección de los estudios realizados puede influir en la toma de decisiones del proyecto a llevar a cabo.

#### **a) Emprendimiento femenino a nivel Mundial**

La Organización Internacional del trabajo (OIT, 2018) indica que, en Estados Unidos, las mujeres ocuparon el 52.0% de los puestos profesionales en 2017. A nivel mundial, las mujeres contribuyen al desarrollo económico de sus países invirtiendo en sus comunidades, criando a sus hijos y, en muchas ocasiones, reinvertiendo los beneficios obtenidos para ayudar a otros. Los avances en la educación han permitido ofrecer estudios de calidad, brindando a las mujeres la opción de prepararse para ser empleadas o de involucrarse en el sector industrial mediante el emprendimiento. Actualmente, las

mujeres representan el 48.5% de la fuerza laboral mundial; ellas se encuentran obteniendo títulos profesionales que les permiten una mayor participación en el mercado laboral, además las compañías frecuentemente realizan programas de apoyo con el propósito de reducir la brecha y permitir la inserción femenina en áreas de liderazgo (GEM, 2017).

Según The Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDI, 2015), el índice de emprendimiento femenino (FEI) muestra el resultado de la comparación entre diversos países sobre las fortalezas y debilidades del desarrollo de las empresas conducidas por mujeres con alto potencial. El FEI de 2015 examina a 77 países y utiliza una escala de 0 a 100 en tres subíndices: entorno empresarial, ecosistema empresarial y aspiraciones emprendedoras (Ver figura 1).

**Figura 1. Índice de Emprendimiento femenino 2015. Rangos y puntajes.**

Rank	Country	Score	Rank	Country	GEI	Rank	Country	GEI
1	United States	82.9	27	United Arab Emirates	52.6	53	Botswana	36.4
2	Australia	74.8	28	Spain	52.5	54	Costa Rica	36.1
3	United Kingdom	70.6	29	Colombia	52.0	55	Argentina	35.7
4	Denmark	69.7	30	Italy	51.4	56	Russia	35.6
5	Netherlands	69.3	31	Croatia	49.9	57	Nigeria	32.8
6	France	68.8	32	Portugal	49.8	58	Ecuador	32.3
7	Iceland	68.0	33	Romania	49.4	59	Bosnia and Herzegovina	31.6
8	Sweden	66.7	34	Israel	47.6	60	Brazil	31.1
9	Finland	66.4	35	Uruguay	44.5	61	Tunisia	30.7
10	Norway	66.3	36	South Africa	44.2	62	El Salvador	29.9
11	Ireland	64.3	37	Montenegro	43.7	63	Bolivia	29.7
12	Switzerland	63.7	38	Peru	43.6	64	Zambia	29.1
13	Belgium	63.6	39	Barbados	43.4	65	Venezuela	29.0
14	Germany	63.6	40	Greece	43.0	66	Egypt	27.7
15	Chile	63.5	41	Mexico	42.8	67	Algeria	27.4
16	Singapore	59.8	42	Macedonia	41.2	68	Angola	26.0
17	Czech Republic	59.1	43	Korea	40.1	69	Ghana	25.8
18	Lithuania	58.5	44	Japan	40.0	70	India	25.3
19	Poland	57.7	45	Turkey	39.3	71	Guatemala	23.2
20	Latvia	56.6	46	Malaysia	39.2	72	Ethiopia	20.9
21	Slovenia	55.9	47	Jamaica	38.6	73	Iran	20.6
22	Estonia	55.4	48	China	38.3	74	Uganda	18.4
23	Austria	54.9	49	Saudi Arabia	37.0	75	Bangladesh	17.9
24	Slovakia	54.8	50	Panama	36.9	76	Malawi	15.5
25	Hungary	53.7	51	Trinidad & Tobago	36.9	77	Pakistan	15.2
26	Taiwan	53.4	52	Thailand	36.6			

Fuente: Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDI, 2015).

Como se puede observar en la figura 1, entre los resultados, destacan los siguientes:

- Estados Unidos ocupa el primer lugar con 82.9 puntos.
- Los países con ecosistemas fuertes para el género femenino son: Australia, Reino Unido, Dinamarca, Los Países Bajos, Suecia, Francia y Alemania.
- En el puesto número 15 se encuentra Chile.
- De los 77 países estudiados, 47 tienen menos de 50 puntos, México es uno de ellos, debido a que se encuentra en el puesto número 41 con una puntuación de 42.8.

En otros indicadores a nivel mundial, se encontraron datos importantes como el análisis de 58 países que llevó a cabo el Mastercard Annual Index of Women Entrepreneurs (MIWE, 2019), en relación con el avance de las mujeres emprendedoras, tomando en consideración a la capacitación, el financiamiento y el apoyo en las condiciones de emprendimiento para el año de 2019 en comparación con 2018 (Ver figura 2).

En donde se encontraron los siguientes resultados:

- A pesar de ser de las economías menos desarrolladas y con mayor rezago en cuanto al avance de las mujeres emprendedoras, capacitación, financiamiento y apoyo, Uganda, Ghana, Botswana, Malawi y Angola se encuentran entre los diez primeros países a nivel mundial con crecimiento en emprendimiento femenino.
- Altas tasas de propiedad de negocios del género femenino se encuentran en Estados Unidos (35.1%) en la cuarta posición y en Nueva Zelanda (31.8%) en quinto lugar.
- Los porcentajes más altos de Europa se localizan en Portugal en el lugar número diez con un 30.2%, España, posición 11 con un 29.9% y Hungría con 28.4% en el lugar número 14. Respecto a América Latina, Brasil y Uruguay son los países con más avance, representando los lugares 12 y 13 con 28.9% y 28.8% respectivamente.
- En cuanto a México, se encuentra en la posición 44 con 19.0%, incrementando el emprendimiento femenino solamente 0.10% en relación con el año anterior. Los

resultados más bajos se encuentran en Egipto, lugar 57 con 4.1% y en Arabia Saudita en último puesto con 1.6% de avance en la creación de negocios por empresarias.

**Figura 2. Cambio en los puntajes y rangos para las mujeres dueñas de negocios - 2018 a 2019.**

Market	Women Business Owners (F&T) SCORE			Women Business Owners (F&T) RANKING		
	2019	2018*	Change in SCORE (%)	2019	2018	Change in RANKING (+/-)
Uganda	38.2	38.1	0.3	1	1	0
Ghana	37.9	37.8	0.2	2	2	0
Botswana	36.0	36.0	0.0	3	3	0
United States	35.1	35.1	-0.1	4	4	0
New Zealand	31.8	31.4	1.4	5	5	0
Russia	31.2	31.0	0.5	6	6	0
Malawi	31.1	31.0	0.2	7	7	0
Australia	30.9	30.8	0.2	8	8	0
**Angola	30.3	30.2	0.2	9	10	+1
Portugal	30.2	30.3	-0.3	10	9	-1
Spain	29.9	29.8	0.2	11	11	0
Brazil	28.9	28.8	0.4	12	13	+1
Uruguay	28.8	29.2	-1.5	13	12	-1
Hungary	28.4	28.4	0.0	14	14	0
Poland	28.0	27.9	0.4	15	16	+1
United Kingdom	27.9	27.8	0.4	16	17	-1
Belgium	27.8	28.1	-1.0	17	15	-2
Peru	27.7	27.6	0.2	18	18	0
Canada	27.3	27.3	0.0	19	19	0
Vietnam	27.0	26.6	1.1	20	20	0
Switzerland	26.6	26.6	0.0	21	21	0
Argentina	26.4	26.5	-0.5	22	22	0
Romania	26.4	26.4	0.0	23	24	+1
Singapore	26.3	26.5	-0.6	24	23	-1
Philippines	25.8	25.6	0.9	25	26	+1
Germany	25.7	25.6	0.3	26	25	-1
Mainland China	25.6	25.4	0.8	27	27	0
France	25.5	25.4	0.3	28	28	0
Nigeria	25.3	25.1	0.8	29	30	+1
Colombia	25.3	25.2	0.4	30	29	-1
Italy	25.2	25.0	0.5	31	31	0
Chile	25.0	24.8	0.8	32	32	0
Thailand	23.4	23.2	0.7	33	33	0
Ireland	22.9	22.9	0.0	34	35	+1
Denmark	22.7	23.0	-1.1	35	34	-1
Czech Republic	22.4	22.3	0.6	36	36	0
Ecuador	22.3	22.0	1.3	37	37	0
Costa Rica	21.6	20.9	3.1	38	39	+1
South Africa	21.5	21.4	0.5	39	38	-1
Indonesia	20.3	20.0	1.4	40	41	+1
Taiwan (China)	20.2	20.1	0.4	41	40	-1
Hong Kong SAR	19.8	19.6	0.9	42	43	+1
Sweden	19.8	19.8	0.0	43	42	-1
Mexico	19.0	18.9	0.7	44	45	+1
Israel	18.8	19.0	-0.7	45	44	-1
Japan	17.3	16.9	1.9	46	46	0
South Korea	16.8	16.6	1.3	47	47	0
Malaysia	16.2	16.0	1.3	48	48	0
Ethiopia	15.0	14.9	0.5	49	49	0
Tunisia	10.9	10.6	2.9	50	50	0
Turkey	9.2	9.1	1.5	51	51	0
United Arab Emirates	7.7	7.2	6.1	52	54	+2
India	7.4	7.3	1.0	53	53	0
Algeria	7.3	7.4	-1.1	54	52	-2
Islamic Republic of Iran	6.2	6.2	-0.4	55	55	0
Bangladesh	4.4	4.2	2.9	56	56	0
Egypt	4.1	4.0	1.6	57	57	0
Saudi Arabia	1.60	1.65	-2.9	58	58	0

Fuente: Mastercard Anual Index (MIWE, 2019).

Como se observa en las dos figuras anteriores, México ocupa la posición 41 de 77 en la evaluación de GEDI de 2015, y en el lugar 44 de 58 en el análisis del avance en la creación de nuevos negocios por parte de empresarias del MIWE de 2019. Situación no muy favorable al posicionarse en los lugares de la media hacia abajo de los países con mayor número de emprendedoras. De acuerdo (MIWE, 2019), estos resultados desfavorables pueden deberse a factores inhibidores como falta de apoyos para pymes, menores oportunidades laborales para ascender a mejores puestos de trabajo, poca educación, barreras en los negocios como burocracia o escaso soporte gubernamental.

Basándose en datos del Banco mundial, Halim (2020) indica que solo una de cada tres empresas es propiedad de mujeres. Además, establece que, a nivel mundial el 47% de las pequeñas, medianas y grandes empresas de Asia Oriental y el Pacífico, cuentan con una mujer como propietaria. En Europa y Asia Central este porcentaje es del 33%, en América Latina y el Caribe alcanza el 50%, en Oriente Medio y Norte de África es el 23%, para Asia Meridional el 18% y África al sur del Sahara con el 29% (Ver figura 3).

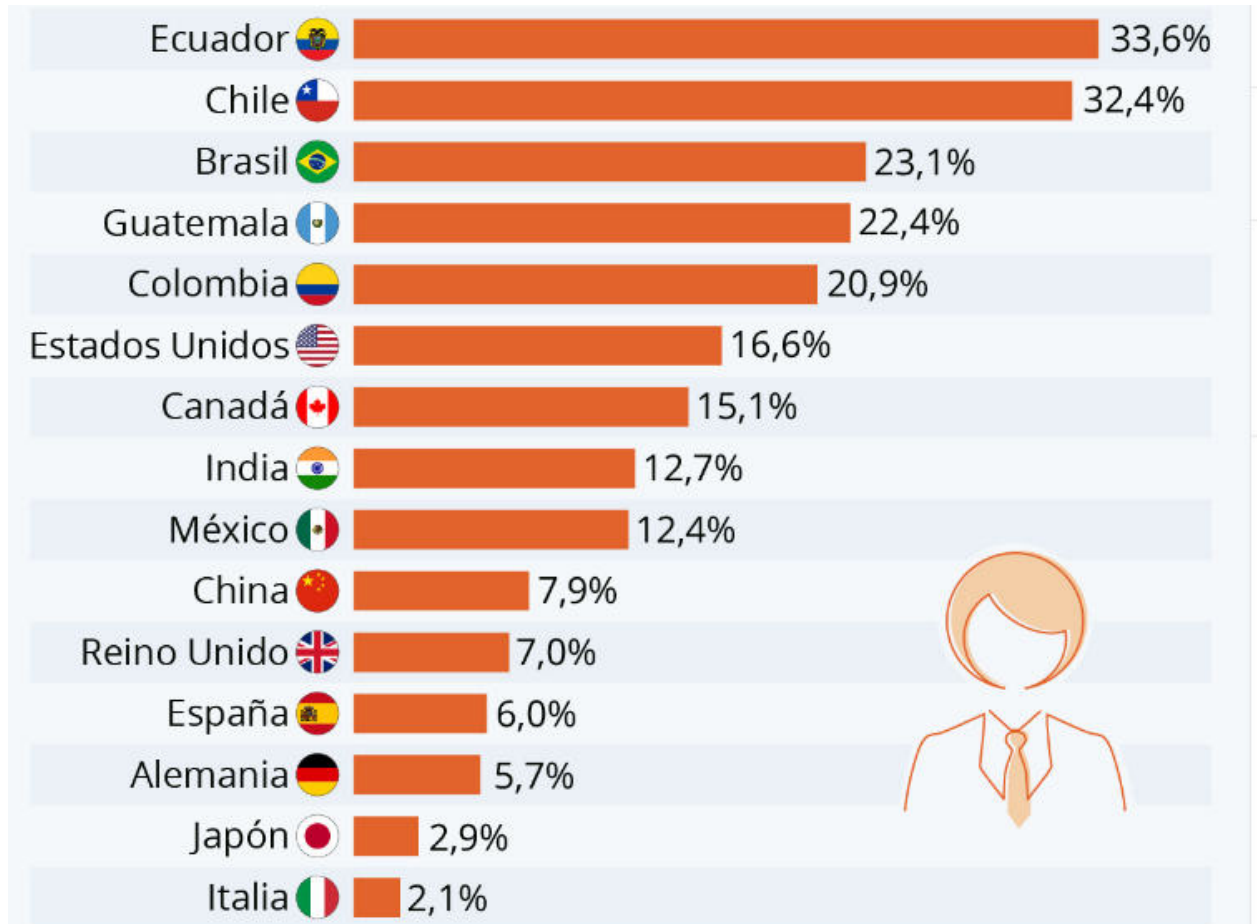
**Figura 3. Porcentaje de pequeñas, medianas y grandes empresas con una mujer entre los principales propietarios (%)**



Fuente: Halim (2020).

Tomando en consideración la información anterior, el porcentaje de mujeres emprendedoras en América Latina es del 50%, la situación no es completamente favorable para todos los países que comprenden esa región, puesto que en otro estudio, según Pasquali (2020), el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) analizó datos de 50 países sobre el porcentaje de emprendedoras de 18 a 64 años en 2019, en donde tres países de Latinoamérica se encuentran en los primeros sitios, tal es el caso de Ecuador en primer lugar con un 33.6%, Chile en segundo lugar con un 32.4%, en tercer lugar, Brasil con 23.1%, mientras que México ocupa el noveno sitio con solo el 12.4% (Ver figura 4).

**Figura 4. Porcentaje de emprendedoras de 18 a 64 años en 2019**

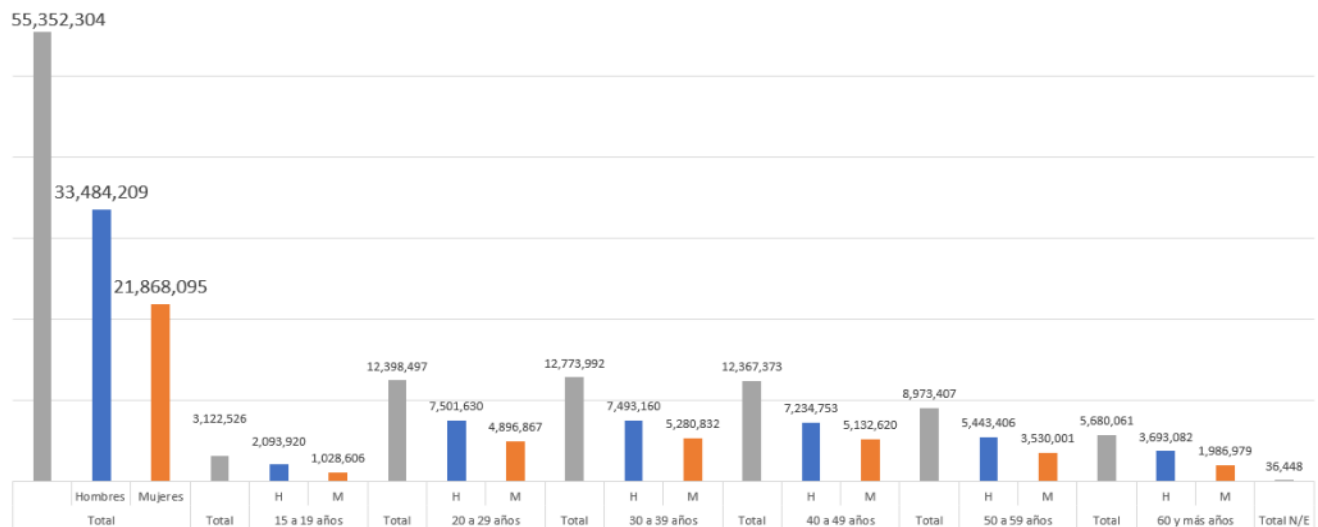


Fuente: Pasquali (2020).

## b) Evolución del emprendimiento en México

En cuanto al emprendimiento femenino en México, lo primero que se analiza es la población de mujeres, que según los datos Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2019), en la encuesta nacional de ingresos y gastos de los hogares en México en el 2019, las mujeres representaron el 51.7% (65,431,441) del total que fue de 126,371,358 habitantes. Respecto a la población total económicamente activa mayor de 15 años en el primer trimestre de 2020 fue de 55,352,304, en donde el 39.5%, es decir, 21,868,095, está representado por el género femenino (Gráfica 1).

**Gráfica 1. Población económicamente activa en México de 15 y más años de edad según sexo 2020.**



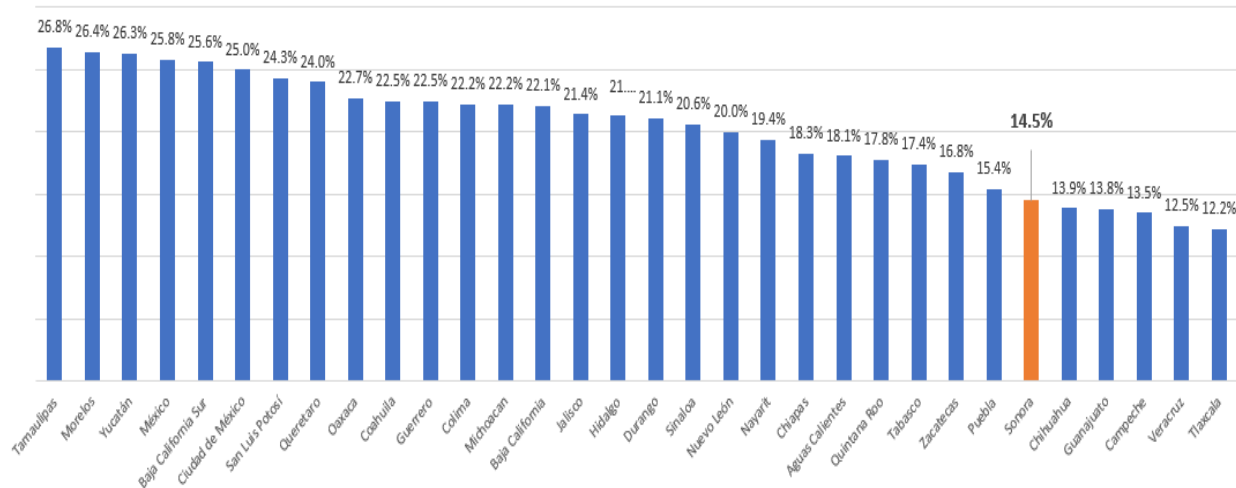
Fuente: Elaboración propia con base en datos del INEGI (2020).

Como segundo punto, de acuerdo a la proporción de mujeres empresarias en México por Estado, se encontró un estudio realizado por la Cámara de la Industria de Transformación de Nuevo León (CAINTRA, 2017), en donde se establece que, en el 2017, las mujeres empresarias en México representaron un 20.0% del total nacional. Esto se debe en gran medida a que la mayoría de ellas, dedican la mayor parte de su tiempo al hogar, no obstante, sí cuentan con una intervención importante en los negocios de menos de 100 empleados, sobre todo en el sector económico de comercio al por menor.



La participación mayor en este rubro la tuvo Tamaulipas con un 26.8%, mientras que, la más baja se encontró en Tlaxcala con 12.2%. Sonora ocupó la posición 27 con un 14.5% del total de 118128 unidades económicas del estado (Gráfica 2).

**Gráfica 2. Proporción de mujeres empresarias en México.**



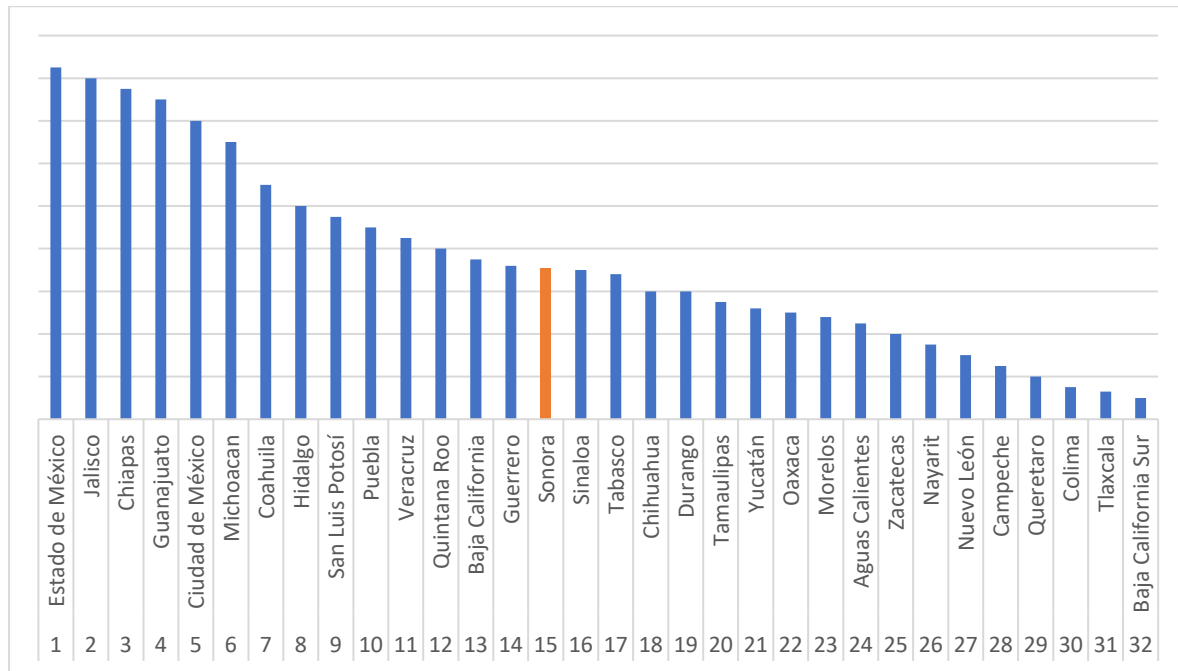
Fuente: Elaboración propia con base en datos de la CAINTRA (2017).

El tercer aspecto es examinar los datos sobre emprendimiento juvenil femenino en México. Canales, Román y Ovando (2017) señalan que el país cuenta con una población de 1,598,970 emprendedores, de los cuales 148,646 son jóvenes de entre los 18 a 29 años. Entre las mujeres, la participación en el emprendimiento es menor entre los 18 y 22 años; esta participación aumenta entre los 23 a los 28 años y a los 29 años muestran un mayor interés en la creación de negocios. En relación con la ubicación geográfica, podría suponerse que la proximidad a Estados Unidos, facilitaría la creación de negocios en los estados del norte de México; sin embargo, éstas regiones presentan porcentajes más bajos de jóvenes emprendedores en comparación con las zonas centro y sur del país. Tal como se muestra en la gráfica 3, el primer lugar está representado por el estado



de México, seguido de Jalisco y Chiapas, mientras que Tlaxcala y Baja California Sur cuentan con la menor participación; Sonora ocupa el puesto número 15.

**Gráfica 3. Distribución de la población joven emprendedora en México por entidad federativa.**



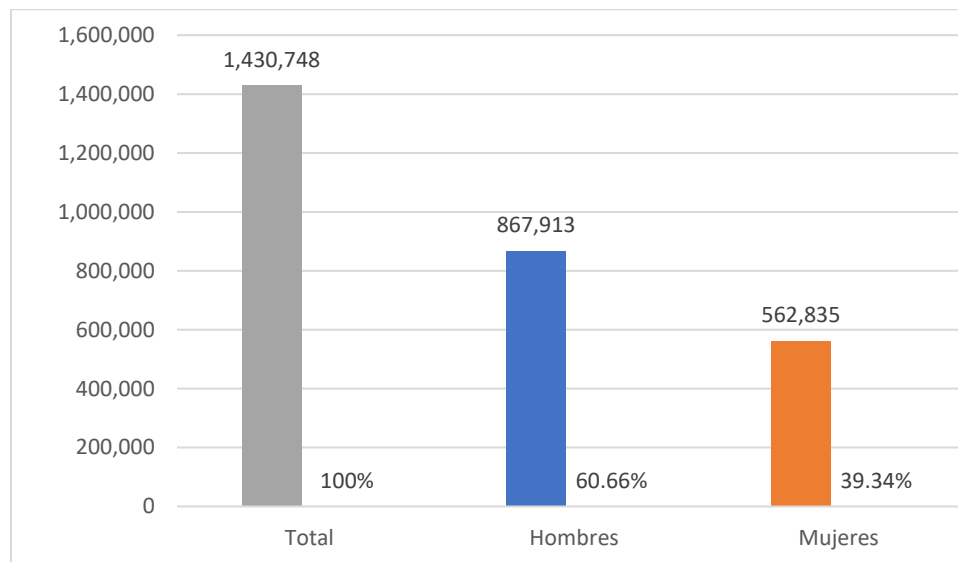
Fuente: Elaboración propia con base en datos de Canales, Román y Ovando (2017).

Es importante enfatizar la atención hacia inculcar o incentivar el emprendimiento en el sector juvenil (menores de 30 años) debido a sus características como creatividad, capacidades físicas y el no temer a arriesgar para el logro de los objetivos; cualidades que podrían estar directamente relacionados con un crecimiento económico y una mejora del bienestar social. Durán (2016) establece que el emprendimiento en jóvenes puede ser una estrategia de mejora que impacte en la disminución del desempleo y en el fortalecimiento del sistema productivo del país. Razón por la cual en esta investigación se estudian las perspectivas de emprendimiento femenino desde el análisis de las jóvenes universitarias.

### c) Importancia del emprendimiento femenino en Sonora

De acuerdo con el INEGI (2020), en el estado de Sonora, México, que es la ubicación geográfica de esta investigación, la población femenina económicamente activa de 15 años y más fue de 562,835 que representa menos de la mitad, es decir, 39.34% en el primer trimestre de 2020, mientras que los hombres sumaron 867,913 (60.66%) de un total de 1,430,748 (Gráfica 4).

**Gráfica 4. Población económicamente activa en Sonora de 15 y más años de edad según sexo 2020.**



Fuente: Elaboración propia con base en datos del INEGI (2020).

### 1.1.2. Las causas y la consecuencia de los hechos

El siguiente análisis muestra algunos de los factores que han contribuido a la limitada participación de las mujeres en el ámbito emprendedor, creando desafíos significativos para su desarrollo, así como los efectos que esta realidad puede tener para la sociedad y la economía particular.

## **Causas del bajo nivel de emprendimiento femenino**

De acuerdo con Canales, Román & Ovando (2017), el emprendimiento representa una opción de inclusión de la población al mercado laboral, por medio de la creación de un negocio que repercute en la producción de bienes y servicios innovadores. En la actualidad existe insuficiente oferta de trabajo y una creciente demanda por fuentes de empleo, principalmente en los jóvenes, por consiguiente, la opción de emprender un negocio se visualiza como una buena alternativa. Sin embargo, una serie de factores podrían afectar el curso de la actividad emprendedora, generando con ello, una problemática para el desarrollo de la misma. A continuación, se señalan varios de ellos:

**a) Poca creatividad:** Araya (2017) argumenta que, cuando la persona cuenta con una mayor edad, sus capacidades físicas y mentales pueden ser limitantes para la generación de nuevas ideas y para lograr adquirir nuevos conocimientos. En las personas de menor edad, podría no favorecer a una mayor intención de emprender, en la mayoría de los casos, si existen cargas familiares y no se goza de una mayor energía o vitalidad.

**b) Falta de estímulos:** Según Briseño O., Briseño A. & López-Lira (2016) la situación que inspira a algunas mujeres emprendedoras a tomar decisiones puede ser obstaculizada por la barrera de falta de estímulos económicos. Así mismo, Paredes, Saavedra, & Castillo (2019) determinan que, en una gran mayoría de casos, los factores de empuje que motivan a las mujeres a emprender son los relacionados a la supervivencia, sobre todo económica debido a la situación precaria en sus hogares, por lo cual, no tienen otra opción, solamente trabajar en cualquier lugar.

**c) Baja inteligencia emocional:** El miedo al fracaso es un obstáculo de gran peso para comenzar un negocio, tal como la ausencia de una actitud proactiva que asumen algunas mujeres que les impide establecer estrategias para minimizar o, si fuera posible, erradicar dicho temor (Araya, 2017). Igualmente, Acs, et al. (2019) coinciden en afirmar que la hostilidad al iniciar una nueva actividad económica que implique un riesgo puede retardar el naciente emprendimiento.

**d) Carencia de respaldo económico:** Castiblanco & Martín (2018) establecen que una de las dificultades que presentan las mujeres al emprender es la escasa accesibilidad a créditos financieros, esto puede deberse al tamaño de las empresas, que al ser pequeñas, no les permite garantizar el pago de dichos préstamos, en ocasiones tampoco poseen propiedades o activos que pudieran utilizar al solicitar el recurso y por ello las instituciones bancarias solicitan un mayor número de documentos e información, lo cual repercute en demoras para poder iniciar su empresa.

**e) Escaso apoyo familiar:** Paredes, Saavedra & Castillo (2019) argumentan que en algunas ocasiones son las necesidades económicas en el hogar las que impulsan al género femenino a emprender, sin embargo, factores como el descuidar la educación de los hijos o la estabilidad familiar podrían afectar de forma negativa al éxito del negocio. Al respecto Fernández (2018) señala que, esporádicamente, cuando una mujer trabaja puede dar lugar a la sobre carga del rol, es decir, la jornada normal de trabajo y las tareas en el hogar, en conjunto, pueden provocar consecuencias negativas en el entorno familiar.

**f) Falta de educación / capacitación:** Según la Organisation for Economic Cooperation and Development (2016) uno de cada cinco jóvenes de América Latina no labora, no estudia y a su vez no recibe capacitación, lo que representa que, alrededor de 30 millones de este grupo de personas principalmente de Honduras, el Salvador, Guatemala y México, no se encuentren incluidos tanto en el sistema educativo o en el laboral; el 83.0% de las mujeres jóvenes y el 76.0% de los hombres jóvenes en dicha situación provienen de hogares de pobreza extrema o vulnerables, esto favorece a la desigualdad entre generaciones y puede asociarse en un futuro con conductas de crimen y violencia, situación que afecta más al género femenino que al masculino, en donde la mayoría de las mujeres se dedican al trabajo doméstico o al cuidado de personas sin remuneración alguna.

**g) Desigualdad de género:** Según GEM (2019) las mujeres están asumiendo un papel cada vez más fuerte en algunas economías, sin embargo, su participación aún se

encuentra muy por debajo de la del género masculino; únicamente en 2019, por ejemplo, tres economías de las 50 participantes superan la tasa de hombres y son: Arabia Saudita, Qatar y Madagascar, aun así, las batallas empresariales están lejos de ser igualadas, más aún, de ser ganadas. En Egipto, Noruega, Macedonia del Norte, Japón y Pakistán son más de dos hombres emprendedores por cada empresaria.

**h) Falta de financiamiento:** El acceso a financiamiento es el obstáculo mencionado con mayor frecuencia, incluso para los emprendedores masculinos, debido a que el 71.0% argumenta haber tenido problemas al iniciar su negocio. En el caso de las mujeres, este fenómeno afecta al 64.0%. Esta dificultad para obtener financiamiento puede atribuirse a la brecha entre la tasa de interés bancaria para las Pymes y la que obtienen las grandes empresas, entre otros factores (Asociación de Emprendedores de Latinoamérica [ASELA], 2018).

### **Consecuencias del bajo nivel de emprendimiento:**

Una de las consecuencias más importantes es la falta de emprendimientos sociales en Sonora que provoca varios aspectos como se señala a continuación:

#### **a) Negocios que no se consolidan, prosperan o cierran:**

De acuerdo con el GEM (2019) en 35 de las 50 economías a nivel mundial, más de la mitad de los adultos inician un negocio tomando en consideración como factor principal el de ganarse la vida porque los trabajos son escasos, así mismo se señala también que los hombres tienden a contar con mayores incentivos en términos financieros que las mujeres, propiciando así, que sean quienes continúen con la empresa. En otro orden de ideas, cuando se analiza el ranking de los factores de cierre por género, se ven diferencias: mientras que para hombres tener problemas con socios ha sido más relevante, para mujeres la falta de conocimiento del mercado aparece como un factor de cierre importante. Adicionalmente se observa que la falta de conocimientos técnicos es igual para hombres como para mujeres y que la disponibilidad de tiempo juega un rol más relevante para las mujeres que para los hombres.

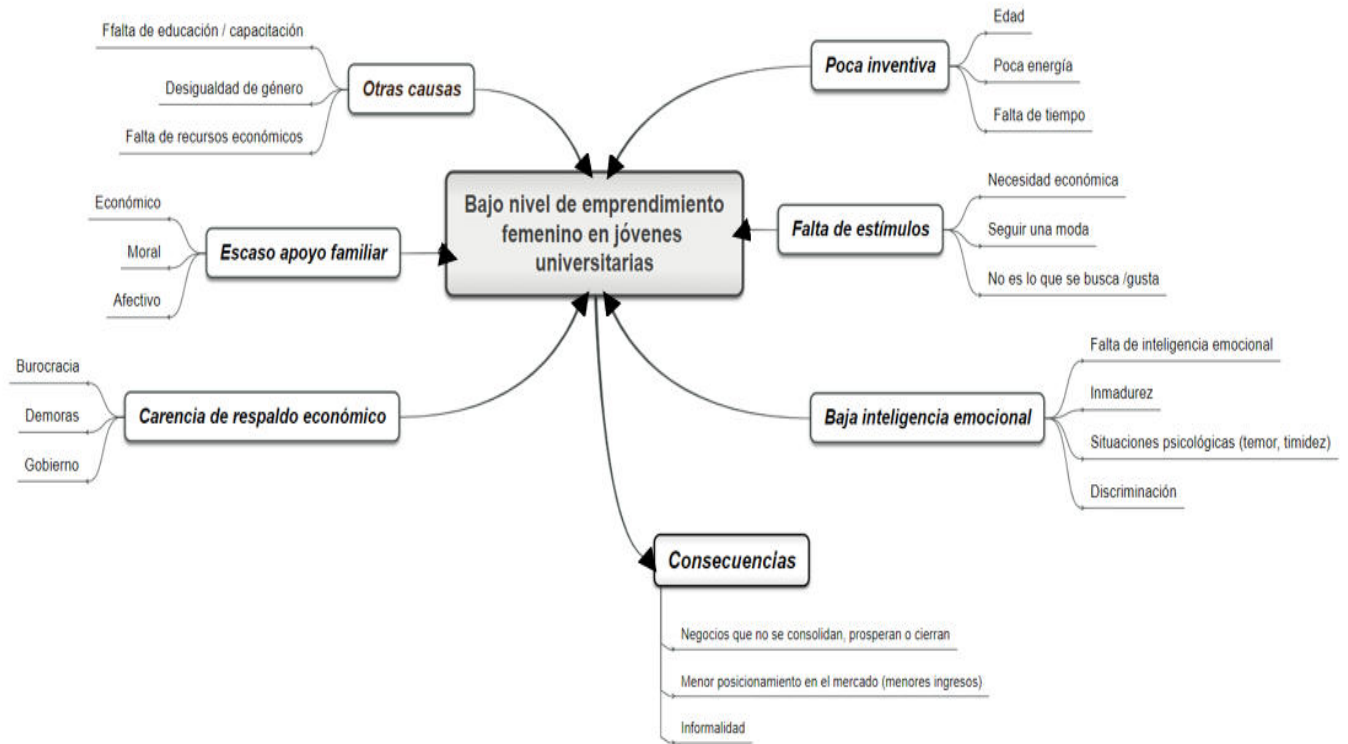
**b) Menor posicionamiento en el mercado (menores ingresos):** Canales, Román, & Ovando (2017) señalan que en México la corrupción puede afectar en gran medida al emprendimiento, así mismo la OECD (2016) establece que otra limitante a la que se enfrentan las empresarias en México, son los estigmas culturales por ello, muchos de los negocios de las emprendedoras tienen menor posicionamiento en el mercado en comparación con la de los hombres y esto a su vez repercute en el ámbito económico.

**c) Informalidad:** Del grupo de personas del género femenino que desempeñan un trabajo remunerado, la mayoría lo realizan desde la informalidad debido a obstáculos y carencia de oportunidades, uno de los factores es que la tasa de exclusión financiera en México sigue siendo la más alta entre los países de la OECD. Tres de cada cuatro emprendedores trabajan en el sector informal y hay más mujeres (83.0%) en comparación con los hombres (72.0%) en esta situación. En México, los estados de Oaxaca, Guerrero y Nayarit cuentan con un porcentaje considerable de empresarias, sin embargo, trabajan desde la informalidad, esto se debe, en gran medida a que los estados del sur son en donde se encuentra la mayor pobreza, así mismo, la mitad de los municipios no cuentan con sucursales bancarias mientras que el 21.0% se encuentran sin agentes financieros, e inclusive sin cajeros automáticos (OECD, 2017).

### **1.1.3. Gráfica de causas y consecuencias del problema a investigar**

La poca inventiva, la edad, falta de estímulos, poca energía, falta de tiempo, el emprender por necesidad, la inmadurez, una baja inteligencia emocional, carencia de respaldo económico, la burocracia, escaso apoyo familiar (económico, moral, y afectivo), así como desigualdad de género, la no educación y/o capacitación, entre otras causas, podrían provocar un bajo nivel de emprendimiento femenino en jóvenes universitarias, lo que, a su vez, podría repercutir en diversas consecuencias como negocios que no se consolidan, prosperan o cierran, menor posicionamiento en el mercado o caer en la informalidad (Gráfica 5).

**Gráfica 5. Mapa conceptual del problema de investigación.**



Fuente: Elaboración propia.

## 1.2. Antecedentes teóricos del planteamiento del problema

En este apartado se presenta una revisión preliminar de la literatura, por lo que se incluyen algunas teorías y estudios de investigaciones aplicadas que permitan encuadrar o contextualizar el problema de investigación. Se analizan los antecedentes del emprendimiento femenino y su relación teórica con las variables independientes, así como la gráfica de los antecedentes teóricos.

### **1.2.1. Antecedentes teóricos de la variable dependiente (Y = emprendimiento femenino)**

Pesántez, et al. (2018) indican que se debe prestar especial atención a la actitud emprendedora, conforme a lo establecido en la *Theory of Planned Behavior* (TPB) de Ajzen de 1985-1991. Esta teoría explica que el comportamiento de una persona está determinado por su intención de realizar una acción específica, la cual se puede predecir a partir de su actitud personal como consecuencia probable de esa acción, las normas subjetivas y el control percibido de su próxima conducta. Además, señalan que el emprendimiento consiste en identificar, crear y aprovechar oportunidades de negocio que resulten en futuros bienes o servicios.

El emprendimiento puede ser estudiado por género, ya sea masculino o femenino, en cuanto al emprendimiento femenino, Saavedra et al. (2017) establecen que son las competencias creativas llevadas a cabo por las mujeres tomando en consideración a su entorno, lo cual permite una sensación de empoderamiento y autorrealización, además de independencia económica y desarrollo humano. Briseño et al. (2016) definen a la emprendedora como a una persona frente a una oportunidad de negocio, con capacidad de asumir riesgos y quien posee características como confianza en sí misma, tolerancia al fracaso, iniciativa y pasión por la empresa. La mujer emprendedora es la encargada de elegir y organizar un proyecto empresarial que representa un equilibrio tanto en su realización personal como en su desarrollo profesional (Fernández, 2018).

De acuerdo con las definiciones anteriormente estudiadas, se puede inferir que el emprendimiento femenino son todos aquellos conocimientos, habilidades y actitudes con los que cuenta una mujer con la determinación de iniciar o continuar una empresa o negocio con la finalidad de lograr metas propuestas para conseguir con éxito, su autorrealización personal y profesional.

Briseño O. et al. (2016) llevaron a cabo un estudio cualitativo sobre emprendimiento femenino mediante un análisis multicaso. El objetivo fue identificar las



características de las empresas y de las emprendedoras, así como los obstáculos e impacto de su actividad empresarial. Se realizaron entrevistas semiestructuradas a tres microempresarias del Estado de Tamaulipas, México. Los resultados fueron los siguientes: - En términos de financiamiento, las mujeres de mayor edad consideran desfavorable recurrir a este tipo de recursos. En contraste, las emprendedoras más jóvenes han utilizado crédito bancario para invertir en sus negocios. – Respecto a la generación de mayores ingresos económicos, las participantes se vieron motivadas a emprender por una necesidad económica (factores de empuje). Reconocieron y aprovecharon la oportunidad de iniciar un negocio (factores de atracción), asumiendo un riesgo personal y económico, confiando en sus capacidades.

En otro ejemplo, Ormeño (2014) realizó un estudio cualitativo con el propósito de detectar capacidades emprendedoras como: motivación al logro, formulación de metas, creación de redes, exposición a riesgos y búsqueda de oportunidades, se entrevistaron a diez mujeres emprendedoras en Chile, quienes se presentaron a un concurso para conseguir financiamiento a través de un organismo estatal. Los resultados muestran que les interesa tanto generar autoempleo, como capacitar a otras mujeres y crear empleos, no presentan alta motivación al logro, ya que no se auto exigen éxito personal, consideran al emprendimiento como una oportunidad para aumentar sus ingresos sin descuidar a la familia y además, muestran una fuerte necesidad de afiliación, ya que, en la mayoría de los casos, no emprenden solas, entre otros aspectos.

Rivera, León y Ortega (2019), llevaron a cabo una investigación cuantitativa en la Ciudad de Acámbaro, Guanajuato, México, en donde se estudiaron 2472 unidades económicas encabezadas por mujeres, con el objetivo de identificar los factores que favorecen el desarrollo y emprendimiento de negocios y conocer si con ello, ha mejorado su calidad de vida desde la perspectiva de género. Los resultados obtenidos permiten observar que, las participantes buscaban aumentar el ingreso familiar y así mismo, encontraron independencia en el proceso; se pudo percibir que algunas emprendedoras sufren algún tipo de violencia por parte de sus parejas y/o hijos. Esta situación hace más visibles las desigualdades de género. Se determinó que a pesar de no tener un alto nivel

de estudios y que son mujeres con poco apoyo para estos, sus negocios tienen por lo menos un año en el mercado, y algunos más, cuentan con una larga trayectoria.

### **1.2.2. Antecedentes de investigaciones teóricas de la variable dependiente**

Las siguientes investigaciones demuestran la relación del emprendimiento (variable dependiente) con algunas variables independientes: Laeticia (2016) realizó un estudio a 30 jóvenes emprendedoras en la República Democrática del Congo, utilizando grupos focales y entrevistas. Se utilizó la estadística descriptiva para el análisis de datos en donde los resultados fueron: el 60% reportó que los hombres son más respetados en el comercio, un 66% señaló que las mujeres sufren discriminación en los negocios. El 50% respondió que su capital provenía de negocios anteriores. Un 16% informaron que las fuentes de capital eran las ganancias actuales, mientras que el 23% dijo que sus ingresos provenían de familiares y amigos y solo el 11% obtuvo algún financiamiento.

Otro estudio fue el elaborado por Fatoki (2014) en Polokwane y Mankweng en la provincia de Sudáfrica, donde se utilizó el muestreo intencional y los métodos de bola de nieve para investigar a diez mujeres menores de 35 años propietarias de nuevas microempresas. La recolección de datos fue a través de la aplicación de cuestionarios y la estadística descriptiva se utilizó para analizarlos. Los resultados indicaron que los factores más significativos fueron: contar con un empleo y mejorar sus ingresos, los cuales pueden ser considerados como factores de empuje.

Una muestra de 2118 empresarios en Vietnam, fueron investigados por Hung (2020); para la recolección de datos se utilizó un cuestionario con escala de Likert y para su análisis, el programa estadístico SPSS; como resultados se obtuvieron: el 21.5% de las empresarias obtenían menores ingresos, el 56.5% representó al mayor grado de miedo al fracaso al empezar operaciones, un 54.7% de los empresarios contaban con facilidades para iniciar una empresa, los jóvenes tenían mejor educación (el 53.3% asistía a la universidad) y el 46% de las mujeres consideraron no ser competentes como emprendedoras, demostrando con lo anterior que la brecha en cuanto al espíritu

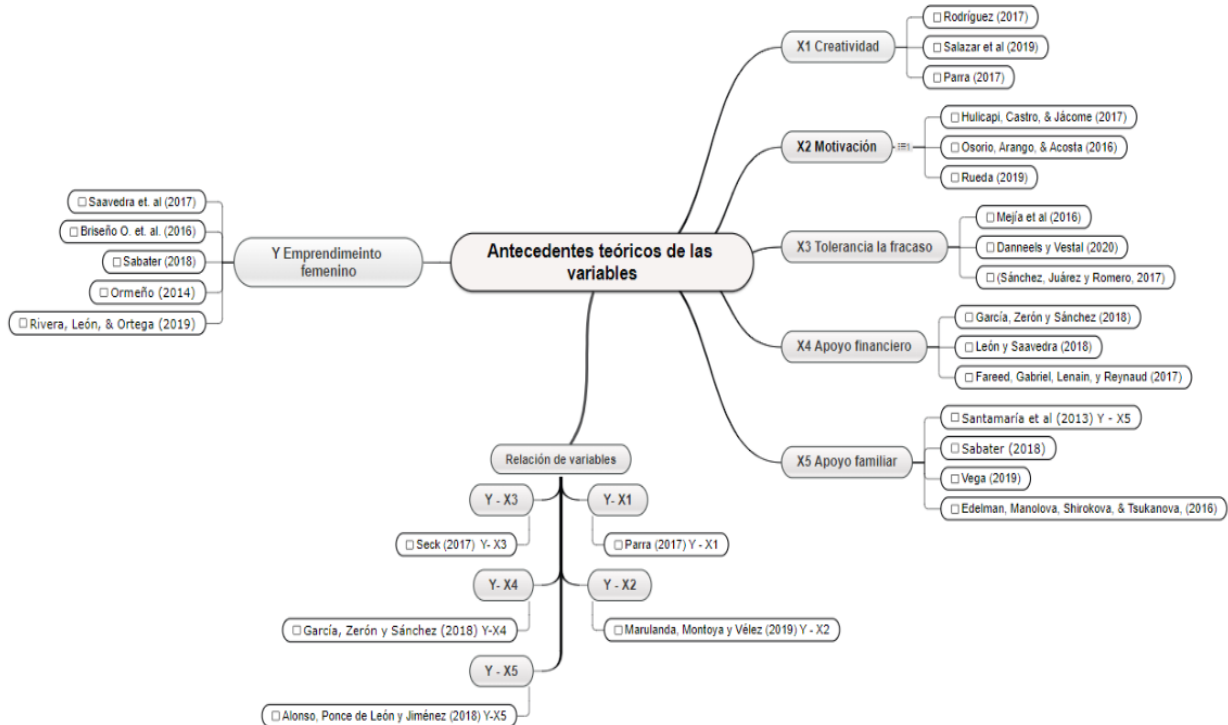
empresarial es grande en Vietnam, puesto que las mujeres cuentan con menos probabilidades de iniciar un nuevo negocio.

Con el objetivo de identificar factores que inciden el emprendimiento femenino, Sansores y Navarrete (2020) realizaron un estudio a 98 empresarias de Brasil, Colombia, Estados Unidos, Países Bajos, México y el Reino Unido. La investigación explicativa mediante un Análisis de Varianza (ANOVA) fue utilizada para analizar a las variables independientes que fueron: libertad económica, normas culturales, factores de desarrollo y política industrial. Se realizaron análisis de frecuencias y de varianza, mostrando que el 25% considera que sus ingresos son altos, un 50% identificó una oportunidad de negocio, el 35% emprendió por superación personal, y el 61% establece que el éxito personal, la autosuficiencia, la creatividad y la responsabilidad las ha estimulado a emprender.

### **1.2.3. Gráfica de los antecedentes teóricos**

En la gráfica 8 se muestra un esquema que representa algunas de las investigaciones aplicadas realizadas por diferentes autores en cuanto a la variable dependiente (emprendimiento femenino) y las independientes (creatividad, motivación, tolerancia al fracaso, apoyo financiero y apoyo familiar), así como estudios sobre la relación de ambos tipos de variables.

**Gráfica 6. Gráfica de los antecedentes teóricos.**



Fuente: Elaboración propia.

La opinión de algunos autores quienes coinciden en la relación estrecha entre el emprendimiento y varios factores, se encuentra representada en la gráfica 8, tal es el caso de: Parra (2017), quien señala que la generación de ideas innovadoras impulsa el éxito de las organizaciones, así como el apoyo en la solución de problemas sociales y medioambientales. Para Marulanda, Montoya y Vélez (2019) el reto es generar fuentes de empleo y riqueza de forma permanente, el emprendimiento es considerado un motor de desarrollo en donde las motivaciones y percepciones del individuo forman parte esencial del mismo.

Seck (2017) establece que la intención emprendedora es considerada como el factor más importante al iniciar un negocio en donde la persona quien confía en sus capacidades cuenta con un menor grado de miedo al fracaso porque lo visualizan como la mejor oportunidad de aprendizaje. Los factores económicos pueden garantizar la

apertura y mantenimiento de una empresa, puesto que quizá, de ellos dependa el éxito o fracaso de un negocio (García, Zerón y Sánchez, 2018). El espíritu empresarial puede ser aprendido y desarrollado en edad temprana por lo que la educación recibida en la familia puede sentar las bases de las competencias requeridas para iniciar un negocio (Alonso, Ponce de León y Jiménez, 2018).

### **1.3. Pregunta central de la investigación**

¿Cuáles son los factores que permiten impulsar el emprendimiento femenino de las jóvenes estudiantes de las universidades públicas localizadas en la ciudad de Guaymas, Sonora, México?

### **1.4. Objetivo general de la investigación**

Determinar los factores que permiten impulsar el emprendimiento femenino en las jóvenes estudiantes de las universidades públicas localizadas en la ciudad de Guaymas, Sonora, México.

#### **1.4.1 Procesos/objetivos metodológicos de la investigación**

1. Analizar los antecedentes de la problemática del emprendimiento femenino.
2. Revisar el Marco Teórico de las teorías e investigaciones de las variables independientes: creatividad, motivación, tolerancia al fracaso, apoyo financiero y apoyo familiar que tengan una incidencia en el emprendimiento femenino de las jóvenes universitarias.
3. Elaborar un instrumento para la medición de las variables.
4. Validar el instrumento y aplicarlo a la muestra representativa de la población seleccionada (las jóvenes universitarias).
5. Analizar los resultados estadísticos que muestren la aceptación o rechazo de las hipótesis.
6. Redactar las conclusiones, recomendaciones e investigación futura.

## **1.5. Hipótesis general de investigación**

Los factores que permiten impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias son: la creatividad, la motivación, la tolerancia al fracaso, el apoyo financiero y el apoyo familiar.

## **1.6. Metodología**

El presente estudio de investigación es de enfoque cuantitativo, es de tipo exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo. Es exploratorio porque es un tema poco estudiado en el contexto del estado de Sonora y a través de esta investigación se permitirá identificar factores importantes para un análisis más profundo. Es descriptivo porque se identificará de manera general el comportamiento de los factores estudiados, así como a las jóvenes universitarias de la localidad. También es correlacional porque se medirá el grado de relación que existe entre las variables independientes. Finalmente es explicativo, ya que se expondrá de qué forma ocurren las variables, en qué condiciones se dan, y como se encuentran relacionadas entre sí. (Hernández, Fernández y Baptista, 1998).

El diseño de la investigación es no experimental porque no se manipulará a las variables y transeccional o transversal porque se aplicará un solo instrumento a cada una de las participantes y en una única ocasión (Hernández, Fernández y Baptista, 1998). La población y sujetos de estudio son las jóvenes universitarias de Guaymas Sonora, México quienes son alumnas en alguna de las tres instituciones educativas públicas de la localidad. Se elaboró una encuesta con escala Likert de por lo menos seis preguntas para cada constructo, una vez que fue validada por expertos, se aplicó a las estudiantes previa su autorización y se utilizó como método estadístico, la regresión lineal múltiple para lograr identificar el impacto existente entre las variables tanto independientes como la dependiente. Para la manipulación y análisis de datos se utilizó el Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS).

## 1.7. Justificación de la investigación

**1) Justificación Teórica:** Las intenciones emprendedoras, como Krueger (1993) señala, son fundamentales para concebir el proceso de emprendimiento, así mismo, Pesántez, et al. (2018) argumentan, que tal como se establece en la *Theory of Planned Behavior* (TPB) de Ajzen (1991), el comportamiento del individuo se encuentra determinado por la intención de llevar a cabo una conducta, considerando tanto factores internos como externos de la propia la persona quien realiza la acción. En este sentido, la percepción emprendedora comprende los ejes económicos, sociales, culturales e institucionales y es en las universidades el lugar propicio para estudiar la intención emprendedora (Toledo, Montiel y Rodríguez, 2019).

Existen pocos datos de la posición de México en cuando al número de emprendedoras en comparación con las economías globales. Según investigaciones del GEDI (2015) y del MIWE (2019), México se sitúa en los lugares 41 y 44, respectivamente, lo que no es muy favorable. Además, hay escasez de estudios estadísticos por estados de la república. Esta investigación ofrece información actualizada sobre el número de posibles emprendedoras que se encuentran estudiando en alguna de las universidades públicas de la localidad de Guaymas, y dichos reportes pueden servir de ejemplo para crear base de datos, que se podrían utilizar como parte de estadísticas a nivel local, estatal, y nacional. Pero sobre todo se da una transmisión importante de conocimiento ya que se muestra toda la teoría consultada, y que, en algunos casos en específico, ha sido poco estudiada. Toda información teórica podrá servir de base para facilitar investigaciones en el mismo ámbito.

**2) Justificación Metodológica:** Se utilizó el método científico para realizar este proyecto de investigación, así mismo se propuso una metodología de investigación a través de la elaboración de una encuesta que fue adaptada y traducida de varios instrumentos validados con Alphas de Cronbach de más de 0.70 y con coeficiente de fiabilidad mayor a 0.50, por lo que podrá ser utilizada por otros investigadores.

Al ser un estudio de emprendimiento femenino, los datos obtenidos pudieran servir de base para la generación de nuevas variables, como, por ejemplo: entorno a la desigualdad de género, así mismo, el auge que ha tenido el emprendimiento en la actualidad, sobre todo por situaciones de carácter extraordinario, como es el caso de la pandemia por Coronavirus Disease (COVID19), ha generado la creación de varios negocios que han “salvado” de cierta forma la economía familiar, sin embargo, no se conoce con exactitud cuántos son y si son propiedad de jóvenes, adultos, hombres o mujeres, el presente estudio pudiera apoyar como base para el diseño de otro instrumento de medición con la finalidad de conocer dicha información y apoyar así nuevos estudios de investigación.

**3) Justificación práctica:** La Organización Internacional de la Juventud (OIJ, 2016) menciona que las instituciones educativas en proceso de incubación y aceleración representan el 63.8% del ecosistema del emprendimiento juvenil en México. En este mismo sentido, la educación en las universidades cobra mayor importancia puesto que en estas instituciones se puede fomentar la pasión emprendedora al desarrollar un papel importante en las intenciones y esfuerzo de los estudiantes por desarrollar una nueva empresa (Anjum et al., 2021).

Esta investigación podrá servir de base para el desarrollo de programas de emprendimiento en instituciones de educación superior, en donde las jóvenes universitarias podrían formarse académicamente en el área de emprendimiento, contando así con mejores herramientas para lograr éxito en tanto en sus estudios como en sus futuras empresas, de igual manera, este estudio, serviría como un diagnóstico para conocer de forma específica, los factores que impulsan el emprendimiento en jóvenes estudiantes, lo que podría ser útil para la creación o implementación de programas educativos, planes de estudios y modelos de esquemas. Así mismo con este estudio se podría contribuir a una posible mejora del perfil del estudiante empresario puesto que requieren de una formación óptima en materia de emprendimiento y con ello lograr iniciar sus propios negocios.



Las mujeres hoy en día representan el 48.5% de la fuerza laboral mundial, el género femenino en México, son el 51.7% de total de los habitantes y en cuanto a la población económicamente activa son el 39.5%, porcentaje casi equivalente a las mujeres ocupadas de 15 años y más en el estado de Sonora. A pesar de representar casi la mitad de los habitantes, no se conoce con exactitud el número de empresarias de ciertas localidades como la ciudad y Puerto de Guaymas, Sonora, México, el contar con información actualizada podría servir de ejemplo para la creación de estadísticas a nivel estado y nacionales, que, a su vez, podrían ser base para investigaciones futuras.

Una gran contribución en emprendimientos se da en jóvenes menores de 30 años. De acuerdo con la ASELA (2018) los principales motivos de la generación de emprendimientos femeninos son por causas distintas a los estímulos económicos, si bien, una mujer emprende para apoyar en la economía familiar, por lo regular lo hace pensando en contar con flexibilidad para poder tener tiempo y no descuidar el hogar o la familia. A través de este estudio se analizaron algunos de los motivos que tienen las jóvenes universitarias al emprender y con ello se podrían conocer las ventajas que podrían ser provechosas en la económica de la actualidad. Es importante enfocarse en fomentar el emprendimiento en el sector juvenil debido a sus características, que podrían estar directamente relacionadas con el crecimiento económico y la mejora del bien estar social.

Los resultados obtenidos en el presente estudio podrían presentarse ante el Gobierno del Estado con la finalidad de contribuir proporcionando un marco de referencia con el cual se puedan generar, desarrollar o fortalecer políticas dirigidas hacia el afianzamiento de los factores que impulsan el emprendimiento femenino, lo cual podría repercutir en un incremento en los ingresos individuales, locales, estatales, favoreciendo quizás, a una mejora en el equilibrio económico y comercial del país.

## **1.8. Delimitaciones del estudio**

**1) Demográficas:** El objeto del presente estudio son las tres universidades públicas mayormente importantes de la localidad de Guaymas, Sonora, México,

que son: el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), el Instituto Tecnológico de Guaymas (ITG) y la Universidad Tecnológica de Guaymas (UTG). El sujeto de estudio son las jóvenes de sexo femenino que se encuentran estudiando en dichas instituciones, con el propósito de que las participantes brinden testimonio fiel de su experiencia sobre el tema a estudiar y con ello poder obtener resultados mucho más precisos.

**2) Espaciales:** Esta investigación se desarrolló en la zona geográfica de Guaymas, Sonora México, ciudad localizada al sur del estado, con la finalidad de que el investigador pudiera acercarse a los sujetos de estudio.

**3) Temporales:** La presente investigación es transversal, se aplicaron instrumentos de medición en un solo lugar y en un momento único; por el tipo de estudio, no es necesario precisar el periodo de tiempo.

## 1.9 Matriz de Congruencia.

En la tabla 1 se esquematizan las características principales que conforman una investigación cuantitativa, como son: la pregunta de investigación, el objetivo, los principales autores de la teorías y estudios aplicados que dan rigor metodológico y forman el marco teórico, la hipótesis y las variables tanto independientes como la dependiente.

**Tabla 1. Matriz de Congruencia Metodológica**

<b>Pregunta de Investigación</b>	<b>Objetivo de Investigación</b>	<b>Marco Teórico</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variables</b>
¿Cuáles son los factores que permiten impulsar el emprendimiento femenino de las jóvenes estudiantes de las universidades públicas localizadas en la ciudad de Guaymas, Sonora, México?	Determinar los factores que ayudan a impulsar el emprendimiento femenino en las jóvenes estudiantes de las universidades públicas localizadas en la ciudad de Guaymas, Sonora, México.	Autores: -Alean, Del Rio, Simancas y Rodríguez (2017). -Araya y Pedreros (2013). -Bianchi, Parisi y Salvatore (2016). -Briseño, O., Briseño, A. y López-Lira (2016). -Casco (2016). -García, Zerón y Sánchez (2018). -Marulanda y Morales (2016). -Ormeño (2014). -Parra (2017). -Pesántez, Stadelhofer, Alava y Aguirre (2018). -Recalde, Villota y Flores (2017). -Rivera, León y Ortega (2019). -Rojas (2004). -Fernández (2018). -Saavedra et. al. (2017) -Zhu, Zhou, Lau y Welch (2020)	Los factores que permiten impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias son: la creatividad, la motivación, la tolerancia al fracaso, el apoyo financiero y el apoyo familiar.	X1 Creatividad X2 Motivación X3 Tolerancia al fracaso X4 Apoyo financiero X5 Apoyo familiar.  Y Emprendimiento femenino en jóvenes universitarias

Fuente: Elaboración propia.

En este capítulo se describieron los antecedentes del problema a investigar, que comprendieron: los hechos actuales, las causas y consecuencias, así como el mapa conceptual del bajo nivel de emprendimiento femenino. Se revisó el planteamiento teórico de los antecedentes del emprendimiento femenino con las variables independientes (creatividad, motivación, tolerancia al fracaso, apoyo financiero y apoyo familiar). Estas revisiones dieron origen a la pregunta central, el objetivo general y la hipótesis de investigación. Finalmente se presentaron la metodología a utilizar y la justificación de la investigación con las delimitaciones del estudio.

## **Capítulo 2. MARCO TEÓRICO**

En esta sección se presenta el componente teórico de la tesis, es decir, las teorías, definiciones y estudios o investigaciones aplicadas que fundamentan o dan sustento tanto a la variable dependiente (emprendimiento femenino) como a las variables independientes (X1 creatividad, X2 motivación, X3 tolerancia al fracaso, X4 apoyo financiero y X5 apoyo familiar), de igual manera se presentan las hipótesis operativas o específicas, el modelo gráfico de la hipótesis y el modelo de relaciones teóricas con las hipótesis.

El emprendimiento es un impulsor clave del desarrollo económico en muchos países, porque se considera una alternativa de inserción laboral que puede contribuir a la demanda de empleos, mejorar la productividad, fomentar la innovación, incrementar los ingresos y apoyar a la economía familiar, entre otros. En la actualidad las empresas en funcionamiento son en su mayoría micro, pequeñas o medianas, con menos de 100 empleados, originadas por oportunidades de mercado, innovaciones tecnológicas o cambios sociales y culturales (Ynzunza e Izar, 2021).

### **2.1 Marco Teórico de la variable dependiente (Y) emprendimiento femenino**

En el siguiente apartado se define a la variable dependiente: emprendimiento femenino, con base en la revisión de la literatura, esto es, teorías y definiciones en primer lugar y después los estudios de investigaciones aplicadas que relacionen al emprendimiento femenino con las variables dependientes: creatividad, motivación, tolerancia al fracaso, apoyo financiero y apoyo familiar.

#### **2.1.1 Teorías y definiciones**

##### **a) Teorías sobre el emprendimiento**

Desde el siglo pasado, ya existían estudios que mostraban la actitud empresarial en el comercio de bienes. Por ejemplo, los aportes teóricos de Richard Cantillon de 1755 explicaban la participación de una persona activa, sin temor al riesgo e incluso violenta, que compraba bienes y servicios para venderlos a un precio mayor (Thorton, 2020). Esta idea fue retomada en la Teoría del Valor del Trabajo propuesta por Adam Smith y David Ricardo de 1817, la cual menciona que el valor de una mercancía depende de la cantidad de trabajo necesario para su producción y no del precio pagado (Dobb, 2004).

Otras teorías que pueden fundamentar el emprendimiento son las que señalaron Guerra y Restrepo (2013) y que se agrupan de la siguiente manera:

a) Desde la visión de la psicología social, se considera que los empresarios o emprendedores poseen características distintas en comparación con otras personas.

b) Las que se centran en las condiciones del entorno cruciales para la creación de negocios, tales como la economía, la ubicación geográfica, el funcionamiento del mercado, el sistema educativo y la sociedad.

c) Un enfoque ecléctico que toma en cuenta tanto las características psicológicas como los factores del entorno.

Sung y Duarte (2015) propusieron otra clasificación, señalando que existe una base teórica para el fenómeno emprendedor desde cuatro enfoques que consideran distintas teorías clásicas, las cuales se explican a continuación:

a) Enfoque económico:

- **Teoría del beneficio del empresario** (Cantillon en 1755, Knight y Weber en 1921 establecieron que el empresario espera recibir un beneficio al final del proceso productivo a partir de asumir un riesgo inicial).
- **Teoría del cuarto factor de producción** (Say en 1840, Mill en 1848 y Marshall en 1890 coinciden en incorporar y combinar el factor de producción a los tres existentes que eran: tierra, trabajo y capital).

- **Teoría de desarrollo económico** (Schumpeter en 1934 propone que el emprendimiento surge por las acciones de una persona propiciando el desarrollo económico y la innovación en la creación de nuevas empresas o en algunas ya existentes).
- **Teoría de los costes de transacción** (para Coase en 1937 y Williamson en 1971, esta teoría se refiere a los costos asociados en los que un negocio incurre en lugar de utilizar sus propios recursos).

b) Enfoque psicológico:

- **Teoría del empresario de Kirzner:** (en 1979 Kirzner le concede valor al emprendedor de acuerdo con el aprovechamiento de las oportunidades gracias al estado de alerta según las percepciones individuales de cada persona).
- **Teoría de los rasgos de personalidad** (Lévesque et al. en 2002 y Djankov et al. en 2006 señalan diversos rasgos de personalidad característicos de los emprendedores, los cuales son indispensables para la creación de una empresa, cualidades como: tolerancia al riesgo, innovación, responsabilidad, independencia, autoconfianza, necesidad de logro, entre otros).

c) Enfoque socio-cultural y del entorno:

- **Teoría de la marginación** (Collins et al. en 1964 y Shapero en 1982 consideran a los factores externos, de preferencia no favorables que provoca el principio de la creación de una empresa).
- **Teoría del rol** (autores como Begley, Boyd, Berger, entre otros, en 1982-1987 establecen por qué en ciertas zonas geográficas se encuentra mayor cantidad de empresas que en otras, esto puede deberse a que ciertos emprendedores siguen o imitan modelos de roles empresariales de éxito).
- **Teoría de redes** (Birley en 1985 y Aldrich et al. en 1986 plantearon que las relaciones entre varios grupos proporcionan interconexiones y reacciones en

cadena, lo que provoca la circulación de información facilitando la creación y éxito de las empresas).

- **Teoría de la incubadora** (en 1990 señala la decisión de un emprendedor de continuar en la organización o institución de la que formó parte con el propósito de obtener asistencia necesaria para impulsar el nacimiento y desarrollo de una empresa).

d) Enfoque gerencial:

- **Teoría de la eficiencia-X de Leibenstein** (en 1966 Leibenstein analiza al emprendedor de acuerdo con el nivel de ineficiencia de los recursos dentro de la empresa, es decir, mide los fracasos con el fin que funcione como factor motivacional).
- **Teoría de *Intrapreneurship* o *Corporate Entrepreneurship*** (se basa en el concepto de un emprendedor dentro de una organización y en el proceso de renovación empresarial innovando en productos y tecnologías).

Los aportes teóricos anteriormente mencionados se relacionan con el emprendimiento debido a que puede ser estudiado de forma multidisciplinar a partir de los enfoques económico, psicológico, sociocultural, del entorno y gerencial. La Teoría de desarrollo económico de Shumpeter y La Teoría de los rasgos de personalidad de Lévesque et al. inciden en mayor medida con la variable dependiente en la presente investigación debido a que el emprendimiento será estudiado desde los enfoques económico y psicológico, esto es, la conexión de factores externos e internos del individuo.

## **b) Definiciones sobre emprendimiento**

Una vez analizadas las teorías, es necesario definir al emprendimiento. Para ello, se estudian las siguientes conceptualizaciones de varios autores: el economista francés



Jean-Baptiste Say en 1840, basándose en los aportes de Richard Cantillon de 1755, describió al emprendedor como un líder visionario que toma riesgos, evalúa proyectos y moviliza recursos desde áreas de bajo rendimiento hacia zonas de mayor productividad, además establece que el éxito no solo es importante para el individuo, sino también para toda la sociedad (Druker, 1997).

Otra definición desde el siglo XIX, propuesta por el economista Joseph Schumpeter en 1934, describe al emprendedor como una persona dinámica y excepcional, que impulsa innovaciones y es capaz de reformar o revolucionar los mercados debido a sus acciones como la creación de una invención, una posibilidad técnica no probada, la elaboración de un nuevo producto, proveer una nueva fuente de insumos, reorganizar una industria, entre otros (Formichella, 2004).

Para Kirzner en 1979 el emprendedor es quien tiene un beneficio por estar alerta antes que los demás a oportunidades que aparecen en situaciones inciertas o de desequilibrio, no está enfocado a los datos del mercado, sino a identificar donde encontrar esa información, adicionalmente reconoce a la competencia como un proceso (Castillo, 1999). De igual manera Carsson (1982), establece que el emprendimiento aparece como una cualidad personal que permite a determinados individuos tomar decisiones de gran alcance. Kent, Sexton y Vesper (1982) definen al emprendimiento como la creación de nuevas empresas comerciales creadas por individuos o grupos pequeños de personas, quienes asumirán el papel de agentes de cambio cultural en la sociedad iniciando el progreso industrial.

Gartner (1988), desde la perspectiva del comportamiento, define al emprendimiento como un proceso complejo en el que el emprendedor muestra una serie de rasgos y características de personalidad, como la necesidad de logro y dependencia, un gusto por el riesgo y un deseo de controlar su destino para crear organizaciones. Cunningham y Lischeron (1991), con un enfoque psicológico, describen al emprendimiento como un proceso empresarial reiterativo que enfatiza la autoevaluación, la planificación, la acción y la reevaluación. Además, señalan que las personas aceptan la responsabilidad de la empresa en donde asumen parte del riesgo y las recompensas de las mismas.

Según Foss K., Foss N. y Klein (2007) el espíritu empresarial se relaciona con la Teoría Económica definiendo al emprendimiento como un juicio de estimaciones de eventos futuros con resultados inciertos de capital en donde se enfrentan a imprevistos y a toma de decisiones. De los aportes teóricos mencionados, se puede inferir que el emprendimiento es un proceso que fomenta la generación de un cambio, sobre todo económico y quien lo lleva a cabo debe ser una persona con cualidades o capacidades de innovación, creatividad y sin temor al riesgo, entre otras.

Para Pfeilstetter (2011) el emprendedor es un sujeto social que mediante la construcción reflexiva, flexible y adecuada es capaz de enfrentar los desafíos de riesgo e incertidumbre del entorno de forma única y diferenciada para el logro de sus objetivos. Herrera, et al. (2015) definen al emprendedor en relación con una serie de cualidades como individuo creativo, persistente, innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, generador de empleo, transformador de recursos con actividades económicas, sociales, ambientales y políticas.

Sung y Duarte (2015) sugieren que el emprendedor se caracteriza por ser una persona innovadora y creativa, capaz de identificar oportunidades que otros no ven, con disposición de asumir riesgos e incluso el fracaso. Disfrutan de sus actividades empresariales y las encaran como un desafío. A la vez, Saavedra et al. (2017) definen al emprendedor como alguien innovador o generador de ideas, con la necesidad de crear

un ambiente que respalde esas iniciativas y definen al emprendimiento como todas aquellas cualidades creativas desarrolladas por un individuo o grupo de individuos, teniendo en cuenta el entorno que los rodea, lo que genera oportunidades laborales, empresariales y sociales que promueven el empoderamiento individual o grupal.

El emprendimiento es una decisión individual en donde se considera la percepción de las personas sobre sí mismos y sobre su entorno, experiencias, conocimiento y ambiente económico y social (García y Adame 2020). A su vez, Meyer y Krüger (2021) señalan que es el vehículo por el cual el sector económico es incluido, por lo que se apoya al crecimiento económico tanto familiar como social y por ende se logra una independencia financiera.

### **c) Definiciones sobre emprendimiento femenino**

En la actualidad, existen varias definiciones sobre el emprendimiento femenino, destacando las siguientes: Mahrous (2019) define al espíritu emprendedor femenino como la capacidad de las mujeres para organizar todas las actividades relacionadas con la producción de bienes o servicios sin temor a asumir riesgos. Así mismo, Contreras et al. (2020) sostienen que se refiere a actividades comerciales o de servicios desarrolladas por mujeres en sus comunidades con el objetivo de obtener o aumentar sus ingresos a través de la creación de pequeñas empresas, en las que a menudo actúan como fabricantes o comerciantes.

Para los autores Martín, Fernández y De La Riva (2021), el emprendimiento femenino es un motor precursor de la economía internacional que comprende factores determinantes como los estructurales y sociales (relativos a la empresa), los cognitivos y emocionales (aspectos personales) y los impulsores y bloqueadores (ventajas y desventajas). Buñay y Ordoñez (2022) señalan que el emprendimiento femenino ha sido pilar para el empoderamiento y superación personal y profesional de las mujeres intentando romper estereotipos marcados por la sociedad, generando con ello mayores oportunidades para ellas.

Orihuela (2022) define al emprendimiento femenino como la decisión de una mujer de realizar una actividad económica que le permita obtener recursos monetarios, logrando así una independencia económica tanto individual como familiar. Estas mujeres son consideradas personas calificadas, con comportamiento innovador e inclusivo, perseverantes, sin temor a asumir riesgos financieros y de mercado, entre otras. De acuerdo con Farroñán, et al. (2023) el emprendimiento femenino representa una opción atractiva para las mujeres que visualicen la creación de una empresa con el objetivo de lograr ser dueñas de su destino profesional y alcanzar con ello el éxito profesional que repercute en su libertad financiera.

De las diversas definiciones analizadas sobre emprendimiento femenino, en el presente estudio se tomaron en cuenta los conceptos clásicos de Gartner (1988), Sung y Duarte (2015) y Saavedra et al. (2017) y recientemente Buñay y Ordoñez (2022) y Farroñán, et al. (2023), donde se puede deducir que el emprendimiento femenino son todas aquellas actividades llevadas a cabo por una mujer o grupo de mujeres con características como innovación, creatividad y aprovechamiento de oportunidades, sin tener temor al riesgo o fracaso que les sirven de motivación para desempeñar actividades empresariales, las cuales llevan a cabo como juegos de azar con resultados inciertos con la finalidad de generar ingresos que impulsan su auto realización y empoderamiento.

### **2.1.2 Investigaciones aplicadas sobre la variable Y emprendimiento femenino.**

Khan (2015) señala que la creatividad y la innovación se encuentran interrelacionadas y contribuyen al emprendimiento, para ello realizó una investigación en Pakistán a 200 empresarias con el objetivo de detectar problemas de gestión en negocios formados por mujeres. Los resultados muestran que el 32.0% de ellas estaban convencidas de la importancia de la innovación y la creatividad en los negocios, el 18.0% ya estaba implementando esta idea, el 38.0% estaban seguras de abordar el tema en proyectos futuros y solamente el 12.0% no creyó conveniente poder utilizarlo por las limitaciones de recursos y la naturaleza de su negocio.

Por su parte, Bianchi, Parisi y Salvatore (2016) realizaron un estudio a 754 emprendedoras en Italia, con el objetivo de determinar si existe correlación entre limitaciones y motivaciones e intenciones de las mujeres para emprender. Se obtuvo que: dos tercios de las participantes se encontraban motivadas positivamente y satisfechas con la elección de iniciar su negocio; así mismo, se demostró que los factores principales que influyen en las mujeres al emprender son: las limitaciones-oportunidades y las motivaciones, habilidades y satisfacción al disfrutar una ocupación por elección propia.

En otro estudio realizado por Tsai, Chang, & Peng (2016) se analizaron los datos encuestados por el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), en Taiwán y China; las muestras estudiadas fueron 1563 y 2220 respectivamente. Algunos resultados obtenidos fueron: la capacidad de creación de una empresa tuvo un efecto positivo en la intención emprendedora ( $\beta_T = 1.29$ ,  $p < 0.01$ ;  $\beta_C = 1.26$ ,  $p < 0.01$ ), así como, la capacidad afectó positivamente a la oportunidad de creación de un negocio ( $\beta_T = 0.60$ ,  $p < 0.01$ ;  $\beta_C = 1.12$ ,  $p < 0.01$ ), sin embargo, el miedo al fracaso no tuvo influencia significativa en la intención de emprendimiento en ninguno de las dos submuestras ( $\beta_m = -0.03$ ,  $p > 0.05$ ;  $\beta_f = -0.13$ ,  $p > 0.05$ ).

En México, una investigación realizada por Fareed, et al. (2017) en 251 municipios reveló que la inclusión financiera no se relaciona positivamente con el espíritu empresarial de las mujeres ( $\beta_T = -0.64$   $p = 0.59$ ), lo cual podría limitar sus oportunidades económicas. Solo el 35% de las mujeres ha recurrido a un préstamo para iniciar, expandir o continuar con un negocio, logrando resultados mayoritariamente positivos. Así mismo, el estudio muestra que las mujeres son más propensas a incurrir en la informalidad (63.0%) que los hombres (37.0%).

En otra investigación se analizaron los factores que influyen en la apertura de negocios en México, utilizando una muestra de las 32 entidades del país. Se emplearon técnicas estadísticas como el análisis de componentes principales y por conglomerados y la regresión múltiple. Los resultados, a través del coeficiente de determinación ajustado del modelo ( $R^2 = 0.946$ ) indican que la generación de emprendimiento se explica

aproximadamente en un 94.6%, se obtuvo también una prueba F significativa de 164.457 (p valor .000). Estos hallazgos confirman que los factores del entorno tienen un impacto positivo en la creación de nuevos negocios (García, Zerón y Sánchez, 2018).

Guerrero y Marneou (2020) realizaron un estudio de tipo descriptivo con una muestra de 2,000 adultos, a quienes se les aplicó un cuestionario sobre emprendimiento femenino en Brasil, Colombia, Estados Unidos, Países Bajos, México y el Reino Unido. Para la medición de los datos se utilizó ANOVA. Los principales hallazgos determinan que el 88% de las brasileñas encuestadas consideran que no cuentan con fondos para iniciar sus negocios, el 63% de las colombianas reconoce que los programas de fomento al emprendimiento no funcionan, con un 54% en Estados Unidos y un 67% en Países Bajos, las emprendedoras señalan que existe una adecuada libertad económica.

En otra investigación de enfoque cuantitativo realizada en Perú por Durand (2021), se aplicó una encuesta a 216 emprendedoras de Micro y Pequeñas Empresas (MYPES). Para el análisis estadístico se emplearon tablas de frecuencia y porcentajes. Los resultados demostraron una relación positiva y estadísticamente significativa entre la variable gestión de la innovación y el emprendimiento femenino, con un nivel de significancia es de ( $,000$ ). Así mismo, se encontró una relación entre los factores psicosociales ( $,003$ ), económicos ( $,000$ ) y familiares ( $,002$ ) con la gestión de la innovación.

Ruiz, Sánchez y Ulloa (2022) analizaron datos con enfoque cualitativo y cuantitativo en donde se aplicó una entrevista semiestructurada a 40 emprendedoras y un cuestionario a otras 102 empresarias en Colombia, siendo los principales resultados, los siguientes: el 33% de las iniciativas de negocio surgió con el propósito de auto emplearse, el 56% de las participantes señala que la obtención de recursos para llevar a cabo el emprendimiento provienen de ahorros personales, el 55,8% de las empresas ha logrado permanecer en el mercado por más de cinco años y un 42% de las empresarias destina más de la mitad de sus ingresos en su empresa para el sustento familiar.

En otra investigación en Colombia, con la finalidad de conocer las características de la personalidad que influyen en el emprendimiento en mujeres entre los 20 y 40 años de edad, se siguió un enfoque cuantitativo, de tipo no experimental y transaccional descriptivo, se utilizó un cuestionario orientado a identificar los factores humanos de las 23 mujeres que participaron en el estudio. Los principales resultados que se obtuvieron fueron: el 74% de las mujeres encuestadas señalan que su negocio es novedoso y creativo y el 48% sugiere tener tolerancia al fracaso. Se concluyó que las emprendedoras son independientes, objetivas, estables y adaptadas en la mayoría de los casos analizados (Borrero 2023).

Se puede deducir, considerando a los autores anteriormente mencionados, que el emprendimiento está estrechamente relacionado con la creatividad de manera que un comportamiento positivo y la generación de ideas innovadoras aumentan significativamente la probabilidad de emprender. Así mismo, el apoyo financiero, ya sea de una institución, recursos propios o familiares, es un factor determinante en la intención de emprender, a tal grado que la falta de recursos económicos adecuados puede propiciar que se incurra en la informalidad del negocio. A su vez, el apoyo familiar y los rasgos de personalidad son cruciales, ya que influyen directamente en el bienestar emocional del emprendedor y pueden facilitar la toma de decisiones en el negocio.

## **2.2 Marco Teórico y Estudios de investigaciones aplicadas de las variables independientes**

Es preciso tomar en cuenta factores sociales, económicos y estructurales al emprender, puesto que no sería eficiente el considerar únicamente cualidades y comportamientos de los empresarios en forma individual (Nuez y Górriz, 2008). Como ya se había propuesto en el Modelo de Shapero y Sokol (1982) se consideran tres fases:

a) Fase previa, donde intervienen factores personales, positivos y negativos que predisponen al emprendedor a iniciar su negocio.

b) De deseo, aspectos como la formación, familia, cultura y amistades del empresario.

c) De acción, cuando finalmente el individuo crea su empresa, intervienen en esta fase los recursos financieros, humanos y tecnológicos.

A su vez, la Teoría de Riesgo de Knight (1921) denota el alto riesgo que asumen los empresarios al iniciar su empresa y la Teoría del Comportamiento Planeado de Ajzen (1991) explica los indicadores de los obstáculos a vencer por medio de la intención y el control conductual para lograr los objetivos planteados. Por otra parte, en el Modelo Empresarial de Gibb (1993) se considera que una empresa es el resultado de la interacción de uno o varios individuos y las condiciones que los rodean, se proponen cuatro variables en esta teoría que son: motivación y determinación, idea y mercado, habilidades y, por último, la variable de recursos. Otro modelo analizado es el del Proceso Empresarial de Timmons (2004) en donde se señala que son tres los factores claves que influyen en la creación de una empresa: oportunidad (surge de la creatividad), recursos (no es necesario contar con todos los factores económicos para tener éxito en la empresa) y equipos (la motivación, el compromiso y la determinación en conjunto).

Para efectos de esta investigación y con el propósito de esbozar los elementos que fundamenten la incorporación de las variables independientes, se consideraron los siguientes modelos: Timmons (2004) en cuanto a creatividad, Gibb (1993) motivación, Ajzen (1991) el control conductual para superar los riesgos que se mencionan en la teoría de Knight (1921) logrando una tolerancia al fracaso, y el modelo de Shapero y Sokol (1982) que analiza a la familia y los recursos financieros. Tomando en cuenta lo anteriormente mencionado, las características o factores de dichas variables independientes que se evalúan son:

### **2.2.1 Variable independiente X1. Creatividad**

#### **a) *Teorías y Definiciones***

Desde la Teoría del Desarrollo Cognitivo de Piaget de 1947, se explicaba que la inteligencia está asociada al pensamiento y se desarrolla mediante la asimilación del



entorno (Rojas, 2004). De manera similar, la Teoría Humanista de Maslow en 1962 menciona un poder creativo que surge en cualquier situación, puesto que, a lo largo de su vida, un individuo enfrenta y supera obstáculos con el objetivo de satisfacer sus necesidades (Baños, 1999). En cuanto a la Teoría del Aprendizaje Significativo de Ausubel de 1963 se establece que una persona puede realizar aportaciones de calidad y originalidad en áreas como la ciencia, el arte y política, entre otras. La Teoría del aprendizaje por Descubrimiento de Bruner de 1963, menciona al factor sorpresa en la vida de un individuo, esto es, se enfrenta a eventos con motivos desconocidos.

En la Teoría de la creatividad, Torrance en 1965 la definió como un proceso mediante el cual un individuo encuentra deficiencias o lagunas en alguna situación conocida, lo cual lo impulsa a buscar soluciones que pueden ser hipótesis o suposiciones y al comprobar dichos resultados, hace uso de ideas originales. (Esquivias 2004). Uno de los autores contemporáneos es Gardner (1995), quien en la Teoría de las Mentes Creativas establece que existe un triángulo creativo entre el individuo que genera el pensamiento, las actividades que realiza y las personas que validan la obra creada, se menciona también varios tipos de creatividad cada uno alineado con la inteligencia o disciplina en la que se desarrolla la idea, señalando que la creatividad no es solo la idea concebida, sino un proceso complejo.

La Teoría del Desarrollo Cognitivo de Piaget, la Teoría Humanista de Maslow y la Teoría del Aprendizaje por Descubrimiento de Bruner se consideraron para la forma en que se estudió la creatividad en esta investigación puesto que integran los conceptos de inteligencia para superar obstáculos y el desconocimiento de los resultados de las acciones realizadas.

En relación con el concepto de creatividad, Ko y Butler (2007) señalaron que la creatividad puede ser un elemento importante para la intención o comportamiento empresarial, puesto que se identifica con las oportunidades que tiene una persona con ideas activas para generación y resolución de problemas. Solomon, et al. (2008) sugieren que la creatividad es un atributo generador de nuevas ideas que es parte fundamental

del proceso emprendedor, o una cualidad del comportamiento hacia el emprendimiento. Murcia (2011) señala que creatividad es la capacidad de generar nuevas iniciativas de acción que permitan la implementación de productos y servicios de acuerdo a la demanda o necesidades del mercado.

Algunos autores contemporáneos como Rodríguez (2017) definen a la creatividad como una cualidad inherente a la persona, que implica pensamientos que ayudan al individuo a encontrar, comprender y resolver problemas, logrando resultados novedosos y originales. Parra (2017) establece que la creatividad es un proceso mediante el cual, la curiosidad, el deseo de lograr algo y la actitud de asumir riesgos conducen a nuevos conocimientos. A su vez, Milohnić y Madžar (2017) consideran a la creatividad como un elemento esencial e importante para superar los desafíos y obstáculos en la concepción, desarrollo e implementación de una empresa.

Rahim, et al. (2018) señalan que en la Teoría del Empresario Innovador de Shumpeter se describe un proceso denominado “destrucción creativa”, donde la generación de nuevos productos o servicios interrumpen las actividades de los negocios antiguos y cuanto más creativa es una persona, mayor es la probabilidad que este cambio económico ocurra a través del emprendimiento. Coinciden Salazar, et al. (2019) cuando argumentan que la creatividad es la realización de nuevas ideas, considerando tanto a la originalidad como a la eficacia.

La creatividad es vista como un proceso dinámico y como motor de desarrollo personal, donde un individuo con ciertas características crea algo nuevo u original para resolver una situación problema (Zurita, 2019). La actividad creativa también puede ser descrita como un proceso de aprendizaje perceptivo, cognitivo o motor, donde el individuo actúa como su propio profesor y alumno (Koestler, 2020). Autores contemporáneos como Gallardo, Vergel, y Dávila, (2021) sostienen que la creatividad surge de un pensamiento estimulado por imágenes y sensaciones externas, lo cual genera ideas novedosas en cualquier contexto. Este tipo de pensamiento permite resolver problemas de forma no convencional, utilizando rutas alternativas que escapan de las ideas preconcebidas.

Rodrigo I., Rodrigo L. y Pérez (2022) conciben a la creatividad como una capacidad que posee cualquier individuo que puede ser desarrollada con entrenamiento, por lo que es necesario que exista un ambiente educativo y cultural adecuado, que se les permita asumir riesgos, decidir los temas a trabajar, visualizar a los errores o fracasos como áreas de mejora y para generar nuevas ideas, entre otros. Así mismo, Borrero (2023) establece que la creatividad comprende la capacidad que presenta un individuo para lograr que un producto creado por el mismo se considere como original, novedoso y con valor para la sociedad.

Una vez analizados los conceptos anteriores, se puede concluir que la creatividad es una cualidad atribuida al comportamiento, curiosidad o intuición de una persona, la cual le es de utilidad para la generación de nuevas ideas con el fin de dar solución a algún problema o crear algún producto de forma original o diferente (Amabile, 1996; Rodríguez, 2017; Parra, 2017; Salazar, et al., 2019 y Borrero 2023).

#### **b) *Investigaciones Aplicadas de la variable independiente X1 Creatividad***

Con el objetivo de conocer la relación entre el comportamiento creativo entre hombres y mujeres en el ambiente empresarial, Dimitriadis, et al. (2017) realizaron un estudio a 180 pequeñas y medianas empresas de la región Norte de Grecia, a quienes se les aplicó un cuestionario y en donde las hipótesis fueron evaluadas utilizando análisis de varianza (ANOVA), de correlación y de regresión. Se obtuvo como resultado que el comportamiento creativo afecta de forma positiva a la empresa (Beta= 0.757 y sig.= 0,000<0,05) y en cuanto al género se demostró, también de forma positiva, que las mujeres son mayormente creativas que los hombres en el ámbito empresarial (3,28 F=15,004 sig.= 0,001).

Un ejemplo de la relación entre actitud, creatividad y emprendimiento se llevó a cabo por Barrera (2017) quien realizó una investigación con diseño ex post facto-descriptivo a 408 universitarios en España, quienes respondieron a una encuesta. Para el análisis de datos se utilizó SPSS (versión 24). Los resultados mostraron que las

personas con un familiar emprendedor tienen una mayor actitud hacia el emprendimiento particularmente en términos de creatividad, con una puntuación de 40,98, en comparación con aquellos que tienen un familiar cercano en el mundo del emprendimiento 40,73. Así mismo, los estudiantes se perciben a sí mismos como altamente creativos, con una puntuación media de 40,33 (en una escala de 10 a 50 puntos) y una desviación típica de 4,890.

Biraglia y Kadile (2017) realizaron un estudio para investigar la relación entre cualidades personales y su influencia en la intención de la creación de nuevas empresas. Utilizando un cuestionario, examinaron a 226 empresas dedicadas a la producción de cerveza artesanal y quienes pertenecen a la Asociación Americana de Cerveceros en los Estados Unidos. Para el análisis de datos, emplearon el modelo de ecuaciones estructurales (SEM) en EQS. Los resultados indicaron que existe una relación positiva entre la creatividad con las intenciones de emprender un nuevo negocio ( $\beta = .248$ ,  $t(211) = 3.72$ ,  $p < .000$ ).

Hu, et al. (2018) evaluaron la relación entre personalidad, creatividad e intención emprendedora de 735 alumnos de licenciatura de 26 universidades en China, utilizando una encuesta semiestructurada. Para el análisis de resultados, se empleó el coeficiente de correlación de Pearson y el programa analítico SPSS versión 22. Los hallazgos confirmaron una relación positiva entre la creatividad y la habilidad de identificar nuevas oportunidades en el emprendimiento ( $\Delta\chi^2 = 1.201$ ,  $\Delta df = 2$  RMESA = 0.065, GFI = 0.91, CFI = 0.922, TLI = 0.91).

De Vasconcellos, Garrido y Parente (2019) llevaron a cabo una investigación que involucró a 77 empresas del sector del cine y la producción de videos en Brasil, con el fin de examinar el papel de la creatividad en el desarrollo de negocios internacionales con implicaciones para la innovación y el emprendimiento. Utilizaron un cuestionario y para el análisis de datos aplicaron el método de regresión OLS. Los resultados revelaron una relación directa y significativa entre la creatividad organizacional y la competencia de los negocios internacionales ( $\beta_{OCR} = 0.229$ ,  $p < 0.05$ ).

Gallardo, Vergel y Dávila (2021), analizaron datos en Colombia. Los participantes fueron cinco docentes junto con sus estudiantes, a quienes se les realizó una entrevista semiestructurada, se trabajó con grupos focales y se les aplicó un cuestionario. La investigación fue de enfoques cualitativo y cuantitativo con diseño cuasi experimental. Los datos obtenidos son los siguientes: los estudiantes de administración de empresas asocian la creatividad con la imaginación y el emprendimiento, los alumnos de contaduría pública perciben al emprendimiento como una oportunidad y los estudiantes de comercio internacional consideran a la creatividad como la intuición y fuente de inspiración mientras que el emprendimiento es el esfuerzo personal para la creación de empresas.

Velasco (2022) llevó a cabo una investigación de naturaleza cuantitativa de diseño no experimental-transversal, exploratorio y correlacional en México, con el propósito de examinar el valor de la creatividad y la innovación en 392 microempresas, Se aplicó una encuesta como instrumento para recopilar datos. Los resultados principales revelaron una asociación positiva entre las variables de creatividad, innovación y supervivencia. El análisis de los datos utilizando el paquete estadístico SPSS mostró correlación de Kendal fue de 0.435 y 0.372, lo que indica que las pequeñas empresas que fomentan la creatividad y la innovación tienden a atraer más clientes, lo que contribuye a su supervivencia.

Shaheen (2023) analizó datos de 155 emprendedores en Jordán, para ello, se utilizó el método de muestreo por conveniencia, y el cuestionario como instrumento de medición, así mismo, se hizo uso de regresión lineal simple y regresión jerárquica para medir las hipótesis y se obtuvo como resultado principal: el valor de la R cuadrada del modelo fue de 0.48, lo que indica que el 48% de la variable de comportamiento emprendedor es explicada por la variable creatividad, por lo que la hipótesis resulta positiva y estadísticamente significativa.

En una investigación llevada a cabo por Durnali, Orakci y Khalili (2023) se utilizó un modelo de ecuación estructural descriptivo-correlacional, en donde, por medio de la encuesta como instrumento de medición, se analizaron los datos 412 candidatos a

maestros en Turquía. Se hizo uso del paquete estadístico SPSS, los coeficientes de regresión estandarizados de AMOS y los índices de bondad de ajuste para el modelo de ruta. Uno de los principales hallazgos muestra que el pensamiento creativo predijo positivamente el emprendimiento ya que hubo una correlación positiva y estadísticamente significativa ( $r = 0,42$ ;  $p < 0,01$ ).

Finalmente, considerando tanto las teorías como las investigaciones aplicadas fue importante en la presente investigación, estudiar la correspondencia entre la variable creatividad y el emprendimiento porque, tal como lo señala Parra (2017), Gallardo, Vergel y Dávila (2021) y Durnali, Orakci y Khalili (2023), ambas variables se relacionan con ideas innovadoras y originales aplicadas a los productos, servicios o procesos, lo cual repercute en la solución de problemas que, en la mayoría de los casos, conducen al éxito en los negocios.

## **2.2.2 Variable independiente X2. Motivación**

### ***a) Teorías y Definiciones***

Una de las principales teorías clásicas es la Teoría de Motivación Humana de Maslow (1943), la cual presenta una estructura piramidal que organiza cinco categorías de necesidades en orden jerárquico. Entre estas se encuentran las fisiológicas, de seguridad, sociales (afiliación) y autoestima (reconocimiento), siendo de orden primario. Una vez que estas necesidades son satisfechas, el individuo experimenta motivación y puede progresar hacia el nivel superior, que es la autorrealización.

Así mismo, Naranjo (2009) indica que la Teoría de las Necesidades de McClelland de 1947 considera que las necesidades de logro, de afiliación y de poder son factores que influyen en la motivación y el desempeño de un individuo en ciertos trabajos o tareas. La Teoría de las Expectativas de Vroom de 1964 sugiere que existen factores motivacionales como la expectativa (el esfuerzo genera resultados), la instrumentalidad (cada persona desempeña un papel importante) y el valor (la recompensa por alcanzar

una meta) y en la Teoría de Equidad de Adams de 2005 se destaca la comparación de recompensas obtenidas por una persona con respecto a otra, lo que puede ser un factor motivacional para continuar con sus tareas.

La Teoría de Empuje y Atracción de Kirkwood propuesta en 2009, es la más comúnmente utilizada cuando se refiere al emprendimiento, según este aporte teórico, los factores de empuje, también denominados factores negativos, son los motivos que impulsan a las personas a iniciar sus propios negocios, generalmente por necesidad más que por un deseo personal (Nguyen, et al. 2020). Los cinco aportes teóricos, especialmente la Teoría de Empuje y Atracción de Kirkwood respaldan el análisis de la variable de motivación en este estudio, debido a que se tomaron en cuenta los factores que influyen en las decisiones de una persona al emprender.

En cuanto a las definiciones sobre motivación desde las clásicas hasta las actuales, se presentan las siguientes: Según Veciana (2005), fueron Collins y Moore en 1964 los primeros en considerar a la motivación como un anhelo y una necesidad de independencia. En la Teoría de Desarrollo Empresarial de Shapero (1985) se plantea que la motivación surge como una reacción a situaciones desestabilizadoras que las personas enfrentan debido a diversas circunstancias de la vida real. Coincide Naranjo (2009), cuando señala que la motivación es un elemento muy importante que dirige las acciones y los objetivos o metas que tiene un individuo durante su vida y en diferentes aspectos como el educativo, laboral, entre otros.

Carsrud y Brannback (2011) consideran que los motivos son mecanismos trascendentales en la vida de una persona, pueden ser estímulos o impulsos capaces de modificar o transformar una intención en actividades reales. Mohsan et al. (2011) establecen que motivación se deriva del latín “movere” que significa moverse; en el área laboral, es el factor que permite a los empleados cubrir la necesidad psicológica de sentirse apreciados por sus esfuerzos con la finalidad de ser recompensados o reconocidos, lo que incrementa el impulso profesional, mejorando su eficiencia y responsabilidad hacia el trabajo.

La motivación es un proceso en el que interactúan factores como la intensidad, la energía, la dirección y la persistencia de una persona para alcanzar una meta. Esto implica una dimensión de esfuerzo que mide cuánto tiempo se puede dedicar a una tarea para lograr un objetivo (Robbins y Judge, 2013). Según Marulanda y Moreno (2016), la motivación es la fuerza que impulsa al individuo a superar problemas relacionados con competencias y recursos. Por esta razón, el término motivación para emprender es crucial y abarca desde aspectos económicos hasta los personales, sociales y culturales, tal como se describe en las teorías de comportamiento humano.

Stover, et al. (2017) sustentan que solamente un área es motivacional si estudia la energía creada debido a una necesidad y los estímulos internos y externos orientados para que dicha necesidad sea satisfecha. A su vez, Hucalpi, Castro y Jácome (2017) establecen que motivación se deriva del latín “motus” o “motio” que significan movido y movimiento respectivamente, por lo tanto, definen a la motivación como el comportamiento de una persona hacia determinado medio de satisfacer una necesidad, es decir, es el impulso que dirige y mantiene el comportamiento hasta conseguir la realización de una meta u objetivo deseado.

De acuerdo con Herdjiono, et al. (2017) la motivación es un impulso hacia el esfuerzo necesario para lograr cuatro elementos al emprender: obtención de ganancias, libertad, satisfacción personal e independencia. Esto permite aprovechar la oportunidad de maximizar beneficios y evitar la dependencia de otros. Adelawe, et al. (2019) afirman que la motivación es el factor que estimula el interés de una persona para realizar una actividad. Se trata de la tenacidad o la preocupación por iniciar una tarea, donde el esfuerzo, las metas y las necesidades están interrelacionados.

Prayetno y Ali (2020) sugieren que la motivación es un impulso para el comportamiento de una persona, es decir, es un proceso que intenta influir a un individuo o grupo de individuos para realizar un trabajo deseable de acuerdo con objetivos específicos. A su vez, Amorós, Cristi y Naudé (2021) sostienen que la motivación en el emprendimiento, ya sea por necesidad o por oportunidad, es resultado del bienestar del



individuo y sus aspiraciones. Estos factores influyen en el desempeño empresarial, lo cual se refleja en las ganancias y el crecimiento macroeconómico.

En la actualidad, Kumar et al. (2022) afirman que la motivación es un valor social que destaca la excelencia en la ejecución de acciones, a través de las cuales se alcanza la realización personal. De forma similar, Sánchez, Caraveo y Díaz (2023) coinciden en que la motivación es intrínseca a la psicología de un individuo y está relacionada con el nivel de compromiso que se asigna a un objetivo, sirviendo, así como una guía para alcanzar sus metas.

En conclusión, la motivación puede ser definida como el estímulo, fuerza o impulso provocado por un conjunto de factores internos y/o externos en la vida de una persona influyendo de forma importante en el comportamiento y acciones a realizar para el logro de los objetivos o metas propuestos, alcanzando satisfacción personal e independencia (Marulanda y Moreno, 2016; Herdjiono, et al., 2017; Sánchez, Caraveo y Díaz 2023).

#### **b) Investigaciones Aplicadas la variable independiente X2 Motivación**

Con el propósito de examinar los efectos de varios factores, entre ellos la motivación, se encontraron varias investigaciones aplicadas: García, et al. (2017) realizaron un estudio para determinar aspectos culturales y el rol de la motivación en el proceso de emprendimiento en las Islas Canarias en España. Se analizaron datos de 1457 estudiantes universitarios que participaron en el proyecto *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*. Se hizo uso de la técnica de Partial Least Squares (PLS) y como principal resultado se obtuvo que la motivación tiene un impacto positivo en la intención hacia el emprendimiento ( $\beta = .113$ ,  $p < .05$ ).

Herdjiono, et al. (2017), estudiaron la intención de emprender un nuevo negocio en una muestra de 382 alumnos de diferentes universidades en Merauke, Indonesia, a quienes se les aplicó un cuestionario. Para la medición de datos se utilizó un análisis de

regresión lineal múltiple con el paquete estadístico SPSS. Los resultados probaron que la motivación tiene una relación directa y significativa con la intención de emprender (Coefficient=0,153, T= 9,992, Sig= 0,000).

En otro estudio realizado por García, Zerón y Sánchez (2019), se aplicó un cuestionario a 252 directivos de empresas de reciente creación en cuatro ciudades del norte de México. El objetivo fue determinar el impacto de los enfoques conductuales y gerenciales del emprendimiento en el éxito del negocio. Se utilizó un muestreo probabilístico y ecuaciones estructurales mediante los programas estadísticos SPSS y AMOS 21. Los resultados mostraron que, según el enfoque conductual, los rasgos personales y la motivación tienen un impacto positivo y significativo en el éxito del emprendedor con un parámetro de solución estandarizada de 0.235 C. R = 2.884 P=.004.

En la Republica de Armenia, Keshishyan y Boghosian (2020) investigaron a 55 emprendedores de nueva creación para examinar el estado del ecosistema empresarial. Los participantes respondieron a una encuesta y los datos se analizaron utilizando la metodología de Partial Least Squares (PLS) con el software Structural Equation Modeling using Partial Least Squares (SmartPLS). Los resultados mostraron que los motivos e incentivos de los nuevos emprendedores tenían una correlación negativa débil ( $b=-235$ ,  $p = 0,164$ ).

En un estudio realizado por Cortés y Landeta (2021), se utilizó un muestreo no probabilístico de conveniencia y la técnica de ecuaciones estructurales. Se aplicó un cuestionario a 429 emprendedores en México. Los datos se analizaron con el software SPSS Amos. El objetivo fue probar la existencia de relaciones significativas entre las motivaciones, las competencias y los factores de éxito para el emprendimiento, así como el desempeño empresarial. Los resultados mostraron que: las competencias ( $\beta = 0.659$ ,  $p < 0.001$ ) influyen positiva y significativamente en las motivaciones para emprender. Sin embargo, las motivaciones tienen una influencia significativa pero negativa en los factores de éxito que contribuyen al emprendimiento ( $\beta = -.224$ ,  $p= 0.029$ ).

Avcı y Gümüş (2022) realizaron un estudio con 120 mujeres empresarias del sector turístico en Çeşme, İzmir. Utilizaron un método de investigación de campo y aplicaron una encuesta para recolectar los datos. Los resultados mostraron que las motivaciones de las empresarias incluyen expectativas económicas como factores de empuje y factores psicosociales como factores de atracción, siendo estos últimos predominantes. Además, se encontró que el efecto de estas motivaciones varía según las características demográficas.

Sánchez, Caraveo y Díaz (2023) llevaron a cabo un estudio cuantitativo descriptivo en México, como instrumento de medición, un cuestionario fue aplicado a 212 empresarias. Los principales hallazgos fueron que las motivaciones para sus emprendimientos fueron la generación de ingresos a través un negocio propio y, en menor medida, el emprendimiento como un medio para lograr seguridad económica a largo plazo. Los datos recolectados se analizaron utilizando el software estadístico IBM SPSS Statistics V.25, calculando las medidas de tendencia central y dispersión para determinar la normalidad de los datos y obtener estadísticas descriptivas.

Para concluir, las teorías e investigaciones revisadas son importantes en el presente estudio debido a que fundamentan la relación de la variable motivación y el emprendimiento. Según kim-Soon, Ahmad, & Ibrahim (2016); Avcı y Gümüş (2022) y Sánchez, Caraveo y Díaz (2023) factores como metas y motivos influyen en el comportamiento, creando un vínculo entre ellos. En el ámbito del emprendimiento, la motivación podría ser el estímulo o factor clave para convertir una intención en la exitosa creación de un negocio.

### **2.2.3 Variable independiente X3. Tolerancia al fracaso**

#### ***b) Teorías y Definiciones***

Según la Teoría del Beneficio del Empresario de Knight de 1921, la incertidumbre es un elemento primordial en la actividad empresarial, donde los beneficios son inciertos y representan la recompensa por asumir un riesgo (Sung y Duarte, 2015). A su vez, en

la Teoría de Atribución de Heider de 1958 se sugiere que las personas con una fuerte convicción en su eficacia, atribuyen los fracasos a factores externos y no a una falta de capacidad para alcanzar sus objetivos. En contraste, aquellos que se consideran ineficaces creen que sus fracasos se deben a su falla de competencia (Rojas, 2004).

De acuerdo con la Teoría del Comportamiento Planificado, cuanto mayor sean las actitudes, los recursos y las oportunidades de una persona para anticipar los problemas, obstáculos o impedimentos, mayor será el grado de control que se logre sobre un comportamiento (Ajzen, 1991). Las tres teorías anteriormente mencionadas sustentan el cómo la tolerancia al fracaso fue analizada en este estudio de investigación debido a que en todas ellas el error se visualiza como fuente de aprendizaje y del cual se puede obtener el beneficio de la eficacia.

En cuanto al concepto, el fracaso se entiende como una desviación de los resultados esperados o deseados, incluyendo errores evitables e inevitables, resultantes de experimentos o de la toma de riesgos (Cannon y Edmondson, 2005). La tolerancia implica comprender a través de la experiencia, que los innovadores ven el fracaso como requisito previo para la innovación, puesto que una empresa no puede desarrollar un producto o proceso exitoso sin fomentar la toma de riesgos y aprender de los errores subsiguientes (Farson y Keyes 2006). Hughes y Burchell (2007) afirman que tolerancia al fracaso comprende las actitudes hacia el riesgo, implicando que una empresa no puede no funcionar y que quienes han fracasado merecen una segunda oportunidad.

El fracaso es una fase temporal en un proceso empresarial, generalmente entendido como la condición de no obtener un resultado esperado por un individuo quien no ha realizado una tarea importante de forma correcta, cuando los errores son repetidos pueden ser considerados como parte natural y fuente valiosa de aprendizaje mejora y autoconciencia (Politis y Gabrielsson, 2009). Para Mejía, et al. (2016) el fracaso es un éxito significativo porque ofrece la oportunidad de aprender y enfrentarse a retos cotidianos, es decir, son retrocesos temporales o desafíos en curso que brindan una lección de vida.

Weinzimmer y Esken (2017) señalan que tanto la tolerancia a errores como la tolerancia a los fracasos pueden facilitar el aprendizaje. Aprender de los errores implica explorar las situaciones que los causaron, tomar ventaja de la experiencia, mejorar las tácticas organizacionales y adquirir conocimiento. De acuerdo con Kapepa y Vuuren (2019) el fracaso puede ser visto como una oportunidad de aprendizaje para mejorar el desempeño en cualquier área de la vida por lo que la tolerancia al fracaso se considerada un elemento clave y un antecedente del espíritu empresarial.

He, Bai y Xiao (2020) afirman que el fracaso es una de las experiencias de aprendizaje más difíciles, pero también una de las más valiosas que una persona puede enfrentar en cualquier área. Es una señal de que algo no resultó según lo planeado, lo cual, estimula el aprendizaje para actualizar habilidades y conocimientos. De forma similar, Danneels & Vestal (2020) indican que las acciones pueden interpretarse como errores cuando los resultados no son los esperados. No obstante, el fracaso no es una situación deseable, se considera fundamental en el proceso de aprendizaje e innovación. Reconocer, aceptar y valorar que cometer errores es inevitable implica ser tolerante al fracaso. Esto permite que los individuos se sientan libres para correr riesgos, ya que los errores no son castigados sino respetados y celebrados, fomentando así la experimentación y la búsqueda de diferentes alternativas.

La tolerancia al fracaso en una empresa es el conjunto de normas, valores y factores organizacionales que implican que los errores se abordan de forma constructiva, es decir, se informan abierta y libremente, se analizan las causas y los mecanismos subyacentes para su mejora y se fomentan activamente las acciones para comprender los fracasos (Vomberg, Homburg, y Gwinner, 2020). Así mismo, Peschl, Deng y Larson (2021) establecen que la tolerancia al fracaso está ligada a la tolerancia a la ambigüedad porque es una habilidad que implica la capacidad de afrontar y aceptar un futuro incierto conservando una actitud optimista en todo momento, aprendiendo de sus experiencias, especialmente de las negativas y desarrollando la confianza en sí mismos y la persistencia, cualidades que le serán útiles en situaciones futuras.

De acuerdo con Meißner y Appen (2022) el fracaso y el espíritu emprendedor son inseparables, debido a que el riesgo de no alcanzar los resultados deseados es crucial en la creación de empresas. Este temor a cometer errores ha sido estudiado como un factor psicológico que a menudo inhibe el comportamiento empresarial y puede generar efectos negativos. Sin embargo, perdonar los errores es un paso importante en el proceso de experimentación, donde el fracaso se convierte en una oportunidad para cualquier emprendedor para capacitarse y aprender.

Para Wang (2023) la tolerancia al fracaso es la actitud que muestran las personas hacia el fracaso temprano en sus empresas o cuando en el negocio no se pueden cumplir con los objetivos en la etapa esperada y es ahí donde se requiere de esta cualidad excepcional ya que con ello se pueden garantizar mayores oportunidades para desarrollar su potencial innovador. Se puede concluir que la tolerancia al fracaso es uno de los procesos de aprendizaje más complejos, pero de los más valiosos puesto que conlleva el desafío de reconocer y aceptar que es inevitable cometer errores o equivocaciones en cualquier situación en la vida, aprender de ello y desarrollar nuevas habilidades (Kapepa y Vuuren, 2019; He, Bai y Xiao, 2020; Peschl, Deng y Larson, 2021 y Wang, 2023).

### **c) Investigaciones Aplicadas la variable independiente X3 tolerancia al fracaso**

Phonthanukitithaworn, Ketkaew y Naruetharadhol (2019) realizaron un estudio de 180 empresas en línea en Bangkok, Tailandia, utilizando un cuestionario para la recopilación de datos. El análisis estadístico se llevó a cabo mediante el modelo Structural Equation Modeling (SEM) y el paquete estadístico para las ciencias sociales (SPSS), con el objetivo de identificar los factores que influyen en los emprendedores digitales. Los resultados mostraron que el éxito de un emprendedor en línea se encuentra positivamente relacionado con la asunción al riesgo ( $\beta = 0.484$ ,  $b(SE) 1.382 (0.282)$ ,  $t 4.897$ ,  $R^2 0.234$  Factor score 0.009).

Un estudio fue realizado a 307 empleados y gerentes de varias industrias llevado a cabo por Kapepa, y Vuuren (2019), con el objetivo de investigar si el emprendimiento se encuentra relacionado con indicadores como la tolerancia al fracaso y su impacto en la supervivencia de algunas compañías aseguradoras en Zimbabwe. Se utilizó una encuesta como instrumento de medición. Los datos fueron analizados mediante muestras independientes t-test, Mann-Whitney U test y ANOVA. Los resultados mostraron que las compañías aseguradoras que sobrevivieron tienen una relación positiva entre la tolerancia al fracaso y el desempeño emprendedor ( $M2 = 1.35$ ;  $s2 = 0.70$ ; Mean 1.3500 Std. deviation Std. 0.70437).

He, Bai y Xiao (2020) compararon datos del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) de China y Taiwán con la finalidad de investigar el impacto de fracasos incurridos en el emprendimiento. El estudio incluyó a 3239 emprendedores en China y 1837 en Taiwán. Se utilizaron métodos estadísticos como correlación, regresión y Sample T-test. El procesamiento de datos se realizó con SPSS. Los resultados mostraron que los fracasos anteriores tienen un impacto positivo en la intención de emprender en el futuro ( $\beta_C = 1.831$ ,  $p < 0.01$ ;  $\beta_T = 2.249$ ,  $p < 0.01$ ) y que los fracasos incurridos afectan positivamente la capacidad al emprender ( $\beta_C = 0.478$ ,  $p < 0.01$ ;  $\beta_T = 0.902$ ,  $p < 0.01$ ).

Otro estudio fue realizado en España por Patzelt, et al. (2021) en donde se aplicó un cuestionario a 112 gerentes y empleados de varios corporativos. Con la finalidad de probar las hipótesis se utilizaron modelos de análisis de ruta con Stata 16.0, en donde los hallazgos más importantes fueron los siguientes: existe una relación negativa entre el sentimiento de fracaso de un proyecto empresarial previo y su satisfacción laboral actual ( $\beta = -0.14$ ,  $p = 0.03$ ), así mismo, existe una relación indirecta negativa entre el sentimiento de fracaso de su último gran proyecto empresarial y su desempeño actual ( $\beta = 0.16$ ,  $p = 0.04$ ) y el sentimiento de fracaso tiene un efecto indirecto significativo en el desempeño a través de la satisfacción laboral ( $\beta = -0.02$ ,  $SE = 0.01$ , 95% CI [-0.042, 0.002]).

Zhang, Soh y Zhao (2022) realizaron una investigación en China, utilizando una encuesta aplicada a 143 emprendimientos. Para verificar las hipótesis, emplearon

análisis factorial, modelos de ecuaciones estructurales (SEM) y el software estadístico AMOS (22.0). Los resultados mostraron que los emprendedores con más experiencias negativas tienen una actitud positiva hacia el fracaso ( $\beta = 0,42$ ,  $p = 0,013$ ). Además, se encontró 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 ( $\beta = 0,26$ ,  $p < 0,05$ ).

En otro estudio Boucher, Cullen y Calitz (2023) analizaron a 300 empresas emergentes, microempresas y PYMES en Sudáfrica en donde se aplicó un cuestionario utilizando la herramienta en línea QuestionPro. Los datos cuantitativos se midieron haciendo uso de datos descriptivos e inferenciales. La prueba t, la correlación de Pearson y la regresión lineal simple mostraron los siguientes hallazgos importantes: en 41%,  $n=122$  la afirmación de que los individuos estaban dispuestos a correr riesgos y la declaración que el temor al fracaso impide que las personas inicien su propio negocio en un 79%,  $n=237$ .

Concluyendo, es importante estudiar la relación de la tolerancia al fracaso y emprendimiento puesto que de acuerdo con Kapepa y Vuuren (2019), Zhang, Soh y Zhao (2022) y Boucher, Cullen y Calitz (2023), debido a que el comportamiento de ambas variables es un apoyo al emprendedor en la estimación del riesgo con base en la experiencia de los errores previos y en la justificación de las decisiones tomadas para alcanzar la innovación y el éxito empresarial.

## **2.2.4 Variable independiente X4. Apoyo financiero**

### ***a) Teorías y Definiciones***

Se toman en cuenta varias teorías clásicas y modernas para el estudio de esta variable, una de las más antiguas es La Teoría de la Irrelevancia de Modigliani y Miller de 1958, ícono de las teorías financieras. Esta teoría sostiene que el valor de una empresa no depende de cómo se obtengan los recursos económicos para su



funcionamiento, es decir, no es importante si la compañía solicita recursos ante una institución financiera, recibe apoyo económico de los accionistas o adquiere alguna deuda (Mondragón, 2011).

En este sentido, la Teoría de los Costes de Transacción de Coase en 1937 y Williamson en 1971 considera que toda actividad económica genera costos previos a su desarrollo y realización, los cuales surgen cuando las empresas optan por endeudarse en lugar de utilizar sus propios recursos (Sung y Duarte, 2015). Ambas teorías presentadas en este apartado sirven como base teórica para estudiar la variable de apoyo financiero en esta investigación. Empezar un negocio, tanto al inicio como durante su desarrollo, genera costos (Teoría de los costes de transacción) y la forma de afrontarlos puede provenir de varias fuentes (Teoría de la irrelevancia).

En relación con el concepto de financiamiento, la provisión de crédito o la aportación de fondos en una organización para llevar a cabo actividades empresariales, se conoce con el nombre de inclusión financiera, la cual es fundamental para fomentar el crecimiento económico, reducir la pobreza y, en consecuencia, mejorar el bienestar de las empresas, familias o individuos. Los apoyos económicos pueden derivarse del acceso y uso de servicios financieros formales, como cuentas bancarias, de ahorros, préstamos personales y comerciales, seguros, remesas, transferencias, entre otros (Fareed, et al, 2017).

Así mismo, Chargenber, Yagual, e Hidalgo (2017) coinciden en que uno de los recursos más importantes son las fuentes de financiamiento, siendo las principales el crédito, los provenientes de familiares, amigos y el ahorro propio. La inversión y el financiamiento son los aspectos fundamentales que un emprendedor debe considerar, independientemente del tamaño de su empresa. León y Saavedra (2018) definen el financiamiento como todas las contribuciones de fondos y recursos monetarios necesarios para llevar a cabo cualquier actividad económica, como ejemplo, iniciar una empresa.

Aunado a las instituciones financieras y de los inversionistas formales e informales, existen programas para emprendedores por parte del gobierno, como, por ejemplo: la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) con el programa “Mujeres Emprendedoras”, Fondo para el Desarrollo Social (FODESO), Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES), apoyos a fondo perdido, entre otros. El financiamiento es uno de los aspectos de mayor importancia porque puede ser determinante en éxito o fracaso de un negocio, los emprendedores requieren de apoyos económicos durante el inicio y desarrollo de una empresa, por ello es necesario establecer relaciones estrechas de comunicación con quienes posean los recursos, y convencerlos del porque sería conveniente invertir en ella (García, Zerón, & Sánchez, 2018).

Gupta y Mirchandani (2018) afirman que el financiamiento consiste en las cantidades de capital necesarias para mantener y expandir una empresa, siendo un elemento crucial desde el inicio, desarrollo y crecimiento de los negocios. Shakeel, Yaokuang y Gohar (2020) definen al apoyo financiero como el factor clave que acelera el proceso innovador del emprendimiento. Kuzieva (2020) señala que el soporte financiero para pequeñas empresas y emprendimientos privados incluye diversas fuentes como fondos de los presupuestos gubernamentales y locales, inversiones crediticias de bancos comerciales, capital extranjero y empresarial, donaciones caritativas, entre otras, es decir, todas aquellas fuentes que proporcionen recursos monetarios para apoyar su crecimiento económico.

Para Maygua (2021), el financiamiento implica obtener capital o fondos económicos para realizar actividades empresariales, pudiendo estos provenir de diversas inversiones, como del sistema bancario (a corto o a largo plazo) o del sistema informal (préstamos con diferentes tasas de interés). Así mismo, la inclusión financiera es un factor crucial para el desarrollo socioeconómico, ya que contribuye a aliviar la pobreza y la desigualdad y promueve un crecimiento económico sostenible (Carchano, Carrasco & Soler, 2021).

El apoyo financiero significa la obtención de un recurso económico que le permite a un negocio iniciar o seguir operando de forma eficiente, por lo que el ciclo de vida de la financiación en las empresas de nueva creación consta de cinco etapas: inicial, infantil, de crecimiento, de madurez y etapa posterior. Las solicitudes de financiamiento varían de acuerdo a cada periodo del ciclo de vida, tamaño de la empresa y tamaño de la operación (Ayad, Sobaih y Elshaer, 2022).

De acuerdo con Karim, et al. (2023), el acceso a la financiación es un aspecto ampliamente reconocido que influye en todas y cada una de las etapas del desarrollo de un negocio, el cual depende de la experiencia del emprendedor, la naturaleza de la empresa y la disponibilidad para la adquisición de recursos económicos. El apoyo financiero es un proceso económico donde se genera riqueza, por ello se considera tema esencial en el emprendimiento ya que los resultados afectan directamente el crecimiento de las ventas, la rentabilidad y por ende la productividad, aspectos que garantizan la supervivencia de la empresa (Sengupta y Dhir, 2023).

Finalmente, el apoyo financiero puede ser definido como el aporte económico esencial, proveniente de diversas fuentes de ingresos como instituciones bancarias, inversionistas, familia, incubadoras universitarias y hasta recursos propios que le permiten a una persona iniciar, desarrollar y hacer crecer su negocio (Fareed, et al, 2017; García, Zerón y Sánchez, 2018; Kuzieva, 2020, Ayad, Sobaih y Elshaer, 2022 y Sengupta y Dhir, 2023).

#### ***a) Investigaciones Aplicadas la variable independiente X4 apoyo financiero***

Messina y Hochsztain (2015) realizaron una investigación en donde se analizaron los datos de una encuesta a 63 emprendedores participantes del Programa de Emprendedores CCEEmprende en Uruguay. Las técnicas de data mining de árbol de decisión y regresión logística SPSS 19.0 fueron utilizadas. En los resultados se observa que el contar con financiamiento es clave para asegurar el éxito de un emprendimiento,

tal como se demuestra con la variable: Tiene Financiamiento B 2,29156883 E.T. 0,75901763 Wald 9,11511369 Gil 1 Sig. 0,00253506 Exp. (B) 9,89044196.

La Universidad de St. Gallen en Suiza desarrolla la encuesta Global del Espíritu Empresarial de los Estudiantes (GUESS) de forma recurrente. Morris, Shirokova y Tsukanova (2017) analizaron los datos de 31,927 alumnos, en donde se determinó cómo se relaciona la participación de los alumnos de diferentes programas educativos con el emprendimiento. El paquete estadístico SPSS fue utilizado para la medición. Los hallazgos demostraron que el apoyo financiero de la universidad tuvo un impacto significativo negativo en el emprendimiento (Model IV:  $b = -0.050$ ,  $p < 0.1$ ; Model V:  $b = -0.135$ ,  $p < 0.01$ ).

En otra investigación, Gupta y Mirchandani (2018) estudiaron los factores de éxito en el emprendimiento de 289 empresarias de Emiratos Árabes Unidos dueñas de Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) quienes respondieron a una encuesta como instrumento de medición. Los resultados obtenidos muestran que la disponibilidad de recursos financieros (0.788) incide de forma significativamente positiva en el emprendimiento, puesto que de acuerdo con la información analizada con el paquete estadístico SPSS, se obtuvo una media de 3.9877 y una desviación estándar de 0.53789.

La cantidad de 190 cuestionarios fueron aplicados por Shakeel, Yaokuang y Gohar (2020) a dueñas de negocios de cinco ciudades de Pakistan. El objetivo fue identificar los factores que contribuyen al desarrollo de las empresas creadas por mujeres. Los datos fueron analizados con los estadísticos de mínimos cuadrados parciales y SEM (Smart PLS 3.2.7). Como hallazgo principal, se muestra que existe una relación significativamente positiva ente los factores de apoyo como el familiar, financiero y gubernamental y el desarrollo de negocios donde las dueñas son de género femenino, dado que se obtuvo  $\beta = .346$ ,  $p < .001$ .

Carchipulla, Rivera y Quezada (2021) llevaron a cabo una investigación con enfoque cuantitativo no experimental de tipo exploratorio-descriptivo en donde aplicaron

una encuesta a 108 emprendedores en Ecuador. Para el análisis de datos se utilizó el software SPSS y entre los principales hallazgos se obtuvieron los siguientes: los participantes se encuentran en un rango de edad entre 21 a 49 años, el 61.10% de las empresas están conformados por mujeres, el 67.60% de los participantes utilizaron sus ahorros personales para iniciar su empresa, únicamente el 19.40% acudió a una institución bancaria a solicitar un préstamo y el 52.8% indicó no haber recibido apoyo, capacitación o asesoramiento para la apertura de su negocio.

Otro estudio fue llevado a cabo por Arévalo e Isabel (2022), en donde, a través de un estudio con muestreo probabilístico, se aplicaron un cuestionario y entrevistas semiestructuradas a 20 emprendedoras en Ecuador. Los resultados muestran que el 70% de las empresarias logró iniciar su negocio solicitando créditos bancarios, el 25% de ellas utilizaron sus propios ahorros para su emprendimiento y solamente el 5% señaló que tuvieron la necesidad de acercarse a familiares y amigos para solicitar préstamos personales y poder iniciar así con su empresa.

Una investigación mixta de diseño descriptivo de corte transversal, utilizando encuestas y entrevistas se llevó a cabo en Colombia, en donde se aplicaron los instrumentos de medición a 38 artesanos. Los datos fueron interpretados con medidas de tendencia central, de dispersión, de percentiles y de forma. Los principales hallazgos fueron: el 37% de los encuestados no tienen una cuenta de ahorros asociada al emprendimiento, un 4% es acreedor de crédito rotativo, solamente 4 emprendedores han recibido algún tipo de apoyo de financiamiento, al 68% de los participantes se les ha negado algún crédito para poder mejorar su negocio (Ladino, et al., 2023).

Para concluir, tomando en consideración las teorías y las investigaciones aplicadas es necesario fundamentar en el presente estudio, la relación entre la variable apoyo financiero y el emprendimiento porque tal como Shakeel, Yaokuang y Gohar (2020), Arévalo e Isabel (2022) y Ladino, Jaramillo y Gómez (2023) proponen, los recursos económicos pueden afectar tanto de forma positiva como negativa el desarrollo de una empresa a tal grado que puede depender de ello el éxito o fracaso de la misma.

## **2.2.5 Variable independiente X5. Apoyo familiar:**

### ***b) Teorías y Definiciones***

En la Teoría de Conservación del Recurso (COR) de Hobfoll de 1989, se establece que analizar el espíritu empresarial desde el ámbito familiar es sumamente significativo debido a que se puede lograr una mayor comprensión en cuanto a los mecanismos de influencia subyacentes, esto es, la influencia de los padres en la adolescencia de los hijos dejan una huella integral en sus mentes, lo cual repercute en los desarrollos cognitivos y emocionales a lo largo de sus vidas y esto a su vez, puede influir en sus elecciones profesionales en un futuro (Zhu et al. 2020). Esta teoría sirve de base, desde la perspectiva cognitiva y emocional, a la forma en que se estudió el apoyo familiar en la presente investigación.

A continuación, se presentan las definiciones de varios autores, tal es el caso de King et al. (1995) quienes proponen el concepto de apoyo social familiar, el cual se refiere a la unión del soporte emocional y del instrumental, es decir, es el conjunto de todas las actividades y comportamientos entre los integrantes de una familia quienes fomentan, entienden, atienden, consideran y muestran interés a la persona que realiza alguna actividad laboral. A su vez, McKeown (2000) establece un término general que funge como una sombrilla que cubre, interviene o afecta, de acuerdo a la situación presentada, a diferentes dimensiones (madres, padres, hijos, entre otros), antecedentes profesionales, problemas, actividades y entorno, por ello se puede decir que en la familia el apoyo no es una actividad homogénea.

En cuanto al emprendimiento, el apoyo familiar se puede considerar como la obtención de recursos tangibles e intangibles, para resolver problemas económicos y mitigar la angustia emocional causada, en la mayoría de los casos, por dichas dificultades financieras (Steier, 2003). Según Santamaría et al. (2013) el apoyo familiar se entiende como como el desempeño de cada integrante de una familia en las actividades de la vida

diaria, en donde se considera que la fuente económica principal es el trabajo y el fomentar o alentar dichas actividades constituyen el factor emocional.

Así mismo, Sarafino y Smith (2014) establecen que en el apoyo familiar intervienen cuatro aspectos interrelacionados, que son: a) emocional, el conjunto de sentimientos, empatía y atención a un individuo; b) apreciación, la evaluación positiva hacia las ideas, sentimientos y desempeño de los demás; c), instrumental, el apoyo inquebrantable por los miembros de una familia; d) informativo, toda aquella información, consejos, orientación y retroalimentación sobre cómo actuar y resolver un problema en particular.

Las familias solidarias tienden a aumentar la unión con el tiempo y se convierten en una fuente de apoyo mutuo, toda vez que son dos o más personas que habitan en un mismo lugar y se encuentran relacionadas entre sí, en donde los apoyos emocionales e instrumentales familiares significan escuchar, ser empático y ayudar de forma real en la solución a cualquier problema, esto es, existe cohesión entre los integrantes porque en el hogar se cuenta con normas, comportamientos, comprensión y relaciones emocionalmente compartidas. (Edelman et al., 2016).

Osorio, Settles y Shen (2017) señalan que el apoyo familiar involucra todas aquellas percepciones de una persona respecto de los factores emocionales, intelectuales y en ocasiones hasta económicos. En el emprendimiento, el apoyo emocional se entiende como la aprobación y estímulo de los integrantes de la familia, el intelectual como la suposición que se proveerá de consejos y el económico al posible apoyo financiero para solventar acciones empresariales del individuo. Fernández (2018) establece, en la vida de las personas, el desarrollo personal y social de los integrantes depende en gran medida de la vida familiar.

De acuerdo con Vega (2018), la familia constituye el núcleo de la sociedad y todas las organizaciones, independientemente de su razón social, tipo o sector, están vinculadas a ella, porque en la mayoría de los casos es un factor que influye en su desarrollo. Dentro de la familia es posible impulsar las competencias que fomenten el

espíritu emprendedor y por ende, la formación de futuros empresarios (Alonso, Ponce, & Jiménez, 2018). Así mismo, Gupta y Mirchandani (2018) consideran al apoyo familiar como un factor crucial o extremadamente importante para alcanzar el éxito empresarial.

Hu, Su y Zhang (2019) mencionan que el apoyo familiar puede interpretarse como el soporte emocional que los miembros de la familia que ofrecen soporte emocional en situaciones de estrés o ansiedad. El emprendimiento conlleva un alto riesgo que puede dar lugar a situaciones emocionales complejas. El apoyo familiar se percibe como una condición límite de intercambio social entre empresarios y miembros de una familia. En ocasiones, la carga de trabajo puede provocar situaciones de estrés y agotamiento, donde el soporte familiar se convierte en un generador de conexiones socioemocionales o de obligaciones mutuas (Xu et al., 2020).

De acuerdo con Annisa, Tentama y Bashori (2021), el apoyo familiar está conformado por varios factores como: el soporte emocional (expresión de sentimientos, empatía y atención), el apoyo de apreciación (evaluación positiva hacia los sentimientos e ideas), el apoyo instrumental (supervisión, satisfacción de necesidades, asistencia financiera) y el apoyo informativo (asesoramiento, orientación y retroalimentación). En cuanto al contexto empresarial puede incluir también la ayuda para conseguir capital financiero, todo ello facilita a un individuo la toma de decisiones sobre iniciar un negocio, puesto que puede confiar en sus habilidades.

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, es decir, la familia juega un papel importante para aquellos quienes sueñan con el emprendimiento en donde el apoyo conductual para tomar ventaja de las oportunidades, mejorar las ideas o aceptar críticas constructivas es fundamental. Hammad y Naggat (2023) reconocen a la familia como uno de los principales recursos del apoyo social puesto que es significativa en el ámbito empresarial ya que les brinda una especie de red



de seguridad tanto con los problemas financieros como con las situaciones emocionales que pueden afectar el bienestar y el éxito en las empresas.

En conclusión, el apoyo familiar se puede definir como un sistema que brinda soporte emocional, intelectual e inclusive económico en las actividades y comportamientos entre los integrantes de una familia con el fin de ayudar a dar solución a ciertas situaciones de la vida diaria, lo cual puede ser aplicado al emprendimiento (King, et al.1995; Steier, 2003; Osorio, Settles y Shen, 2017, Djazilan y Darmawan 2022 y Hammad y Naggar 2023).

#### **b) Investigaciones Aplicadas la variable independiente X5 apoyo familiar**

El propósito de un estudio llevado a cabo por Osorio, Settles y Shen (2017) fue el de evaluar a la intención emprendedora a través de factores actitudinales e intencionales de una muestra de 473 alumnos de la carrera de emprendimiento de una universidad del norte de Estados Unidos y a quienes se les aplicó un cuestionario. El programa Amos 17.0 fue utilizado para validar el modelo. Los resultados obtenidos muestran que el apoyo familiar percibido se encuentra positivamente relacionado a la intención de iniciar un negocio por parte de los estudiantes ( $\beta = 0.274$ ;  $p < .01$ ), así como el apoyo familiar percibido se encuentra positivamente relacionado a la factibilidad de iniciar un negocio ( $\beta = 0.268$ ;  $p < .01$ ).

En una misma investigación, con el propósito de examinar los efectos de varios factores, entre ellos el ambiente familiar en la intención de emprender un nuevo negocio, Herdjiono, et al. (2017), estudiaron una muestra de 382 alumnos de diferentes universidades en Merauke, Indonesia, quienes respondieron una encuesta, para la medición de datos se utilizó un análisis de regresión lineal múltiple y para su análisis el paquete estadístico SPSS. Los resultados muestran que el ambiente familiar tiene una relación directa y significativa con la intención de emprender (Coefficient= 0,174, T= 4,672, Sig= 0,000).

La relación del apoyo familiar y el locus control interno con la intención emprendedora de 93 alumnos inscritos en la preparatoria vocacional Muhammadiyah y Yogyakarta, en Indonesia fueron investigados por Annisa, Tentama y Bashori (2018). Se hizo uso de un cuestionario como instrumento de evaluación, para el análisis de datos fueron utilizadas varias técnicas de regresión múltiple, así como SPSS 19.0. Los resultados muestran que existe una positiva y significativa relación entre el apoyo familiar y la intención de iniciar un negocio ( $r= 0.37$ ,  $p<0.01$ ), así como la contribución del apoyo familiar y el locus de control hacia la intención empresarial es de 7.28% y 21% respectivamente.

En el emprendimiento, el apoyo familiar (moral y financiero) puede alentar a las mujeres para iniciar una empresa. Por ello, Welsh, et al. (2018) realizaron un estudio en Marruecos y en Turquía, a 116 y 147 empresarias respectivamente, quienes respondieron una encuesta. Se utilizó la Regresión Logística Binaria (logit) para analizar los datos. Los resultados fueron: el apoyo económico familiar fue significativo y positivo solamente en Marruecos. La relación se calculó como:  $e^{-1.03 + 2.175} = 3.14$ , lo que significa que las emprendedoras marroquíes tienen 3.14 veces más probabilidades de lograr un alto desarrollo empresarial. En cuanto al apoyo moral familiar fue significativo y positivo solo para las emprendedoras en Turquía.

Annisa, Tentama y Bashori (2021) realizaron otra investigación en Indonesia, en donde aplicaron una técnica de muestreo por conglomerados y un cuestionario a 93 estudiantes de secundaria. Para la recolección de datos se utilizaron las escalas de intención emprendedora, de apoyo familiar y de locus de control. Para su análisis se hizo uso de la regresión múltiple a través del paquete estadístico SPSS 19.0. El hallazgo principal indicó que parcialmente existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre el apoyo familiar y la intención emprendedora con  $r=0.37$  ( $p<0.01$ ).

Otro 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: el apoyo familiar moldea el interés en emprender, el método de la educación emprendedora en la familia es una vía o paso para interiorizar los valores, es decir, la educación para el emprendimiento y el apoyo familiar de manera parcial y simultánea, dan forma al interés por emprender. La variable que juega un papel dominante en el emprendimiento es la educación.

Otros autores como Hernández, et al. (2023) realizaron una investigación cuantitativa de diseño no experimental de corte transversal y explicativo con la finalidad de analizar la influencia de las características personales y de los factores del entorno en la intención emprendedora de 252 estudiantes en Colombia, a quienes se les aplicó un cuestionario, para el análisis de datos se utilizó la regresión logística y el software estadístico SPSS, en donde los resultados muestran que los factores del entorno con sus dos dimensiones (situación actual, contexto familiar y las redes de apoyo) tienen una influencia positiva y estadísticamente significativa en la intención emprendedora de los alumnos con significancia de 0,000 y 0,030 respectivamente.

Finalmente, considerando las teorías y las investigaciones aplicadas es necesario fundamentar en el presente estudio, la relación entre la variable apoyo familiar y el emprendimiento, al respecto, Gupta y Mirchandani (2018), Shakeel, Yaokuang y Gohar (2020), Annisa, Tentama y Bashori (2021) y Hernández, et al. (2023) señalan que la relación de ambos constructos es otro factor crucial para el éxito de los emprendedores, debido a que se recibe soporte emocional, entendimiento y hasta una actitud positiva, contribuyendo de forma importante en moldear el interés y desarrollo del empresario.

### **2.3 Hipótesis Operativas**

Con la finalidad de comprobar y dar soporte a la hipótesis general de la presente investigación, las hipótesis específicas, se muestran a continuación:

H1= El factor de creatividad permite impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de Guaymas, Sonora, México.

H2= El factor de motivación permite impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de Guaymas, Sonora, México.

H3= El factor de tolerancia al fracaso permite impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de Guaymas, Sonora, México.

H4= El factor de apoyo financiero permite impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de Guaymas, Sonora, México.

H5= el factor de apoyo familiar permite impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de Guaymas, Sonora, México.

La ecuación matemática, forma general de un modelo de regresión línea múltiple que se utilizó para probar las hipótesis es:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \epsilon$$

Donde: Y = Emprendimiento femenino

$\beta_0$  = término independiente

$\beta_1$  = coeficiente X<sub>1</sub> Creatividad

$\beta_2$  = coeficiente X<sub>2</sub> Motivación

$\beta_3$  = coeficiente X<sub>3</sub> Tolerancia al fracaso

$\beta_4$  = coeficiente X<sub>4</sub> Apoyo financiero

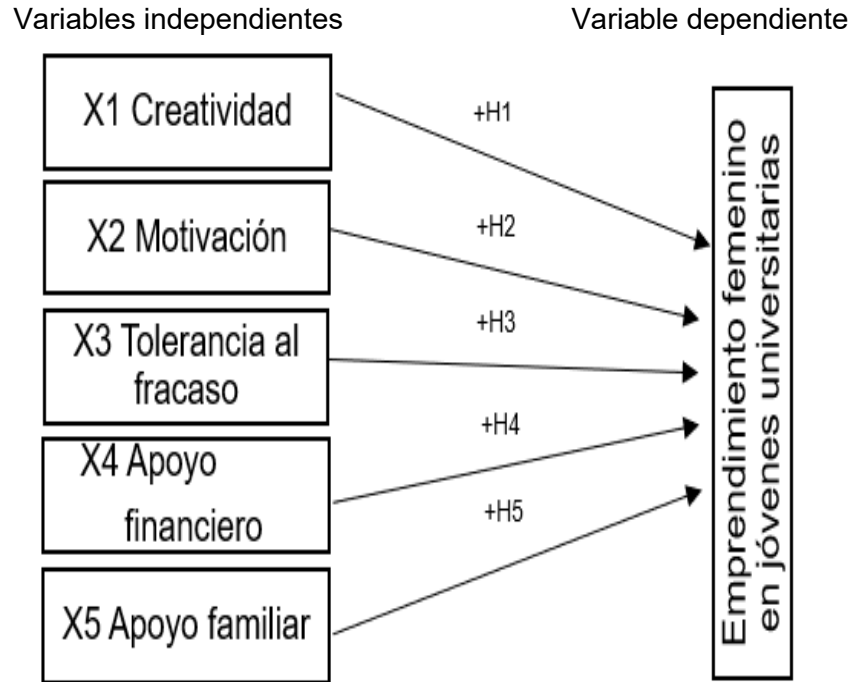
$\beta_5$  = coeficiente X<sub>5</sub> Apoyo familiar

$\epsilon$  = error

### **2.3.1. Modelo Gráfico de la Hipótesis**

Tomando en consideración las teorías, definiciones y estudios empíricos presentados en el marco contextual de la presente investigación, en la figura 5 se observa el modelo gráfico de hipótesis considerando tanto a la variable dependiente como a las independientes, es decir, se esquematiza la relación positiva y significativa de cada uno de los factores (X<sub>1</sub> creatividad, X<sub>2</sub> motivación, X<sub>3</sub> tolerancia al fracaso, X<sub>4</sub> apoyo financiero y X<sub>5</sub> apoyo familiar) que permiten impulsar el emprendimiento femenino.

**Figura 5. Modelo Gráfico de Variables**



Fuente: Elaboración propia

### 2.3.2 Modelo de Relaciones teóricas con las Hipótesis

En la tabla 2 se muestra la información de los autores de los estudios empíricos analizados, en donde se observa la relación que existe entre las variables que en dichas investigaciones se analizaron y que coincide con las variables del presente estudio, lo cual da soporte teórico al mismo.

**Tabla 2. Tabla de Relación Estructural Hipótesis - Marco Teórico.**

Referencia	X1	X2	X3	X4	X5	Y
Amabile (1996)	X					X

Annisa, Tentama y Bashori (2021)				X	X
Arévalo e Isabel (2022)				X	X
Avcı y Gümüő (2022)	X				X
Borrero (2023)	X				X
Boucher, Cullen y Calitz (2023)			X		X
Carchipulla y Quezada (2021)				X	X
Cortés y Landeta (2021)	X				X
Djazilan y Darmawan (2022)				X	X
Durnali, Orakci y Khalili (2023)	X				X
Esquivias (2004)	X				X
Gallardo, Vergel y Dávila (2021)	X				X
García, Zerón y Sánchez (2018)				X	X
Gupta y Mirchandani (2018)				X	X
He, Bai y Xiao (2020)			X		X
Herdjiono, et al. (2017)	X			X	X
Hernández, et al. (2023)				X	X
Kapepa, y Vuuren (2019)			X		X
Keshishyan y Boghosian (2020)	X				X
Knight (1921)			X		X
Marulanda y Moreno (2016)			X		X
Patzelt, et al. (2021)			X		X
Saavedra et al. (2017)				X	X
Sánchez, Caraveo y Díaz (2023)	X				X
Shakeel, Yaokuang y Gohar (2020)				X	X
Shaheen (2023)	X				X
Shapero y Sokol. (1982)	X				X
Sung y Duarte (2015)	X				X
Vasconcellos, Garrido y Parente (2019)	X				X
Velasco (2022)	X				X
Zhang, Soh y Zhao (2022)			X		X

Fuente: Elaboración propia.

En el presente capítulo se mostró el marco teórico de la variable dependiente (emprendimiento femenino), así como las variables independientes (creatividad, motivación, tolerancia al fracaso, apoyo financiero y apoyo familiar). Se analizan los antecedentes, conceptos, teorías e investigaciones aplicadas de cada una de ellas y finalmente, se presentan las hipótesis operativas, el modelo gráfico de variables y la tabla de relación estructural de los aportes teóricos estudiados.

### **Capítulo 3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA**

En este capítulo se describe la estrategia metodológica que se utilizó para llevar a cabo el estudio. Por lo cual, se analizan algunos puntos como el enfoque, el alcance y el diseño de la investigación. Así mismo, se presenta el método de recolección de datos que refiere el instrumento a utilizar y su evaluación, la operacionalización de las variables, la población, el marco muestral y la determinación de la muestra.

### **3.1. Tipo y diseño de la investigación**

A continuación, se describe el enfoque, los tipos de investigación, el alcance y el diseño, en donde se explica la interacción del investigador con el fenómeno de estudio, la temporalidad y las técnicas con los cuales se realizó el estudio de campo o se llevó a cabo la investigación aplicada.

#### **3.1.1 Tipos de investigación**

La presente investigación es de enfoque cuantitativo, de acuerdo con Corbetta (2007) estos estudios, están estructurados en fases que siguen una secuencia lógica, un planteamiento deductivo y la comprobación empírica de la teoría presentada. Así mismo, Creswell (2012) y Hernández, Fernández y Baptista (1998) señalan que primeramente se plantea un problema, después se lleva a cabo la revisión de la literatura, con ello, se construye un marco teórico y de esta teoría se derivan una o varias hipótesis específicas, medibles y observables, la o las cuales son sometidas a prueba, posteriormente se realiza una recolección de datos, la información obtenida se analiza a través de métodos estadísticos y se redacta el informe utilizando criterios de evaluación de forma objetiva e imparcial.

Algunos ejemplos de estudios empíricos en emprendimiento femenino y motivación, variables consideradas en la presente investigación, que han optado por un enfoque cuantitativo, son los realizados por Bianchi, Parisi y Salvatore (2016); García, Zerón y Sánchez (2018); Gupta y Mirchandani (2018); Rivera, León y Ortega (2019) y Cortés y Landeta (2021).

El presente estudio de investigación es de tipo: exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo. Exploratorio debido a que el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias es un tema poco estudiado en el contexto del Estado de Sonora, y de acuerdo con Creswell (2012), con estas investigaciones se pretende cubrir vacíos teóricos existentes a través de indagar desde nuevas perspectivas con el objetivo de



realizar estudios más completos. Messina y Hochsztain (2015); Bianchi, Parisi y Salvatore (2016); Marulanda y Moreno (2016); Barrera (2017); Annisa, Tentama y Bashori (2018); Kapepa, y Vuuren (2019) y Shakeel, Yaokuang y Gohar (2020), llevaron a cabo estudios empíricos exploratorios en emprendimiento femenino, creatividad, motivación, tolerancia al fracaso, apoyo financiero y apoyo familiar, variables analizadas en esta investigación.

A su vez, se considera descriptivo porque, como establecen Hernández, Fernández y Baptista (1988), se especifican las características, cualidades y opiniones de quienes son los sujetos de estudio y se analizan como muestra representativa de la población. Así mismo, Creswell (2012) señala que se utilizan las estadísticas descriptivas que ayudan a resumir las tendencias de los datos, en donde se identifica la variación de puntajes y la posición relativa de dichas puntuaciones. Las variables de motivación, tolerancia al fracaso, apoyo financiero y apoyo familiar, fueron analizadas con estudios empíricos descriptivos por algunos autores como López et al. (2011); Hechter (2012); Santamaría, Moreno y Cadrazco (2013) y Mejía et al. (2016).

Según Creswell (2012), una investigación es correlacional cuando se mide y se analiza el grado de relación o asociación que existe entre dos o más variables en un contexto en particular, utilizando un proceso estadístico, esto es, se evalúa y observa la correlación, que será sustentada en hipótesis sometidas a prueba. Tsai, Chang, y Peng (2016); Welsh et al. (2018); Hu, et al. (2018) y He, Bai y Xiao (2020), realizaron estudios empíricos en donde se midió el grado de correlación entre la variable de emprendimiento femenino con las variables de motivación, creatividad y apoyo familiar, tal como se ha considerado en el presente estudio. Finalmente, es investigación de tipo explicativa porque según Hernández, Fernández y Baptista (1988), este tipo de estudios, implican aspectos de exploración, descripción y correlación o asociación de variables y además de ello, se determina la causa de los eventos que se estudian. López et al. (2011); Fareed et al. (2017) y Sansores y Navarrete (2020), estudiaron a las variables de motivación y apoyo financiero y el impacto que generan en el emprendimiento femenino a través de estudios empíricos explicativos.

### 3.1.2 Diseño de la investigación

El diseño de esta investigación es no experimental porque, como lo señalan Hernández, Fernández y Baptista (1998), no se manipulan las variables de forma intencional, debido a que ya han sucedido, únicamente se observan los fenómenos tal como ocurren en el entorno natural y una vez obtenida la información se realiza su análisis. Coinciden Kerlinger et al. (2002) cuando argumentan que es la búsqueda empírica, en donde el investigador no tiene control directo de las variables independientes. Además, mencionan que el diseño no experimental se clasifica en transeccional o transversal de tipo correlacional-causal porque se describen variables y se analiza su incidencia e interrelación en un momento único en términos de la relación causa-efecto. Fatoki (2014); Dimitriadis, et al. (2017); Osorio, Settles y Shen (2017); Cabrera, Rodríguez y Csoban (2018) y Cortés y Landeta (2021), llevaron a cabo estudios empíricos no experimentales de tipo correlacional-causal.

Las técnicas por medio de las cuales se desarrolla la presente investigación son las siguientes:

- La primera corresponde a la técnica documental, donde se estudiaron antecedentes, hechos actuales y de contexto.
- La segunda es la técnica bibliográfica, puesto que se revisaron diversas fuentes de investigación desde los clásicos hasta los actuales, tales como: artículos de revistas científicas, tesis, libros, entre otros, con los cuales se dio soporte al marco teórico.
- La tercera es la técnica de campo, debido a que se utilizó un cuestionario, como instrumento de medición con el objetivo de recolectar la información de los sujetos de estudio lo que permitió evaluar estadísticamente si existe relación entre variables y si se cumplen las hipótesis tanto general como específicas (Creswell, 2012).

Así mismo, Edmonson y McManus (2007) señala que existen cuatro elementos claves en un proyecto de investigación de campo, los cuales se cumplen en el presente estudio: a) Pregunta de investigación: es viable para ser estudiada, se reduce a un tema específico, aborda tema de importancia tanto teórica como práctica, y puede ser respondida; b) Trabajo previo: se revisó el estado de la literatura, así como los trabajos de investigación teóricos y empíricos relacionados al emprendimiento femenino; c) Diseño de investigación: se señalan los datos recolectados a través de un cuestionario aplicado a las jóvenes universitarias, quienes son el sujeto de estudio y d) Contribución a la teoría: los resultados, nuevas ideas o conocimiento práctico que arrojaron los hallazgos del estudio, se muestran como aportación a la literatura.

### **3.2. Métodos de recolección de datos**

Una vez revisada la literatura, y debido a que el presente estudio de investigación sigue un enfoque cuantitativo, se integró y adaptó un cuestionario como instrumento de medición de otras investigaciones (Anexo 1), el cual fue conformado por preguntas cerradas en dos secciones, en la última sección, las preguntas fueron codificadas por escalas de Likert de cinco categorías de respuesta. De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (1998) este método se refiere al conjunto de ítems diseñados en forma de afirmaciones con el objetivo de obtener la reacción de los participantes, quienes eligen uno de los cinco puntos de la escala, a cada punto se le asigna un valor numérico.

A su vez, en el artículo de investigación realizado por Dawes (2008) y que coincide con Matas (2018) señala que la escala de Likert con cinco categorías es de las más comunes debido a que codificar los datos resulta sumamente sencillo tanto para los participantes como para el entrevistador. En la presente investigación se registraron datos observables que representaron a las variables tanto dependiente (emprendimiento femenino) como independientes (creatividad, motivación, tolerancia al fracaso, apoyo financiero y apoyo familiar), con el objetivo de vincular conceptos abstractos con empíricos para encontrar sentido a lo que se trata de describir (Zeller y Carmines, 1982).

### 3.2.1 Elaboración de la encuesta

Con la finalidad de obtener los datos que fueron analizados con rigor estadístico, el cuestionario estructurado resultó ser la mejor alternativa como instrumento de medición considerando que la investigación es de tipo cuantitativa. Según Hernández, Fernández y Baptista (1998) el instrumento seleccionado consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir, en donde el contenido de las mismas es tan variado como los aspectos a evaluar y pueden ser cerradas y abiertas. Para efectos del presente estudio, el cuestionario cuenta con los siguientes objetivos:

Objetivos generales del cuestionario:

- Obtener los datos o información sobre las variables, de cierta forma, con mayor rapidez.
- Conocer las características de la población total.
- Identificar actitudes, expectativas y opiniones sobre las variables analizadas.

Objetivos específicos del cuestionario:

- Conocer las características de las estudiantes universitarias de las instituciones públicas que conforman la población total de este estudio de investigación.
- Obtener información sobre antecedentes para identificar si cuentan con experiencia, conocimiento o capacitación sobre emprendimiento.
- Identificar los motivos principales para emprender un negocio, cual es la principal fuente de financiamiento y si cuentan con apoyo familiar para lograrlo, de acuerdo con a la opinión de las participantes.

Con el propósito de medir cada una de las variables del presente estudio se utilizaron varios instrumentos validados con Alfas de Cronbach de más de 0.70 y con coeficiente de fiabilidad mayor a 0.50, lo que permitió construir un cuestionario que fue adaptado y en algunas ocasiones traducido al español. La integración del instrumento de medición antes de la validación de expertos consistió en 56 ítems o preguntas, 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, siendo las siguientes: 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, bajo el esquema que se muestra en la tabla 3:

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

Variable	Número de preguntas
Y Emprendimiento femenino	11
X1 Creatividad	6
X2 Motivación	9
X3 Tolerancia al fracaso	6
X4 Apoyo financiero	6
X5 Apoyo familiar	5
<b>Total</b>	<b>43</b>

Fuente: Elaboración propia.

En cada una de las variables se retomaron ciertos ítems de otros instrumentos:

- Emprendimiento femenino fueron 11 preguntas traducidas al español y adaptadas de los instrumentos aplicados por los autores García et, al. (2017), Osorio, Settles y Shen (2017) y Anissa, Tentama y Basauri (2018).
- Creatividad seis ítems tomados de Dimitriadis et, al. (2017), Barrera (2017) y Athayde (2009).
- Motivación se mide con nueve ítems, algunos de ellos, traducidos al español de los instrumentos aplicados por Bianchi, Parisi y Salvatore (2016), Cortés y Landeta (2021), García et, al. (2017), Asociación de Emprendedores de Latinoamérica (2018) y Benzing y Chu (2009).

- Tolerancia al fracaso se utilizaron seis preguntas traducidas al español y adaptados de los instrumentos utilizados por Morris, Shirokova y Tsukanova (2017) y Anissa, Tentama y Basauri (2018).
- Apoyo financiero se adaptaron seis ítems del instrumento utilizado por Shakeel, Yaokuang y Gohar (2020), Osorio, Settles y Shen (2017), Welsh et al. (2018) y Asociación de Emprendedores de Latinoamérica (2018).
- Apoyo familiar se utilizaron cinco traducidos al español y adaptados de los instrumentos utilizados por Osorio, Settles y Shen (2017), Anissa, Tentama y Basauri (2018) y Welsh et al. (2018).

### 3.2.2 Operacionalización de las variables de la hipótesis

Las variables de control con su nomenclatura, definición y unidad de medición, utilizadas en el presente estudio para conocer las características tanto del perfil como socioeconómicas de los sujetos de estudio, fueron tratadas como covariables con el propósito de dar robustez al modelo de regresión lineal múltiple (Ver tabla 4).

**Tabla 4. Perfil del Encuestado (Variables de control)**

<i>Variable</i>	<i>Nomenclatura</i>	<i>Definición</i>	<i>Unidad de medición</i>
Género	GÉNERO	Sexo	Variable dummy 1=Mujer 2=Hombre
Edad	EDAD	Edad de las alumnas en años	Años
Estado civil	ESTADO_C	Estado civil de las alumnas	Casillas de verificación de 5 respuestas
Número de hijos	HIJOS	Número de hijos de las participantes	Número de hijos
Universidad	UNI	Institución educativa donde se encuentran inscritas las alumnas sujetas de estudio	Casillas de verificación de 4 respuestas
Semestre	SEMESTRE	Semestre en el que se encuentran estudiando	Números ordinales
Carrera	CARRERA	La licenciatura que se encuentran estudiando	Pregunta abierta
Tipo de vivienda	LUG_VIVE	Personas con quien vive cada participante	Casillas de verificación de 5 respuestas
Trabajo	TRABAJO	Situación laboral de cada participante	Variable dummy 1=Si 2=No

Ingreso mensual	ING_MEN	Rango de ingreso promedio mensual	Opción múltiple
Negocio familiar	NEG_FAM	Si se cuenta con negocio familiar	Variable dummy 1=Si 2=No
Negocio propio	NEG_PRO	Si se cuenta con negocio propio	Variable dummy 1=Si 2=No
Emprendimiento futuro	EMPREN_FUT	Deseo o intención de emprender en un futuro cercano	Variable dummy 1=Si 2=No

Fuente: Elaboración propia.

Así mismo, en la tabla 5 se muestran las definiciones o conceptos, tanto de la variable dependiente (emprendimiento femenino), como independientes (creatividad, motivación, tolerancia al fracaso, apoyo financiero y apoyo familiar) con la finalidad de identificar las unidades de medición y los ítems que forman cada una de ellas, corroborando así su consistencia respecto a los demás elementos.

**Tabla 5. Variables de investigación e indicadores de medición**

<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Unidad de medición</b>	<b>Ítems</b>
Dependiente Y Emprendimiento femenino en jóvenes universitarias	Son todas aquellas actividades llevadas a cabo por una mujer o grupo de mujeres con características como innovación, creatividad y aprovechamiento de oportunidades, sin tener temor al riesgo o fracaso que les sirven de motivación para desempeñar actividades empresariales, las cuales realizan con la finalidad de generar ingresos que impulsan su auto realización y empoderamiento (Gartner,1988; Sung y Duarte, 2015 y Saavedra et al. 2017).	Likert 1-5 1= Totalmente en desacuerdo 2= Desacuerdo 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo	De la pregunta 14 a la 22
Independiente X1 Creatividad	Es una cualidad atribuida al comportamiento, curiosidad o intuición de una persona, la cual le es de utilidad para la generación de nuevas ideas con el fin de dar solución a algún problema de forma original o diferente (Amabile, 1996; Rodríguez, 2017; Parra, 2017; Salazar et al., 2019).	Likert 1-5 1= Totalmente en desacuerdo 2= Desacuerdo 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo	De la pregunta 23 a la 27
Independiente X2 Motivación	El estímulo, fuerza o impulso provocado por un conjunto de factores internos y/o externos en la vida de una persona influyendo de forma importante en el comportamiento y acciones a realizar para el logro de los objetivos o metas propuestos, alcanzando satisfacción personal e independencia (Naranjo, 2009; Carsrud y Brannback, 2011; Robbins y Judge, 2013; Marulanda y Moreno, 2016; Herdjiono et al., 2017).	Likert 1-5 1= Totalmente en desacuerdo 2= Desacuerdo 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo	De la pregunta 28 a la 35
Independiente X3 Tolerancia al fracaso	Es uno de los procesos de aprendizaje más difíciles, pero a la vez, de más valor que conlleva el desafío de reconocer y aceptar que es inevitable cometer errores o equivocaciones en cualquier situación en la vida (Mejía et al., 2016; Kapepa y Vuuren, 2019; He, Bai y Xiao, 2020).	Likert 1-5 1= Totalmente en desacuerdo 2= Desacuerdo 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo	De la pregunta 36 a la 41
Independiente X4 Apoyo financiero	Se define como el aporte económico proveniente de diversas fuentes de ingresos como instituciones bancarias, inversionistas, familia y hasta recursos propios que le permiten a una persona iniciar, desarrollar y hacer crecer su negocio (Fareed et al., 2017; García, Zerón y Sánchez, 2018; Kuzieva, 2020).	Likert 1-5 1= Totalmente en desacuerdo 2= Desacuerdo 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo	De la pregunta 42 a la 47
Independiente X5 Apoyo familiar	Un sistema que brinda soporte emocional, intelectual y económico en las actividades y comportamientos entre los integrantes de una familia con el fin de ayudar a dar solución a ciertas situaciones de la vida diaria (King, L., Mattimore, King, D. y Adams, 1995; Steier, 2003; Osorio, Settles y Shen, 2017).	Likert 1-5 1= Totalmente en desacuerdo 2= Desacuerdo 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo	De la pregunta 48 a la 52

Fuente: Elaboración propia.



### 3.2.3 Métodos de evaluación de expertos

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 se refiere a si los ítems incluidos en el cuestionario o encuesta indican realmente lo que se pretende medir, por ello se somete a la valoración cualitativa por parte de expertos en el área, quienes juzgan la capacidad del instrumento.
- La validez de constructo que mide el grado en que las respuestas del instrumento pueden ser consideradas y utilizadas como medición del fenómeno que se pretende evaluar.
- La validez de criterio es la relación de la puntuación de cada sujeto 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 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. Tres evaluadores forman parte del comité revisor de la presente investigación, otros tres revisores son doctores expertos en emprendimiento, quienes emitieron sus observaciones relacionadas al contenido. Tres doctores en educación y una doctora en psicología también participaron en la revisión expresando su opinión respecto de la relevancia de los ítems, esto es, el criterio. Las observaciones emitidas pueden observarse en la tabla 6.

**Tabla 6. Expertos revisores**

<i>Expertos</i>	<i>Grado</i>	<i>Observaciones</i>
Comité doctoral	Doctorado en Ciencias políticas	Evitar preguntas que generen posible sesgo.
	Doctorado en Filosofía con Especialidad en Administración	Mejorar redacción de ítems.
	Doctorado en Filosofía con Especialidad en Administración	Evitar palabras como “muy” o “mucho”
Expertos en emprendimiento	Doctorado Administración y Dirección de Empresas	Definir ítems en torno a intención emprendedora o emprendimiento.
	Doctorado en Gestión Estratégica de las Organizaciones	Eliminación de ítems no relevantes en cuanto a creatividad.
	Doctorado en Filosofía con Especialidad en Administración	Recomendación de artículos con cuestionarios
Expertos en educación	Doctorado en Ciencias Sociales.	Mejoras en la redacción de ítems.
	Doctorado en Educación	Evitar palabras ambiguas.
	Doctorado en Tecnología Educativa y Educación a Distancia	Sugerencias sobre interpretación de ítems
Expertos en psicología	Doctorado en Ciencias Sociales.	Definir e interpretar conceptos de variables de enfoque o con características intrínsecas como motivación y tolerancia.

Fuente: Elaboración propia.

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 (Anexo 2). Una vez descartados los ítems con menor puntuación y realizadas las recomendaciones y observaciones de los expertos, el instrumento final se encuentra en Anexo 1. Los principales cambios fueron la eliminación de ítems en la variable de emprendimiento femenino, creatividad y motivación.

Con base en las recomendaciones de los expertos se presenta la integración de las preguntas en la encuesta definitiva (tabla 7) ya con las modificaciones propuestas por los expertos, las cuales fueron las siguientes: de la variable dependiente emprendimiento femenino de 11 se redujo a 8, creatividad de 6 a 5 y motivación de 9 a 8, dando como resultado un total de 38 ítems.

**Tabla 7. 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

Fuente: Elaboración propia.

### **3.3. Población, marco muestral y muestra**

La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES, 2021) señala que son ocho universidades las que se encuentran en la localidad de Guaymas Sonora, México, de las cuales, cinco instituciones educativas pertenecen al sector privado y tres son públicas. Para efectos de la presente investigación se tomaron en consideración únicamente las tres universidades públicas de la localidad, debido a que son las instituciones que cuentan con mayor número de alumnos, son las de mayor prestigio y presentan similitudes en sus programas educativos.

En la figura 6 puede observarse la ubicación geográfica del Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) y la Universidad Tecnológica de Guaymas (UTG) que se localizan hacia el norte de la ciudad, muy cerca la una de la otra, la proximidad favoreció en cierta medida el acceso a las instalaciones con la finalidad de solicitar autorización para la aplicación del instrumento, por el contrario, el Instituto Tecnológico de Guaymas (ITG) se encuentra ubicado hacia el sur de la localidad.

**Figura 6. Mapa de ubicación geográfica de las universidades**



Fuente: Elaboración propia

### **3.3.1. Tamaño de la muestra**

En la presente investigación, el universo de estudio se encuentra representado por las alumnas inscritas en las tres universidades públicas de Guaymas, Sonora México. Según datos de la ANUIES (2022) de un total 3,179 estudiantes, 1,667 son hombres y el resto representa la población femenina, es decir, 1,512 alumnas de todos los semestres quienes son el sujeto de estudio.

Como se puede observar en la tabla 8 se muestra el número de alumnas inscritas en el ciclo escolar 2021-2022 en las universidades públicas de Guaymas, Sonora, México: en el Instituto Tecnológico de Guaymas (ITG) fueron 345, para el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) 964 y de la Universidad Tecnológica de Guaymas (UTG) 203, por lo que el número total de estudiantes de género femenino fue de 1,512.

**Tabla 8. Marco muestral de la investigación**

<b>Criterios /Segmentación</b>	<b>Total, alumnos inscritos</b>	<b>Hombres universidades públicas</b>	<b>Mujeres universidades públicas</b>
Instituto Tecnológico de Guaymas	776	431	345
Instituto Tecnológico de Sonora	1,880	916	964
Universidad Tecnológica de Guaymas	523	320	203
<b>Total</b>	<b>3,179</b>	<b>1,667</b>	<b>1,512</b>

Fuente: Elaboración propia con base en datos de ANUIES (2022).

Bajo este concepto, en el presente estudio se utilizó un muestreo probabilístico, aleatorio simple debido a que todos los participantes tuvieron la misma posibilidad de ser seleccionados de una población total, y en donde uno de los objetivos fue el de reducir al máximo el error estándar de las predicciones. Para obtener el tamaño de la muestra se realizó el cálculo a través de la fórmula de poblaciones finitas (Rositas 2014):

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

- Donde se tuvieron los siguientes datos: N, corresponde al tamaño de la población, que en este caso son 1, 512 alumnas de las tres universidades públicas de la localidad de Guaymas, Sonora, México.
- Z, es el valor de la distribución normal estandarizada y fue de 1.96 al considerar un nivel de confianza de 95%.
- e, es el error de muestra que puede tomar valores de 1% a 5%. En este caso, se utilizó el 5%.
- p, es la probabilidad de éxito (0.50).
- q, es la probabilidad de fracaso (0.50).

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%, se obtiene n que representa el tamaño de la muestra, por lo que el resultado es de 307 jóvenes universitarias.

Con el objetivo de reducir el sesgo y lograr que la muestra represente de la mejor forma posible a la población, se utilizó la técnica de estratificación, obteniendo el número de alumnas sujetas de estudio de cada una de las universidades que forman a cada estrato o subgrupos, para ello se aplicó la fórmula siguiente:

$$n_h = \left( \frac{N_h}{N} \right) X n$$

- De donde se desprende, de acuerdo con Lohr (2021) que  $n_h$  representa al tamaño de la muestra para el estrato h.
- $N_h$  es el tamaño de la población del estrato h.
- N es el tamaño total de la población.
- n es el tamaño total de la muestra.

Una vez aplicadas las fórmulas de población finita y de estatificación, la distribución de la muestra resulta de la siguiente forma: 70 estudiantes en ITG, 196 en ITSON y 41 en UTG (Ver tabla 9).

**Tabla 9. Estratificación de la muestra inicial**

<b>Personas a quienes se les aplicó el cuestionario</b>				
Universidad	ITG	ITSON	UTG	Total
N	345	964	203	1,512
%	22.82%	63.76%	13.42%	100%
<b>n = 307</b>				
<b>nh por escuela</b>	<b>70</b>	<b>196</b>	<b>41</b>	<b>307</b>

Fuente: Elaboración propia.

Cabe señalar que, a pesar de que la muestra fue de 307 estudiantes se obtuvieron 369 cuestionarios contestados que fueron utilizados para los resultados finales, datos que se muestran en la tabla 10, de acuerdo a su estratificación.

**Tabla 10. Estratificación de la muestra final**

<b>Personas totales quienes contestaron el cuestionario</b>				
Universidad	ITG	ITSON	UTG	Total
N	345	964	203	1,512
%	22.82%	63.76%	13.42%	100%
<b>n = 369</b>				
<b>n por escuela</b>	<b>84</b>	<b>235</b>	<b>50</b>	<b>369</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 3.3.2 Sujetos de Estudio:

Los sujetos de estudio que son las jóvenes universitarias que se encuentran cursando algún semestre de licenciatura 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.

### 3.4. Métodos de Análisis

Para obtener los resultados se utilizó la estadística descriptiva en primer lugar con el propósito de elaborar porcentajes y gráficas que muestren el perfil del encuestado y la inferencial-correlacional en segunda instancia, en donde se hizo uso de la prueba estadística no paramétrica de regresión lineal múltiple con la finalidad de identificar el impacto existente entre las variables tanto independientes como la dependiente. Se llevó

a cabo la verificación de los cinco supuestos o condiciones básicas del modelo regresión lineal y para el análisis de datos fue utilizado el Software estadístico SPSS 23.

En este capítulo se analiza tanto el tipo como el diseño de la investigación; el método de recolección de datos a través del uso del cuestionario como instrumento de medición; la operacionalización de las variables que permiten mostrar el desarrollo del instrumento; la población, marco muestral (se determina el número de participantes de forma general a la particular) y muestra; los sujetos de estudio y los métodos de análisis utilizados con el fin de describir la relación existente entre variables independientes con la dependiente.



## Capítulo 4 ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el presente capítulo se presenta primero la prueba piloto con un porcentaje de la población de estudio. En segundo lugar, se muestra la estadística descriptiva del perfil del encuestado y en tercer lugar los resultados finales del análisis estadístico a través del método de regresión lineal múltiple. Finalmente, la comprobación de las hipótesis operativas propuestas, es decir, las que se cumplen y la que se rechaza.

### 4.1 Prueba piloto

Se aplicó una prueba piloto con un porcentaje de la población de estudio que en este caso fue de 25 estudiantes universitarias del Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), a quienes se les envió el cuestionario a través de *Google Forms*. Primeramente, para tener acceso a las alumnas participantes, se solicitó el consentimiento de las autoridades de la institución educativa. Posteriormente se realizó la invitación a participar de forma voluntaria e informada a las alumnas que mostraron interés en participar en el estudio, se garantizó la confidencialidad de la información proporcionada. En cuanto al análisis estadístico fue necesario la creación de bases de datos tanto en Excel como en el programa IBM SPSS (versión 23).

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 Alpha de Cronbach es de 0.7, 0.6 es cuestionable y  $> 0.5$  es pobre, mientras que mayor a 0.9 es redundante (Oviedo y Campo, 2005).

En la tabla 11 se muestra el Alpha de Cronbach con niveles aceptables en cinco variables del presente estudio, en cada una de ellas se obtuvieron valores mayores a 0.7. Sin embargo, en la variable independiente tolerancia al fracaso (X3) los resultados

muestran una puntuación de -0.317, por lo que en los datos estadísticos se sugirió la eliminación del ítem número 35 y con ello el Alpha de Cronbach aumentó a 0.645.

**Tabla 11. Alpha de Cronbach de prueba piloto**

<b>Variable</b>	<b>No. de preguntas originales</b>	<b>Resultados</b>	<b>No. de preguntas finales</b>	<b>Resultados</b>
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

Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS.

## 4.2 Resultados finales

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (1998) el orden metodológico se presenta en primer lugar con el análisis de estadística descriptiva del perfil del encuestado y en segundo lugar se efectúa un análisis de estadística multivariada a través de la aplicación del método de regresión múltiple para comprobar las hipótesis. Habiendo recabado todos los datos y con la finalidad de obtener resultados finales, el análisis de estos fue llevado a cabo a través del software IBM SPSS Statistics 23.

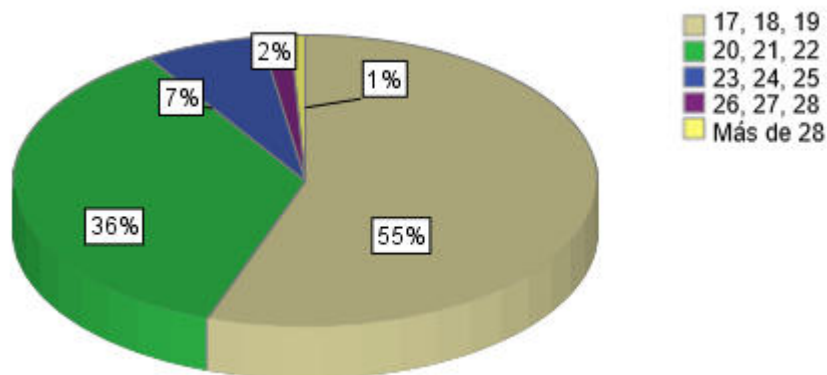
### 4.2.1 Estadística descriptiva del perfil de encuestado

La muestra total aplicada fue de 307 encuestas a estudiantes universitarias, sin embargo, se recibieron un total de 369 respuestas que fueron tomadas en cuenta para los resultados finales. Los primeros datos analizados muestran la descripción y perfilamiento de los encuestados. Para ello fueron utilizados 13 ítems, de los cuales los primeros ocho proporcionan información demográfica (sexo, edad, estado civil, número de hijos, universidad donde estudia, semestre actual, carrera actual y lugar donde vive) y los cinco restantes muestran información sobre la situación económica de las

participantes (trabajo actual, ingreso promedio mensual, negocio familiar, negocio propio y la pregunta detonante: si le gustaría emprender en un futuro cercano). A continuación, se muestran los resultados obtenidos mediante el análisis descriptivo de cada uno de ellos.

En la figura 7, se observan los resultados de la edad de las alumnas encuestadas, en donde un poco más de la mitad son jóvenes de 17, 18 y 19 años, lo que significa que se tiene una perspectiva mayor de la opinión de las alumnas que están iniciando sus estudios sobre el emprendimiento femenino mientras que sólo el 3% son mayores a 26 años.

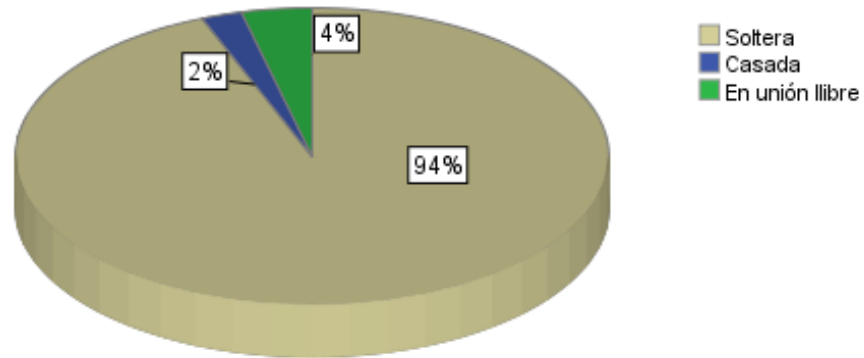
**Figura 7. Rango de edades de las participantes**



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

Respecto al estado civil (ver figura 8), es importante señalar que la casi totalidad de las universitarias son solteras (94%), lo cual podría deberse a que la mayoría de las participantes en este estudio son muy jóvenes y van iniciando sus estudios de nivel superior, así mismo, es significativo conocer los factores que inciden en el emprendimiento femenino a esta temprana edad.

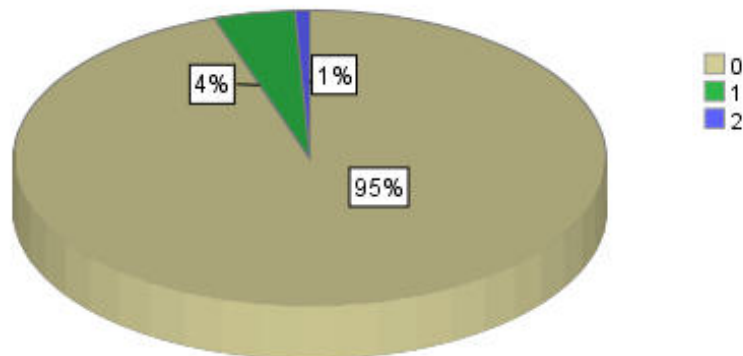
**Figura 8. Estado civil de las participantes**



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

Con relación al número de hijos se puede observar en la figura 9 que casi el total de las participantes en el estudio, es decir, 345 alumnas no tienen hijos, podría deberse a factores como la edad de las participantes y que van iniciando sus estudios. Sería más sencillo que al no contar con hijos puedan crear sus propios negocios, ya que supondría que las energías, tiempo y esfuerzos serían destinados para ellas mismas.

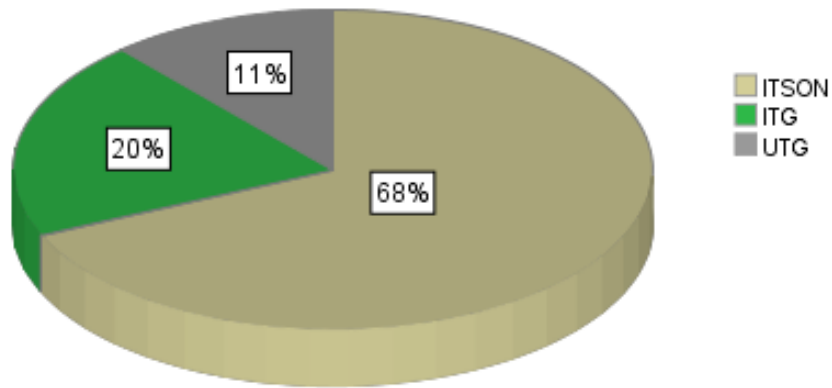
**Figura 9. Número de hijos de las participantes**



Fuente: Elaboración propia en base al SPSS

La figura 10 muestra a las tres Universidades públicas donde estudian las encuestadas, la mayor parte (68%) estudia en el Instituto Tecnológico de Sonora, ya que es una universidad en la que se cuenta con mayor número de alumnos en la localidad.

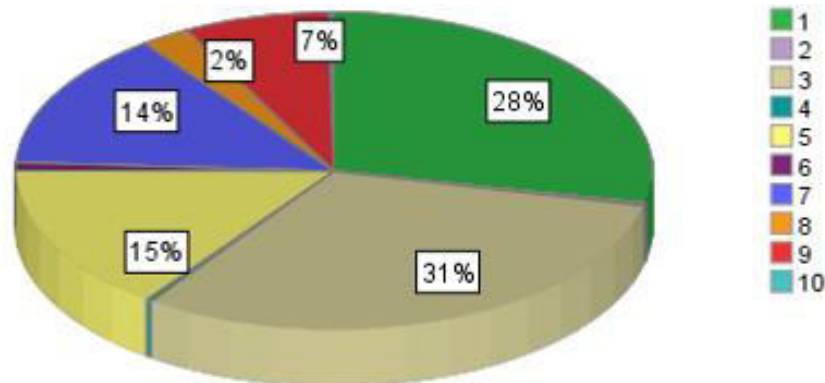
**Figura 10. Universidad donde estudian las participantes**



Fuente: Elaboración propia en base al SPSS

En la figura 11 se observa que en el primero y tercer semestre es donde se encuentra la mayoría de las alumnas encuestadas quienes representan más de la mitad, es decir 59%. Por lo que los resultados muestran el sentir sobre el emprendimiento de las estudiantes que va iniciando sus estudios universitarios.

**Figura 11. Semestre que estudian las participantes**

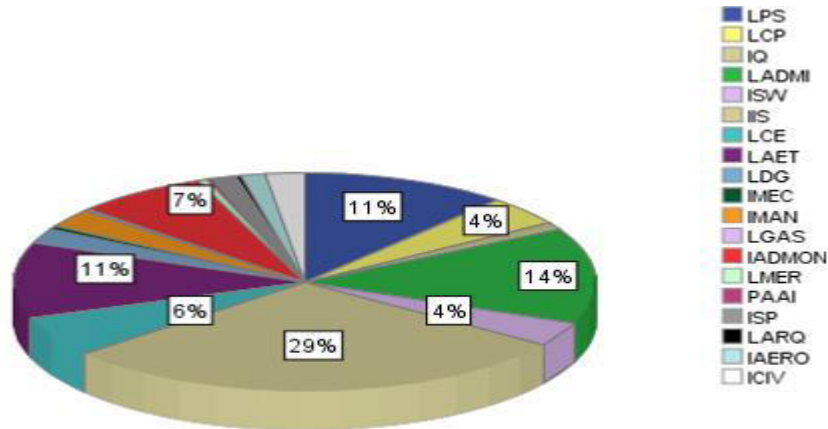


Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

En cuanto a la carrera que obtuvo mayor porcentaje de participación de estudiantes con un 29% es ingeniería industrial y de servicios, lo que sugiere que en esa licenciatura es donde se encuentra la mayoría de las alumnas encuestadas, en

contraparte, contaduría pública solo representó el 4%, lo que quizá se deba a que la población estudiantil es menor en dicha carrera (Ver figura 12).

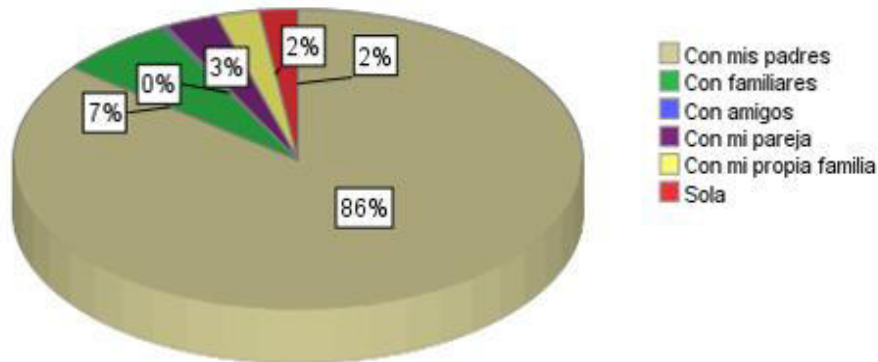
**Figura 12. Carrera que estudian las participantes**



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

En la figura 13 se observa que casi la totalidad de las alumnas encuestadas (86%), aseguran vivir con sus padres, por lo que podría suponerse que resultaría más sencillo tanto el estudio del emprendimiento como la creación de sus propios negocios debido a que al no contar con su propia familia (esposo e hijos) las energías, tiempo y esfuerzos podrían ser destinados para sus estudios, y/o sus propias empresas.

**Figura 13. Lugar donde viven las participantes**

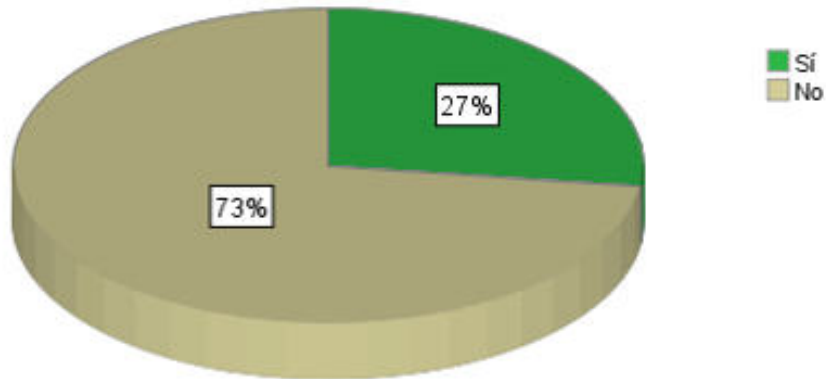


Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

En relación con la pregunta si las alumnas trabajan, en la figura 14 se muestra que la mayoría, es decir, 267 de ellas no trabaja, lo podría significar que como la gran mayoría

de las participantes aseguró vivir con sus padres, es lógico suponer que son ellos quienes apoyan en su manutención, y al no contar con la preocupación de la obtención de un ingreso, podría facilitar el estudio del emprendimiento, al poder dedicarle más tiempo.

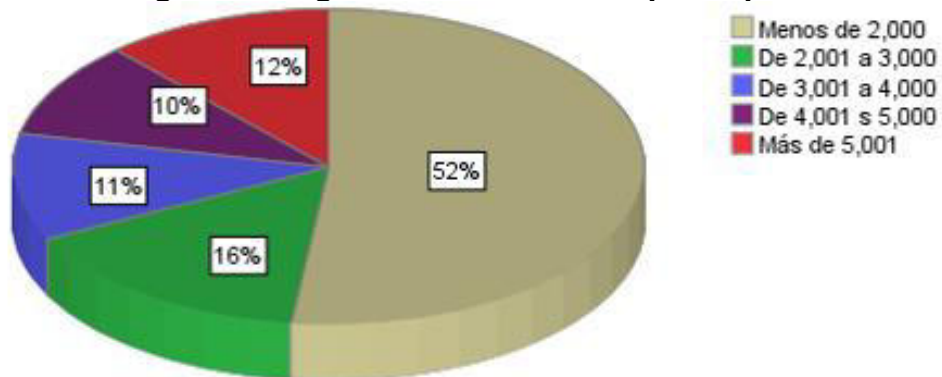
**Figura 14. Trabajan las estudiantes encuestadas**



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

Es curioso observar que a pesar de que el 73% de las alumnas encuestadas aseguraron no contar con trabajo, si señalaron tener ingresos. Como se observa en la figura 15, la mayoría de las estudiantes (51%) obtienen menos de 2,000 pesos, el 16% señaló obtener entre \$2,000 y \$3,000, el 12 % obtiene más de \$5,000, el 11% entre \$3,000 y \$4,000 y el 10% entre \$4,000 y 5,000 pesos, que pudiera ser alguna aportación que les dan sus padres o que quizá cuenten con alguna beca estudiantil.

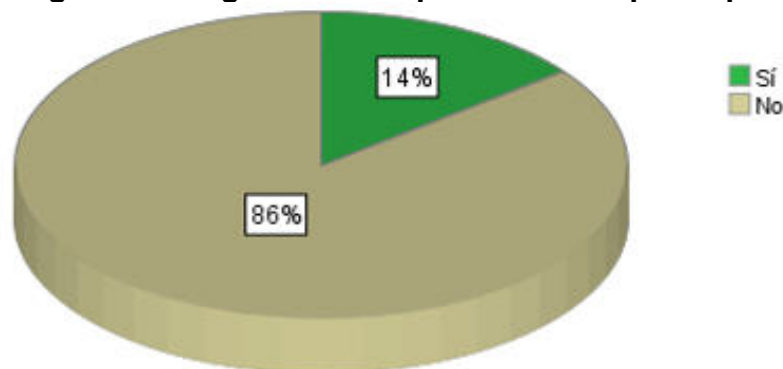
**Figura 15. Ingreso mensual de las participantes**



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

La figura 16 muestra que la mayoría de los padres de las alumnas que participaron en las encuestas (86%) no cuentan con negocio propio. Lo que sugiere que quizá las alumnas no cuenten con experiencia en emprendimiento de forma práctica, por ello la importancia de tomar los cursos de emprendimiento.

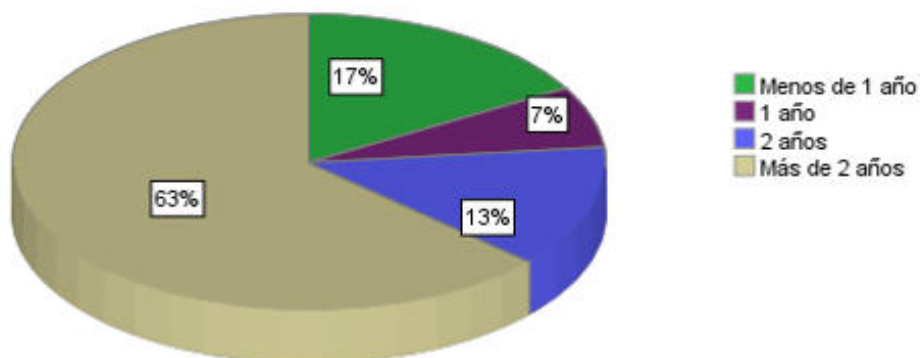
**Figura 16. Negocio de los padres de las participantes**



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

Del 14% de los padres que cuentan con negocio propio el 63% tienen más de dos años con la empresa, lo que señala que se pueden considerar como negocios consolidados en donde las alumnas pudieran contar con experiencia práctica en el negocio familiar (figura 17).

**Figura 17. Tiempo con el negocio de los padres de las participantes**

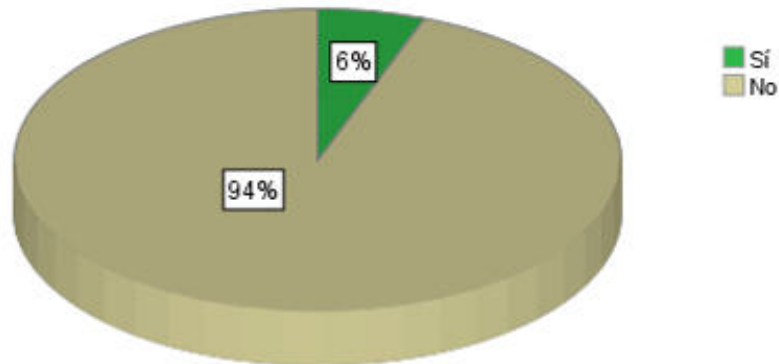


Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS



La figura 18 muestra que solo 21 alumnas (6%) cuentan con negocio propio, lo que implica que el resto 94% podrían requerir motivación o herramientas para lograr su propio emprendimiento, las cuales pudieran ser adquiridas con las teorías presentada en clases.

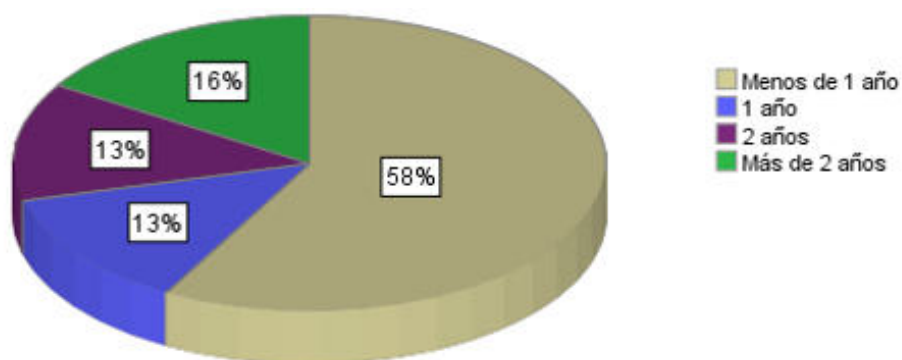
**Figura 18. Negocio propio de las participantes**



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

De las participantes que cuentan con negocio propio, el 58% tienen menos de un año de operaciones, lo que significa que son empresas de nueva creación por lo que la información y experiencia que pudieran obtener en los cursos en las universidades les podrían ser de utilidad para que sus empresas se desarrollen, prosperen y no cierren (Ver figura 19).

**Figura 19. Tiempo con el negocio de las participantes**

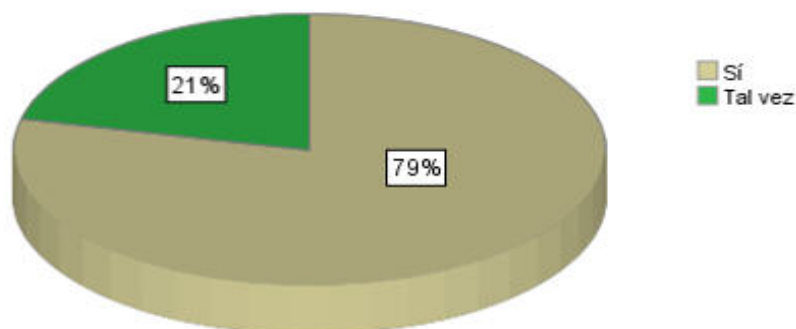


Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

En relación con la pregunta detonante ¿Te gustaría emprender en un futuro cercano?, tal como se muestra en la figura 20, el 79%, es decir, 288 alumnas contestaron

que sí les gustaría emprender, lo que significa que podría facilitarse el realizar estudios de emprendimiento y/o iniciar su propia empresa.

**Figura 20. ¿Te gustaría emprender en un futuro cercano?**



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

#### 4.2.2. Análisis estadístico (regresión lineal múltiple)

Con el propósito de corroborar la consistencia interna de las respuestas obtenidas de la muestra del presente estudio, en la tabla 12 se presentan los resultados finales de la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach para las variables tanto dependiente como independientes, en comparación con los datos de la prueba piloto, en donde se muestra que, en su mayoría, los coeficientes han aumentado indicando mejoras en la consistencia interna, excepto en la variable apoyo financiero que redujo su valor.

**Tabla 12. Alpha de Cronbach de resultados finales en comparación con prueba piloto**

Variable	No. de preguntas finales	Resultados Prueba piloto	Resultados finales
Y Emprendimiento femenino	8	.730	.812
X1 Creatividad	5	.729	.873
X2 Motivación	8	.705	.796
X3 Tolerancia al fracaso	6	.645	.748
X4 Apoyo financiero	6	.706	.699
X5 Apoyo familiar	5	.879	.879

Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS.

Los resultados derivados de la investigación y la comprobación de las hipótesis, se llevaron a cabo a través del método de regresión lineal múltiple, el cual, de acuerdo con Hair, et al. (2010) es la técnica estadística empleada para analizar la relación entre variables independientes con la dependiente; para ello se consideraron los cinco supuestos o condiciones básicas del modelo regresión lineal que son: linealidad (test de correlación de Pearson), homocedasticidad, normalidad, independencia (pruebas de Durbin-Watson) y no colinealidad (cálculo del valor de Tolerancia y el Índice de Valor de Inflación de Varianza).

A continuación, se explican cada una de ellas:

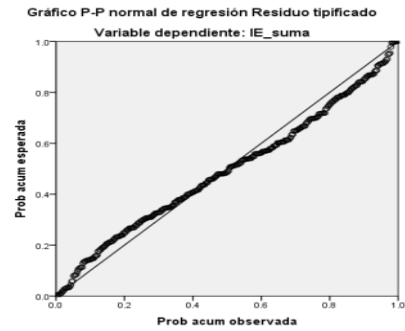
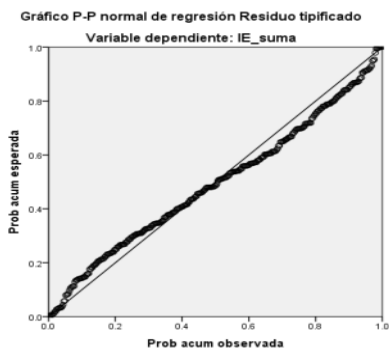
**a) Linealidad:**

Según Venter y Maxwell (2000) y Montgomery, Peck & Vining (2021), la linealidad es un supuesto de la regresión lineal que señala que tan exactas son las mediciones de un instrumento, informa si el sistema de medición tiene la misma exactitud para todos los valores de referencia e indica que el valor esperado de la variable dependiente se explica linealmente a través de las variables independientes.

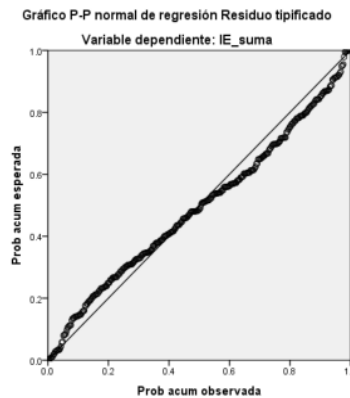
De acuerdo a los datos analizados, en los resultados de la figura 21 se observa de forma grupal que no hay indicios de formas curvilíneas en los residuales, en su lugar, se dispersan a lo largo de una línea cerca de ser horizontal, lo que sugiere una conexión lineal entre las variables independientes con la dependiente.

**Figura 21. Análisis gráficos de linealidad de las variables independientes con la dependiente**

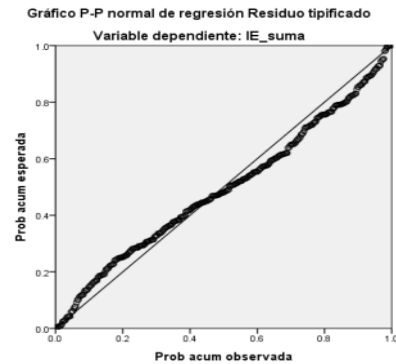
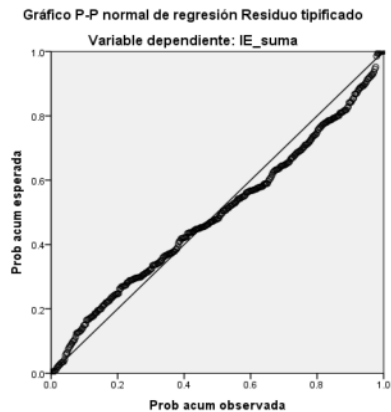
a) Emprendimiento femenino y creatividad      b) Emprendimiento femenino y motivación



c) Emprendimiento femenino y tolerancia al fracaso



d) Emprendimiento femenino y apoyo financiero      e) Emprendimiento femenino y apoyo familiar



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

En la tabla 13 se muestra la matriz de correlaciones con la que se confirma la relación estadística lineal entre todas las variables cuantitativas, en donde el valor de r de Pearson indica que las relaciones de la variable independiente (EF) con CR muestran una utilidad práctica alta para este estudio, debido a que el valor se encuentra entre  $0.60 < r < 0.80$ ; en cuanto a la relación de EF con M y TF presentan una correlación moderada al encontrarse entre los valores entre  $0.40 < r < 0.60$  y por último la correlación de EF con AFI y AFA es baja, debido a que el valor se encuentra entre  $0.20 < r < 0.40$ . Esta interpretación se basa en las pautas proporcionadas por Cohen (2013).

**Tabla 13 Matriz de correlaciones de Pearson**

		Correlaciones					
		EF	CR	M	TF	AFI	AFA
EF	Correlación de Pearson	1	.624**	.486**	.517**	.246**	.378**
	Sig. (bilateral)		.000	.000	.000	.000	.000
CR	Correlación de Pearson	.624**	1	.477**	.620**	.155**	.388**
	Sig. (bilateral)	.000		.000	.000	.003	.000
M	Correlación de Pearson	.486**	.477**	1	.389**	.285**	.362**
	Sig. (bilateral)	.000	.000		.000	.000	.000
TF	Correlación de Pearson	.517**	.620**	.389**	1	.215**	.300**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000		.000	.000
AFI	Correlación de Pearson	.246**	.155**	.285**	.215**	1	.258**
	Sig. (bilateral)	.000	.003	.000	.000		.000
AFA	Correlación de Pearson	.378**	.388**	.362**	.300**	.258**	1
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000	

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

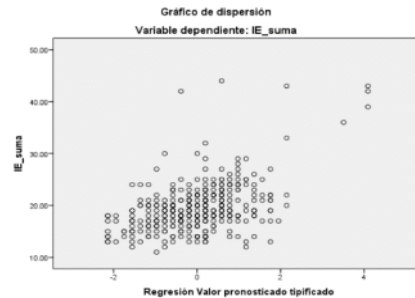
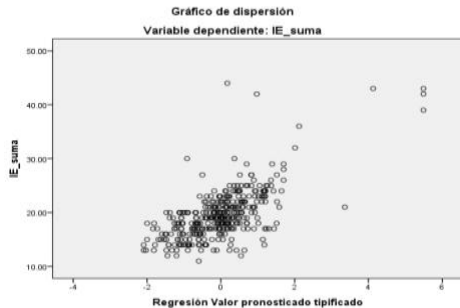
## b) Homocedasticidad.

De acuerdo con Fox (2016), es otro supuesto del modelo de regresión referente a la dispersión de los valores de un error aleatorio, en donde se considera que la variable se distribuye con una varianza constante en cualquiera de las estimaciones realizadas. Los resultados sobre homocedasticidad de la presente investigación se muestran en la figura 22 donde los residuales se ubican en una distribución aproximadamente equitativa

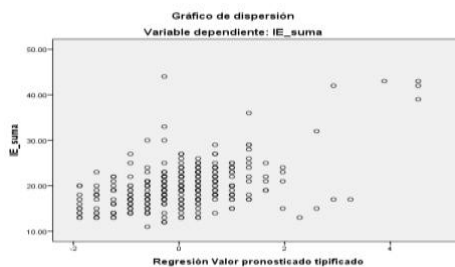
tanto por encima como por debajo de cero. Por lo consiguiente, podría considerarse que se cumple con esta condición.

**Figura 22. Análisis gráficos de homocedasticidad de las variables independientes con la dependiente**

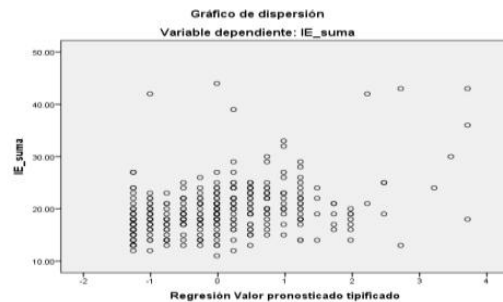
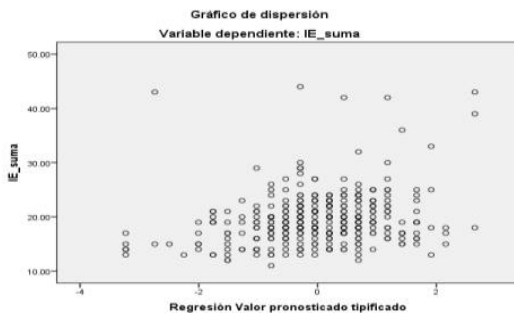
a) Emprendimiento femenino y creatividad      b) Emprendimiento femenino y motivación



c) Emprendimiento femenino y tolerancia al fracaso



d) Emprendimiento femenino y apoyo financiero      e) Emprendimiento femenino y apoyo familiar



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

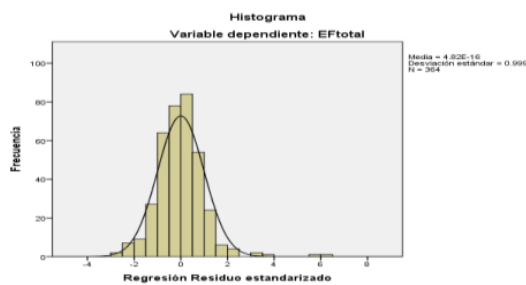
### c) Normalidad

Tercer supuesto de regresión lineal múltiple consistente en que todas las muestras tanto de las variables independientes como de la dependiente se encuentran distribuidos normalmente. En la figura 23 se observa que la disposición de los puntos y los residuales

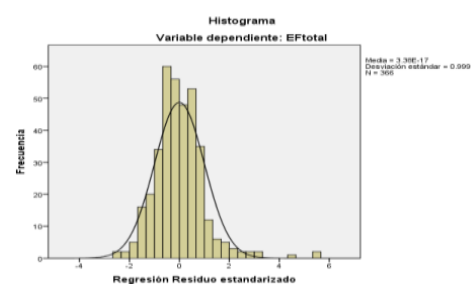
aparece distribuida, de forma general, aproximadamente a lo largo de la diagonal sin presentar inconsistencias importantes o consistentes, por lo tanto, se sugiere que la distribución de los datos sigue una forma normal. (Venter & Maxwell, 2000; Hair et al., 2010; Seber, & Lee, 2012)

**Figura 23. Análisis gráficos de normalidad de las variables independientes con la dependiente**

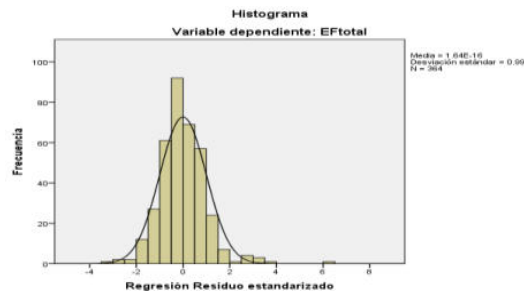
a) Emprendimiento femenino y creatividad



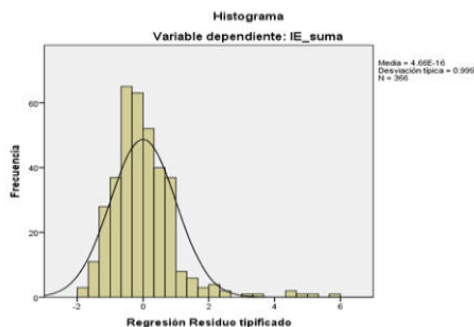
b) Emprendimiento femenino y motivación



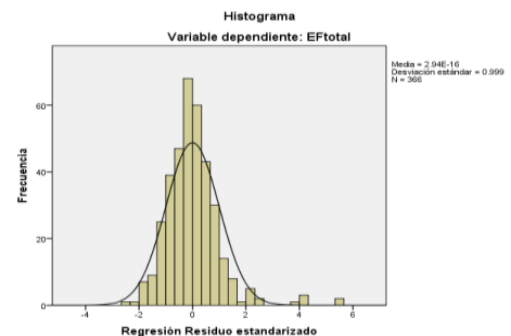
c) Emprendimiento femenino y tolerancia al fracaso



d) Emprendimiento femenino y apoyo financiero



e) Emprendimiento femenino y apoyo familiar



Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

#### **d) No colinealidad.**

De acuerdo con Laerd, (2015) la colinealidad existe cuando alguno de los coeficientes de correlación simple o múltiple entre dos o más variables independientes es igual a 1, es decir, cuando algunas de las variables están correlacionadas entre sí. Para determinar si existe colinealidad entre las variables independientes es necesario realizar las siguientes pruebas de calidad:

- **Índice de factor de inflación de varianza (FIV).** El punto de referencia estándar es de 10 para el FIV (Hair et al., 2010). En situaciones de muestras reducidas, se sugiere tomar en cuenta rangos de FIV entre 3 y 5 con sus respectivos valores de tolerancia (Denis, 2019).
- **Significancia.** Es la medida de fiabilidad en los resultados de un análisis que permite tener confianza en los mismos, es decir, es la probabilidad de que una relación entre dos o más variables en una investigación no es producto de la coincidencia, sino que es causada por otro factor. Los intervalos de confianza del 95% indican certeza, por lo que el valor aceptable de significancia debe ser menor a 0.05, lo cual indica el 5% de incertidumbre (Hair, Ringle y Sarstedt, 2011).
- **Tolerancia.** Una cierta cantidad de error ocurrirá inevitablemente entre valor medido y el valor verdadero, a esta diferencia entre las dimensiones máximas y mínimas de los errores permitidos se le denomina tolerancia. Se calcula a partir de la fórmula:  $\text{tolerancia} = 1/\text{FIV}$  (Denis, 2019).

El análisis de resultados se llevó a cabo a través del método estadístico Intro y posteriormente, para la obtención del mejor modelo se utilizó el método de pasos. En la tabla 14 se presentan los resultados obtenidos por el método Intro, que indican si se cumple con el supuesto de no colinealidad, donde se encuentran los datos del modelo de la variable dependiente de emprendimiento femenino (EF) y las variables dependientes de creatividad (CR), motivación (M), tolerancia al fracaso (TF), apoyo financiero (AFI) y apoyo familiar (AFA). Los valores son aceptables y se cumple el supuesto de no



colinealidad en cinco de variables, debido a que índice de factor de inflación de varianza (FIV) es menor a 5 y por consiguiente menor a 10, así como la significancia es menor a 0.05 (excepto en la variable de apoyo financiero que es de 0.107). La tolerancia en cada uno de los casos es menor a 1 tal y como lo señalan Denis, (2019) y Hair, Ringle y Sarstedt, (2011).

**Tabla 14. Coeficientes de los estadísticos de colinealidad utilizando el método Intro**

Modelo	Coeficientes <sup>a</sup>							
	Coeficientes no estandarizados		Coefficient es tipificados	T	Sig.	Estadísticos de colinealidad		
	B	Error típ.	Beta			Tolerancia	FIV	
(Constante)	5.444	1.047		5.201	.000			
1	CR	.573	.080	.382	7.167	.000	.525	1.904
	M	.160	.043	.173	3.733	.000	.695	1.439
	TF	.271	.076	.179	3.561	.000	.593	1.687
	AFI	.077	.048	.066	1.614	.107	.885	1.130
	AFA	.118	.052	.100	2.288	.023	.784	1.275

a. Variable dependiente: EF  
 FIV < 5 < 10  
 Sig. < 0.05  
 Tolerancia > 1

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del SPSS.

### e) Independencia.

Dos variables son independientes cuando el comportamiento de una de ellas no se ve afectado por los valores que toma la otra. Para determinar la independencia de variables se utiliza la prueba de Durbin-Watson, en donde se consideran independientes si el estadístico se encuentra entre 1.5 y 2.5 (Savin & White, 1977). Así mismo, otra prueba estadística para determinar la independencia es el R<sup>2</sup>, el cual indica el grado en que el modelo es explicado por las variables independientes, es decir, revela la capacidad de predicción del modelo, por lo que entre más cercano sea el resultado a 1 mayor será su poder predictivo y por lo tanto se considera mayormente robusto, la clasificación

propuesta de R2 es la siguiente: 0.75 resultados sustanciales, 0.5 moderados y 0.25 débiles (Hair, Ringle y Sarstedt, 2011).

La tabla 15 muestra los coeficientes de los estadísticos del presente estudio a través del método Intro, con el propósito de identificar si se cumple con el supuesto de independencia de la variable dependiente de emprendimiento femenino (EF) y las variables independientes de creatividad (CR), motivación (M), tolerancia al fracaso (TF), apoyo financiero (AFI) y apoyo familiar (AFA). Se establece que existe independencia de los residuales según lo indicado por el estadístico Durbin-Watson de 2.162, y se observa un valor de correlación múltiple de .685 para el coeficiente de determinación R2 en el modelo, que alcanza .470 con una R2 ajustada de .462. Esto sugiere que el modelo desarrollado explica el .462 de la variable dependiente.

**Tabla 15. Coeficientes de los estadísticos de independencia utilizando el método Intro**

<b>Resumen del modelo<sup>b</sup></b>					
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
1	.685 <sup>a</sup>	.470	.462	3.47713	2.162
a. Variables predictoras: (Constante), AFA, AFI, TF, M, CR					
b. Variable dependiente: EF					
Durbin Watson entre 1.5 y 2.5					

Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

Tomando en consideración los análisis estadísticos realizados, la comprobación de los supuestos, así como los constantes de Beta y una vez eliminada la variable no estadísticamente significativa, el mejor modelo de acuerdo con el método de pasos, de la presente investigación, es el modelo 4, en donde la R2 es de .466 y la R. ajustada es de .460 con un estadístico de Durbin Watson de 2.153, como se observa en la tabla 16.

**Tabla 16. Resumen del modelo de regresión lineal múltiple utilizando el método de pasos**

Resumen del modelo <sup>e</sup>					
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
1	.624 <sup>a</sup>	.390	.388	3.70788	
2	.658 <sup>b</sup>	.433	.430	3.57917	
3	.675 <sup>c</sup>	.456	.451	3.51228	
4	.682 <sup>d</sup>	.466	.460	3.48495	2.153

a. Variables predictoras: (Constante), CR  
b. Variables predictoras: (Constante), CR, M  
c. Variables predictoras: (Constante), CR, M, TF  
d. Variables predictoras: (Constante), CR, M, TF, AFA  
e. Variable dependiente: EF

Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

Del modelo anteriormente mencionado, se deduce que la variable independiente creatividad es la que mayor peso tiene, es decir, la variable creatividad (X1) se relaciona al 56% con el emprendimiento femenino, si se es muy creativo es mayor el emprendimiento femenino. La segunda variable de acuerdo a su peso, es la tolerancia al fracaso (X3), entre mayor tolerancia al fracaso mayor emprendimiento femenino y se relaciona al 29%, en tercer lugar, la variable motivación (X2), entre más motivado mayor emprendimiento femenino, esta se relaciona al 17% y como cuarto lugar el apoyo familiar (X5), entre mayor apoyo familiar mayor emprendimiento femenino, la cual se relaciona al 13%, tal como se muestra en la tabla 17.

**Tabla 17. Coeficientes de los estadísticos de independencia del mejor modelo utilizando el método de pasos**

Modelo		Coeficientes <sup>a</sup>								
		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.	Intervalo de confianza de 95.0% para B		Estadísticos de colinealidad	
		B	Error típ.	Beta			Límite inferior	Límite superior	Tolerancia	FIV
1	(Constante)	10.587	.626		16.906	.000	9.356	11.819		
	CR	.937	.062	.624	15.171	.000	.815	1.058	1.000	1.000
2	(Constante)	8.058	.774		10.409	.000	6.536	9.580		
	CR	.766	.068	.511	11.283	.000	.633	.900	.770	1.299
	M	.220	.042	.237	5.231	.000	.137	.302	.770	1.299
3	(Constante)	6.867	.820		8.371	.000	5.254	8.480		
	CR	.605	.079	.403	7.669	.000	.449	.760	.551	1.816
	M	.196	.042	.212	4.715	.000	.114	.278	.754	1.327
	TF	.294	.076	.193	3.848	.000	.144	.444	.602	1.661
4	(Constante)	6.483	.827		7.836	.000	4.856	8.111		
	CR	.563	.080	.375	7.049	.000	.406	.720	.528	1.893
	M	.173	.042	.186	4.085	.000	.090	.256	.719	1.391
	TF	.286	.076	.188	3.768	.000	.137	.435	.601	1.664
	AFA	.131	.051	.111	2.576	.010	.031	.232	.805	1.242

a. Variable dependiente: EF

Fuente: Elaboración propia con base en resultados del SPSS

Derivado de los resultados anteriores y debido a que en el contexto de un modelo de regresión lineal múltiple la relación de las variables predictores (independientes) y la variable dependiente, se puede expresar mediante una ecuación matemática, se deduce que el mejor modelo que explica de forma estadísticamente significativa a la variable dependiente Y, en donde:  $CR\beta_1=0.563$ ,  $p<0.05$ ;  $M\beta_2=-0.173$ ,  $p<0.05$ ;  $TF\beta_3=0.286$ ,  $p<0.05$ ;  $AFA\beta_5=0.131$ , es:

$$Y = 6.486 + 0.563X_{CR} + 0.173X_M + 0.286X_{TF} + 0.131AFA$$

### 4.3 Comprobación de Hipótesis

Con base en los resultados presentados se señala que de las hipótesis operativas establecidas a partir de la hipótesis general (Los factores que permiten impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias son: la creatividad, la motivación, la

tolerancia al fracaso, el apoyo financiero y el apoyo familiar), se aceptan cuatro, las cuales tienen una relación positiva y estadísticamente significativa, mientras que el apoyo financiero se relaciona de forma negativa con la variable criterio, por lo que es rechazada (Ver tabla 18).

**Tabla 18. Resultados de las Hipótesis Operativas**

HIPOTESIS	VALOR DE BETA	SIGNIFICANCIA	RESULTADOS
H1= El factor de creatividad permite impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de Guaymas, Sonora, México.	.573	.000	APROBADA
H2= El factor de motivación permite impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de Guaymas, Sonora, México.	.160	.000	APROBADA
H3= El factor de tolerancia al fracaso permite impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de Guaymas, Sonora, México.	.271	.000	APROBADA
H4= El factor de apoyo financiero permite impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de Guaymas, Sonora, México.	.077	.107	RECHAZADA
H5= el factor de apoyo familiar permite impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de Guaymas, Sonora, México.	.118	.023	APROBADA

Fuente: Elaboración propia

En este capítulo, se puntualiza la realización de la prueba piloto, que se llevó a cabo con una porción representativa de la población de estudio. Posteriormente, se presenta un análisis descriptivo de las características del perfil de los encuestados, proporcionando una visión general de los datos recolectados. Así mismo, se exponen los resultados obtenidos del análisis estadístico mediante el método de regresión lineal múltiple, el cual se utilizó para identificar las relaciones entre las variables estudiadas. Finalmente, se realiza la verificación de las hipótesis operativas propuestas, especificando cuáles de ellas se confirman y cual se rechaza, con el objetivo de validar los supuestos teóricos planteados al inicio del estudio.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con los datos analizados en la presente investigación se estable la importancia del estudio de emprendimiento femenino en jóvenes universitarias, debido a que dichos datos muestran la contribución de una investigación aplicada a un problema observable puesto que el emprendimiento ha sido considerado como un movimiento producto de avances tecnológicos, políticos, culturales, sociales, científicos, entre otros y que además han logrado mitigar efectos económicos negativos, consecuencias de diversas circunstancias laborales, sociales o familiares e inclusive extraordinarias como es el caso de la situación reciente con COVID19. En este estudio investigación se muestran logros, hallazgos, interpretaciones, limitaciones y recomendaciones que se explican a continuación:

- **Logros**

Se cumplió con los procesos/objetivos metodológicos para llegar a probar las hipótesis planteadas. Selo logró el primer objetivo sobre analizar los antecedentes del emprendimiento femenino, ya que se mostró la importancia de realizar este estudio en el estado de Sonora debido a que en México son pocas las investigaciones sobre los lugares que ocupan las mujeres emprendedoras en el país, a pesar de representar casi la mitad de los habitantes, no se conoce con exactitud el número de empresarias de ciertas localidades como la ciudad y Puerto de Guaymas, Sonora, México, el contar con información actualizada podría servir de ejemplo para la creación de estadísticas a nivel estado y nacionales, que, a su vez, podrían ser base para investigaciones futuras.

Además, en los estudios encontrados se mostró la situación de las emprendedoras en México que no es muy favorable al posicionarse en los lugares de la media hacia abajo de los países con mayor número de mujeres al frente de negocios. De acuerdo (MIWE, 2019), estos resultados desfavorables pueden deberse a factores inhibidores como falta de apoyos para pymes, menores oportunidades laborales para ascender a mejores puestos de trabajo, poca educación, barreras en los negocios como burocracia o escaso soporte gubernamental.

Respecto al segundo objetivo de revisar el Marco Teórico se llevó a cabo un profundo análisis sobre las teorías e investigaciones aplicadas de las variables independientes: creatividad, motivación, tolerancia al fracaso, apoyo financiero y apoyo familiar que tengan una incidencia en el emprendimiento femenino de las jóvenes universitarias. Para ello se realizó una revisión bibliográfica la cual permitió establecer un marco teórico pertinente para este estudio. En las investigaciones aplicadas encontradas presentan el emprendimiento desde un punto de vista multidisciplinario y proponen estudiarlo desde diversos enfoques. La Teoría de desarrollo económico de Shumpeter y La Teoría de los rasgos de personalidad de Lévesque et al. se relacionan en mayor medida con la variable dependiente en la presente investigación debido a que el emprendimiento fue analizado desde los enfoques económico y psicológico, esto es, la conexión de factores externos e internos del individuo.

Como tercer objetivo se logró elaborar un instrumento para la medición de las variables, el cual fue adaptado y traducido al español para cumplir con la finalidad de evaluar las hipótesis planteadas, para ello se estudiaron las diferentes formas en la que diversos autores diseñaron instrumentos de medición, el cual comprende dos secciones, la primera formada por 13 preguntas referente al perfil del encuestado y a su situación económica, lo que permitió conocer las características de los participantes y que fueron utilizadas como variables de control y la segunda con 38 ítems relacionados con las variables, tanto dependiente como independientes.

Un cuarto objetivo logrado es que dicho instrumento de medición fue validado por 10 expertos quienes expresaron su opinión respecto de la pertinencia y relevancia de los ítems, es decir, se llevaron a cabo la validez de contenido y de criterio, en donde una vez eliminadas las preguntas sugeridas, se logró la autorización de los directivos para que el cuestionario fuera aplicado a las estudiantes de las tres universidades públicas, resultando 369 encuestas contestadas.

Para cumplir el quinto objetivo que fue obtener los resultados de las encuestas, se realizó en primer lugar la fase de análisis de estadística descriptiva en donde se encontró

que la mayoría de las estudiantes tienen entre 17, 18 y 19 años de edad, la casi totalidad son solteras, dos terceras partes de las alumnas estudian en el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), la mayoría de estudiantes se encuentran cursando el tercer semestre, una tercera parte estudian la carrera de ingeniería industrial (28%). En cuanto al ámbito laboral de su familia, el 86% de las participantes viven con sus padres, el 73% no se encuentra trabajando, sin embargo, la mayoría de las alumnas (51%) obtienen ingresos mensuales menores de 2,000 pesos, el 85% de sus padres no cuenta con negocio familiar, solo el 6% tiene algún emprendimiento, finalmente, 288 estudiantes de una muestra total de 369 aseguran que les gustaría emprender en un futuro cercano.

Se logró alcanzar otro de los objetivos de la investigación al desarrollar un método para la evaluación de las hipótesis formuladas. Debido a que el 38% de las investigaciones aplicadas analizadas en este estudio utilizaron regresión lineal múltiple para la medición de datos, se optó por hacer uso de dicho método.

- **Hallazgos**

En relación con las variables independientes, los aportes teóricos analizados son los siguientes:

En cuanto a los resultados estadísticos de las variables independientes se puede concluir que la hipótesis H1= El factor de creatividad permite impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de Guaymas, Sonora, México resultó positiva y estadísticamente significativa y con un peso mayor en beta que las otras variables independientes ( $\beta = 0.573$ ;  $p < .01$ ), lo cual concuerda con lo establecido en las investigaciones llevadas a cabo por Dimitriadis, et al. (2017), Barrera (2017), Biraglia y Kadile (2017), Hu, Wang, Zhang y Bin (2018), Velasco (2022), Shaheen (2023) y Durnali, Orakci y Khalili (2023) en donde se explica que a mayor creatividad, mayor emprendimiento femenino, en consecuencia, la hipótesis H1 es aprobada. Por lo que la aportación es que la creatividad y emprendimiento se relacionan con ideas innovadoras y originales aplicadas a los productos, servicios o procesos, lo cual repercute en la solución de problemas que, en la mayoría de los casos conducen al éxito en los negocios.



La hipótesis H2= El factor de motivación permite impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de Guaymas, Sonora, México, resultó con un peso bajo en beta, positiva y estadísticamente significativa ( $\beta = 0.160$ ;  $p < .01$ ), dicho resultado coincide con los obtenidos en los estudios empíricos realizados por García, et al. (2017), Herdjiono, et al. (2017), García, Zerón y Sánchez (2019), Sánchez, Caraveo y Díaz (2023), en donde se demuestra que a mayor motivación, mayor emprendimiento femenino, lo que muestra una hipótesis H2 aprobada. Por lo tanto, se contribuye con señalar que el empuje y atracción dan soporte a la forma como se estudió la variable motivación en el presente estudio, porque se analizaron los factores que influyen en las decisiones que toma un individuo al emprender.

En relación con la hipótesis H3= El factor de tolerancia al fracaso permite impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de Guaymas, Sonora, México, obtuvo un peso moderado en beta, positiva y estadísticamente significativa ( $\beta = 0.271$ ;  $p < .01$ ), en investigaciones realizadas por Phonthanukitithaworn, Ketkaew y Naruetharadhol (2019), Kapepa, y Vuuren (2019), He, Bai y Xiao (2020), Zhang, Soh y Zhao (2022) se muestran resultados que coinciden con los del presente estudio en donde se explica que a mayor tolerancia al fracaso mayor emprendimiento femenino, lo que significa que la hipótesis H3 es aprobada. La contribución es que esta variable se relaciona con el emprendimiento debido a que el error se visualiza como fuente de aprendizaje y del cual se puede obtener el beneficio de la eficacia, estimando el riesgo con el apoyo del antecedente del error incurrido y la explicación de las decisiones tomadas con el fin de lograr el éxito empresarial.

Autores como Messina y Hochsztain (2015), Gupta y Mirchandani (2018), Shakeel, Yaokuang y Gohar (2020) obtuvieron resultados positivos y estadísticamente significativos en sus investigaciones en cuanto a la variable apoyo financiero con relación al emprendimiento, sin embargo, en el presente estudio el análisis de datos muestra que la hipótesis H4= El factor de apoyo financiero permite impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de Guaymas, Sonora, México, resultó negativa y estadísticamente no significativa ( $\beta = 0.077$ ;  $p > .01$ ), de forma similar en los estudios

empíricos llevados a cabo por Morris, Shirokova y Tsukanova (2017), Fareed, et al. (2017) y Guerrero y Marneou (2020), el apoyo financiero no fue significativo, por lo tanto la hipótesis H4 es rechazada.

Lo anteriormente descrito pudiera explicarse debido al alto nivel de exclusión financiera en México, el cual obstaculiza la creación de nuevas empresas especialmente para las mujeres probablemente a causa de las barreras a las que se enfrentan al tratar de conseguir financiamiento, en ocasiones porque la mayoría de emprendimientos femeninos son de menor tamaño y esto es para las instituciones financieras una aparente falta de capacidad de pago, dificultad para garantizar por medio de un aval, sin embargo, las mujeres deciden emprender a pesar de no contar con las condiciones adecuadas, en la mayoría de los casos (Shirokova y Tsukanova, 2017; Fareed, et al., 2017 y Guerrero y Marneou, 2020).

Asi mismo, Castiblanco & Martín (2018) establecen que una de las dificultades que presentan las mujeres al emprender es la escasa accesibilidad a créditos financieros, esto puede deberse al tamaño de las empresas, que al ser pequeñas, no les permite garantizar el pago de dichos préstamos, en ocasiones tampoco poseen propiedades o activos que pudieran utilizar al solicitar el recurso y por ello las instituciones bancarias solicitan un mayor número de documentos e información, lo cual repercute en demoras para poder iniciar su empresa.

La última de las hipótesis independientes H5= el factor de apoyo familiar permite impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de Guaymas, Sonora, México tuvo un valor de beta débil positiva y estadísticamente significativa ( $\beta = 0.118$ ;  $p < .01$ ) tal como en los estudios de los autores Osorio, Settles y Shen (2017), Herdjiono, et al. (2017), Annisa, Tentama y Bashori (2018), Welsh, et al. (2018), Annisa, Tentama y Bashori (2021), Hernández, et al. (2023), lo que se puede interpretar como a mayor apoyo familiar mayor emprendimiento, por lo tanto la hipótesis H5 es aprobada. La aportación es que esta variable fue estudiada desde la perspectiva cognitiva y emocional, debido es un factor crucial para el éxito de los emprendedores, puesto que, si se recibe soporte

emocional, entendimiento y actitud positiva, se puede moldear el interés y desarrollo del empresario.

Así mismo, se logró conformar un modelo con el propósito de esbozar los elementos que fundamenten la incorporación de las variables independientes, para ello, se tomó en consideración el modelo de Timmons (2004) en cuanto a creatividad, Gibb (1993) motivación, Ajzen (1991) el control conductual para superar los riesgos que se mencionan en la teoría de Knight (1921) logrando una tolerancia al fracaso, y el modelo de Shapero y Sokol (1982) que considera a la familia y los recursos financieros.

- **Implicaciones prácticas**

De acuerdo con los resultados obtenidos, esta investigación podría servir de base para el desarrollo de cursos en instituciones de educación superior, en donde las jóvenes universitarias podrían formarse académicamente en el área de emprendimiento, contando así con mejores herramientas para lograr éxito en tanto en sus estudios como en sus futuras empresas, de igual manera, esta investigación, podría ser un diagnóstico para conocer de forma específica, los factores que impulsan el emprendimiento en jóvenes estudiantes, lo que resultaría útil para la creación o implementación de programas educativos, planes de estudios y modelos de esquemas. Más de la mitad de las alumnas participantes en el presente estudio se encuentran cursando los primeros semestres, por lo que podría recomendarse a las instituciones el incluir desde el inicio de las licenciaturas, materias relacionadas al emprendimiento.

De igual forma, con este estudio se podría contribuir a una posible mejora del perfil del estudiante emprendedor puesto que requieren de una formación óptima en materia de emprendimiento y con ello lograr iniciar sus propios negocios ya que se analizaron algunos de los motivos que tienen las jóvenes universitarias al emprender por lo que es importante enfatizar la atención hacia inculcar o incentivar el emprendimiento en el sector juvenil debido a sus características que podrían tener relación directa con un crecimiento económico y elevación del bienestar social.

Los resultados obtenidos en la presente investigación podrían presentarse ante el Gobierno del Estado con la finalidad de contribuir proporcionando un marco de referencia con el cual se puedan generar, desarrollar o fortalecer políticas dirigidas hacia el afianzamiento de los factores financieros que impulsan el emprendimiento femenino, lo cual podría repercutir en un incremento en los ingresos individuales, locales, estatales, favoreciendo quizá, a una mejora en el equilibrio económico y comercial del país.

El espíritu empresarial para las mujeres es muy arriesgado, los bancos no brindan acceso a financiamiento debido a que las mujeres no acceden fácilmente a los créditos otorgados por bancos y financieras, sin embargo, cuando logran calificar, estos se otorgan con mesura por lo que se podría proponer el replantear las políticas de acceso a los recursos financieros a través de instituciones crediticias que se ajusten a las características de los emprendimientos femeninos.

- **Limitaciones**

Existen situaciones extraordinarias o aspectos fuera de control del investigador que si bien no obstaculizaron el trabajo a realizar, si limitaron en cierta manera que la aplicación del instrumento fuera con mayor rapidez, un ejemplo de ello fue que debido a la contingencia sanitaria por COVID19 los requisitos para acceder a las instituciones a solicitar el permiso para aplicar la encuesta fueron mayores, por ello el instrumento fue aplicado vía electrónica y en ocasiones tuvo que enviarse más de una vez a las instituciones con la finalidad de alcanzar un número mayor de respuestas.

- **Recomendaciones y líneas futuras**


Se recomienda para futuras investigaciones un análisis más detallado de la variable de apoyo financiero, que, en este estudio, no arrojó resultados estadísticamente significativos, quizá, se podría evaluar el impacto de la educación financiera específicamente para mujeres jóvenes en el ámbito estudiantil, analizando cómo el conocimiento financiero puede influir en los emprendimientos. Se pudiera considerar la aplicación del mismo instrumento de investigación en entornos universitarios privados o

en distintas ciudades con el objetivo de comparar los resultados que contribuya a una comprensión más completa del fenómeno estudiado.

Así mismo, se recomienda ampliar el alcance en investigaciones futuras con el objetivo de abordar el tema de la influencia de las fuentes de financiamiento informales, aspecto que no fue analizado en el presente estudio. La consideración de esas fuentes podría portar una perspectiva diferente sobre el apoyo recibido por los estudiantes, permitiendo una evaluación más amplia de su impacto en el rendimiento académico y bienestar estudiantil. A su vez, este enfoque podría contribuir para ofrecer valiosas recomendaciones para políticas institucionales y prácticas educativas futuras.

# ANEXOS

## Anexo 1 Encuesta

 <p> <b>UANL</b>  <small>UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN</small>  <b>FACPYA</b>  <small>FACULTAD DE CONTABILIDAD PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN</small> </p>	<p><b>FACTORES QUE PERMITEN IMPULSAR EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO DE LAS JÓVENES UNIVERSITARIAS EN GUAYMAS SONORA, MÉXICO.</b></p>
--	--

El presente cuestionario tiene la finalidad de analizar los factores que impulsan el emprendimiento de las estudiantes universitarias. Los datos que usted proporcione ayudarán al trabajo de investigación de una tesis doctoral, son anónimos y estrictamente confidenciales. Agradecemos su tiempo y disposición para contestar las siguientes preguntas:

### Datos del participante:

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cuál es su género? F ____ M ____</li> <li>2. ¿Cuál es su edad? _____</li> <li>3. ¿Cuál es su estado civil? Soltera ____ Casada ____ En Unión libre ____ Divorciada ____ Viuda ____</li> <li>4. ¿Cuántos hijos tiene? _____</li> <li>5. ¿En qué universidad estudia? ITSON ____ ITG ____ UTG ____ Otra ____ ¿Cuál? _____</li> <li>6. ¿Qué semestre estudia actualmente? _____</li> <li>7. ¿Qué carrera estudia actualmente? _____</li> <li>8. ¿En qué lugar vive?                  En casa de mis padres ____ Con familiares ____ Con amigos ____ Con mi pareja ____ Sola ____</li> </ol>
---

### Situación económica del participante:

<ol style="list-style-type: none"> <li>9. ¿Cuenta con trabajo actualmente? Sí ____ No ____</li> <li>10. ¿Cuánto es su ingreso promedio mensual en pesos?                  ____ Menos de 2,000                  ____ De 2,001 a 3,000                  ____ De 3,001 a 4,000                  ____ De 4,001 a 5,000                  ____ Más de 5,001</li> <li>11. ¿Cuentan con negocio familiar?                  Sí ____ ¿Desde cuándo? _____                  No ____</li> <li>12. ¿Cuenta con negocio propio?                  Sí ____ ¿Desde cuándo? _____ <b>Pasar a pregunta 16</b>                  No ____</li> <li>13. ¿Le gustaría emprender en un futuro cercano?                  Si ____ <b>Pasar a pregunta 14</b>                  No ____ ¿Por qué? _____ <b>Pasar a Pregunta 24</b></li> </ol>
--

### Emprendimiento femenino

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X la opción más adecuada de acuerdo a su opinión personal.

PREGUNTAS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
14. ¿La idea de empezar mi propio negocio es atractiva para mí?					

15. ¿Creo tener capacidades para llevar a cabo mi propio negocio con éxito?					
16. ¿Me gusta lo relacionado con el tema de emprendimiento?					
17. ¿Me gustaría crear un negocio con otra (s) persona (s)?					
18. ¿Soy capaz de analizar y asumir riesgos?					
19. ¿Me gusta esforzarme al máximo por conseguir mis objetivos, aunque considere que son inalcanzables?					
20. ¿Acudiría a un especialista para iniciar mi negocio?					
21. ¿Considero que no es necesario capacitarse para tener éxito al emprender?					

### Creatividad

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X la opción más adecuada de acuerdo a su opinión personal.

PREGUNTAS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
22. ¿Considero que puedo encontrar formas creativas de resolver problemas en mi negocio o futuro negocio?					
23. ¿Se me ocurren formas distintas de hacer las cosas?					
24. ¿Considero que tengo habilidad para generar nuevas ideas para mi negocio o futuro negocio?					
25. ¿Es importante para mí realizar mis ideas?					
26. ¿Me considero una persona creativa?					

### Motivación

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X la opción más adecuada de acuerdo a su opinión personal.

PREGUNTAS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
27. ¿Considero que es importante emprender para sentirme independiente?					
28. ¿Emprendiendo puedo cumplir un sueño o meta personal?					
29. ¿Si emprendo mejoraría mi ingreso económico?					
30. ¿Quiero emprender porque estoy sin trabajo?					
31. ¿Quiero emprender para ser mi propio jefe?					
32. ¿Quiero emprender porque un socio me invitó a iniciar un negocio?					
33. ¿Quiero emprender para generar empleos para mi familia?					
34. ¿Quiero emprender para buscar una mayor flexibilidad de horario?					

### Tolerancia al fracaso

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X la opción más adecuada de acuerdo a su opinión personal.

PREGUNTAS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
-----------	--------------------------	---------------	--------------------------------	------------	-----------------------

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

### Apoyo financiero

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X la opción más adecuada de acuerdo con su opinión personal.

PREGUNTAS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
41. ¿Considero que tengo los recursos económicos propios para emprender?					
42. ¿Necesito de recursos económicos de mis familiares para crear mi propio negocio?					
43. ¿Cuento con amigos que me pudieran ayudar económicamente para crear un negocio?					
44. ¿Tengo facilidad de pedir préstamos bancarios para iniciar un negocio?					
45. ¿Acudiría a la incubadora de negocios de mi escuela para gestionar un préstamo para emprender?					
46. ¿Tengo facilidad de gestionar préstamos provenientes de otros organismos para iniciar mi empresa?					

### Apoyo familiar

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X la opción más adecuada de acuerdo con su opinión personal.

PREGUNTAS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Si llevara a cabo un emprendimiento:					
47. ¿Mi familia aprobaría fácilmente mi decisión?					
48. ¿Mi familia me alienta constantemente para emprender?					
49. Si es necesario, ¿mi familia me proveería de materiales y equipo para ayudarme a emprender?					
50. ¿Mi familia me aconsejaría como iniciar mi negocio?					
51. ¿A alguien de mi familia le gustaría unirse conmigo en mi nuevo negocio?					

*Gracias por su tiempo y respuestas...*



## Anexo 2 Valuación de Expertos



### FACTORES QUE PERMITEN IMPULSAR EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO DE LAS JÓVENES UNIVERSITARIAS EN LA LOCALIDAD DE GUAYMAS SONORA, MÉXICO

**Instrucciones:** Sea usted bienvenido a formar parte de la presente investigación. A continuación, se presentan las siguientes sugerencias para el llenado del cuestionario:

a) Favor de leer detenidamente.

b) Coloque el número que considere pertinente en la casilla de Relevancia de acuerdo a su opinión para cada ítem, con el fin de evaluar su grado de importancia.

Respuestas:

1. Irrelevante

2. Poco relevante

3. Relevante

4. Muy relevante

c) Solo se debe asignar una respuesta

d) En la casilla de observaciones, se incluirán las sugerencias y/o comentarios de mejora.

<b>Revisor</b>	
<b>Fecha</b>	

Variable	Ítem	Relevancia	Observaciones
Dependiente Y Emprendimiento femenino en jóvenes universitarias	1. Me interesa mucho lo relacionado con el tema del emprendimiento.		
	2. Me gustaría conocer más sobre la creación de empresas independientes.		
	3. Siempre he querido ser un empresario.		
	4. Tengo habilidades para llevar a cabo mi propio negocio con éxito.		
	5. Cuento con el conocimiento suficiente para iniciar mi propio negocio.		
	6. He considerado seriamente el empezar mi propio negocio en un futuro cercano.		

Independiente X1 Creatividad	1. Considero que puedo generar ideas novedosas para mi empresa.		
	2. Considero que puedo encontrar formas creativas de resolver problemas en mi negocio.		
	3. Creo que una misma idea puede verse de distintas formas.		
	4. Considero que tengo facilidad para planificar las tareas.		
	5. Se me ocurren formas muy distintas de hacer las cosas.		
	6. Creo que tengo mucha imaginación para pensar.		
Independiente X2 Motivación	Considero que puedo emprender ....		
	1. para sentirme independiente.		
	2. porque estoy sin trabajo.		
	3. para cumplir un sueño o meta personal.		
	4. para buscar una mayor flexibilidad de horario.		
	5. para ser mi propio jefe.		
Independiente X3 Tolerancia al fracaso	1. Tengo una idea sobre cómo solucionar un problema, en lugar de darme por vencido (a).		
	2. Cuando cometo errores es fácil para mi aprender de ellos.		
	3. Tomo decisiones, aunque creo que no van a funcionar.		
	4. Me siento capaz de resolver los conflictos que tengo		
	5. Tomo la responsabilidad de mis acciones, aunque me pueda equivocar.		
Independiente X4 Apoyo financiero	Para iniciar mi negocio utilizaría recursos económicos....		
	1. propios.		

	2. de familiares.		
	3. de amigos.		
	4. de préstamos bancarios.		
	5. de préstamos gestionados por otros organismos.		
Independiente X5 Apoyo familiar	Si decidiera iniciar mi propio negocio:		
	1. Mi familia aprobaría fácilmente mi decisión.		
	2. Mi familia me alentaría constantemente para emprender.		
	3. Si es necesario, mi familia me proveería de materiales y equipo para ayudarme a iniciar.		
	4. Mi familia me aconsejaría como hacerle para iniciar mi negocio.		
	5. Alguien de mi familia le gustaría unirse conmigo en mi nuevo negocio.		