



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**

Construcción y evidencias psicométricas preliminares de una Escala de emprendimiento para vendedores de un mercado, Comas, 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Psicología

AUTOR:

Vásquez Gonzáles, Geoffrey Daniel (ORCID: 0000-0001-7006-1288)

ASESOR:

Mgr. Pomahuacre Carhuayal, Juan Walter (ORCID: 0000-0002-6769-6706)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Psicométrica

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

A mis padres, por su apoyo incondicional y la fortaleza que día a día me brindan, a pesar de la distancia siempre me enseñaron a salir adelante y a ser una persona humilde.

A mi familia; por ellos y para ellos, anhelando un futuro mejor ante la confianza depositada en mí.

Agradecimiento

A Dios y a toda mi familia por guiarme, apoyarme y estar orgulloso de cada uno de mis logros alcanzados.

A mis asesores y a cada una de las personas involucradas que hicieron realidad esta meta, con su ayuda y disposición.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	18
3.1. Tipo y diseño de investigación	18
3.2. Variables y operacionalización.....	18
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
3.5. Procedimientos	21
3.6. Método de análisis de datos.....	22
3.7. Aspectos éticos.....	23
IV. RESULTADOS.....	24
V. DISCUSIÓN.....	34
VI. CONCLUSIONES	39
VII. RECOMENDACIONES.....	41
REFERENCIAS.....	42
ANEXOS	51

Índice de tablas

Tabla 1 Evidencia de validez basada en el contenido de la Escala de emprendimiento por medio del coeficiente V de Aiken (n=150)	24
Tabla 2 Análisis descriptivo de los ítems de la Escala de emprendimiento (n=1000)	25
Tabla 3 Evaluación de los supuestos previos al análisis factorial exploratorio de Medida KaiserMeyer-Olkin y Prueba esfericidad de Bartlett de la Escala de emprendimiento (n=1000)	26
Tabla 4 Varianza total explicada de Escala de emprendimiento (n=1000).....	27
Tabla 5 <i>Distribución de los ítems por factor de la Escala de emprendimiento (n=1000)</i>	27
Tabla 6 <i>Medidas de bondad de ajuste del análisis factorial confirmatorio del modelo teórico de la Escala de emprendimiento (n=1000)</i>	28
Tabla 7 <i>Medidas de bondad de ajuste del análisis factorial confirmatorio del nuevo modelo estadístico de la Escala de emprendimiento (n=1000)</i>	30
Tabla 8 <i>Confiabilidad por consistencia interna mediante los coeficientes alfa de Cronbach y omega de McDonald del modelo original de la Escala de emprendimiento (n=1000)</i>	31
Tabla 9 <i>Confiabilidad por consistencia interna mediante los coeficientes alfa de Cronbach y omega de McDonald del nuevo modelo de la Escala de emprendimiento (n=1000)</i>	32
Tabla 10 <i>Prueba de normalidad de Shapiro - Wilk de la Escala de emprendimiento (n=1000)</i>	32
Tabla 11 <i>Prueba U de Mann – Whithney para análisis comparativo de la Escala de emprendimiento (n=1000)</i>	33
Tabla 12 <i>Baremo de la Escala de emprendimiento, puntaje general</i>	33
Tabla 13 Lista de jueces expertos.....	56
Tabla 14 Validez de constructo correlación ítem – test de la Escala de emprendimiento (p=150)	56
Tabla 15 <i>Confiabilidad por el método de consistencia interna mediante Coeficiente Alfa y Coeficiente Omega de la Escala de emprendimiento (p=150)</i>	57

Índice de gráficos y figuras

Figura 1. Análisis factorial confirmatorio de la dimensión de la Escala de emprendimiento con 24 ítems.	29
Figura 2. Análisis factorial confirmatorio del nuevo modelo de factores de segundo orden de la Escala de emprendimiento con 20 ítems.....	31

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo construir y presentar evidencias psicométricas preliminares de una Escala de emprendimiento para vendedores de un mercado, Comas, 2020. La metodología en la que se basó la investigación fue de tipo aplicada y de diseño instrumental. La muestra estuvo conformada por 1000 vendedores de mercado de ambos sexos, con edades que oscilaban entre los 18 y 64 años. En cuanto a los resultados, de los 24 ítems iniciales que contenía la escala, 4 fueron eliminados por no contar con índices adecuados del análisis de ítems, mismas que fueron excluidas del análisis factorial ya que no cumplían los criterios establecidos, los reactivos que quedaron demostraron adecuados índices de ajuste de bondad (CFI=0.99; TLI=0.99 y el RMSEA=0.03). La escala final quedó conformada por 20 ítems organizados de manera unidimensional. La confiabilidad de la escala presentó adecuados valores por medio del coeficiente alfa $\alpha=0.972$ y omega $\omega=0.972$. No se encontró diferencia significativa en la respuesta de los participantes con relación al sexo, por lo que se elaboraron los baremos por puntajes directos usando cuartiles. Es así que, en base a los resultados, se puede concluir que la escala de emprendimiento cuenta con adecuados niveles de validez y confiabilidad.

Palabras claves: Emprendimiento, vendedores de mercado, evidencias psicométricas.

Abstract

The objective of this research was to build and present preliminary psychometric evidence of an Entrepreneurship Scale for sellers in a market, Comas, 2020. The methodology on which the research was based was applied and instrumental design. The sample consisted of 1000 market vendors of both sexes, with ages ranging between 18 and 64 years. Regarding the results, of the 24 initial ítems that the scale contained, 4 were eliminated because they did not have adequate indices for the ítem analysis, which were excluded from the factor analysis since they did not meet the established criteria, the remaining ítems demonstrated adequate goodness fit indices (CFI = 0.99; TLI = 0.99 and RMSEA = 0.03). The final scale was made up of 20 ítems organized in a one-dimensional way. The reliability of the scale presented adequate values through the alpha coefficient $\alpha = 0.972$ and omega $\omega = 0.972$. No significant difference was found in the response of the participants in relation to sex, so the scales were elaborated by direct scores through quartiles. Thus, based on the results, it can be concluded that the scale of the undertaking has adequate levels of validity and reliability.

Keywords: Entrepreneurship, market vendors, psychometric evidence.

I. INTRODUCCIÓN

Los seres humanos nos estamos condicionando a una vida de emprendimiento, a repetir una serie de patrones y conductas que a través de la historia pueden ser corroboradas. En otras palabras, el hombre nace, se educa, aprende, establece vínculos, cumple roles y se desarrolla conforme a sus competencias (capacidades; conocimientos, habilidades y actitudes), de los cuales son aplicadas en su vida diaria de forma personal, social y laboral. Es así que, el emprendimiento se ha hecho presente en varios lugares del mundo, siendo el ser humano el motor que lo constituye, cumpliendo un rol activo, que influye sobre la economía, sociedad y educación a nivel mundial, bajo el régimen de libre mercado. (Sánchez, 2010).

En psicología, percibimos al emprendimiento desde dos puntos de vista muy importantes, según lo manifiestan (Roth y Lacoa, 2009) por una parte está el estudio del comportamiento, características y rasgos de personalidad del vendedor o innovador laboral conocido con otros términos como; vendedor ambulante, comerciante, profesional independiente y entre otros. Por otro lado, el segundo punto abarca aspectos relacionados a la psicología pero que tiene su origen en otros campos de estudio como; el factor económico, social, ambiental, gubernamental-jurídico y organizacional en la cual se percibe la oportunidad laboral y gestión empresarial como factores influyentes.

Explicado estos dos aspectos que muestra la participación de la psicología en el emprendimiento, podemos referir a (Sánchez et al., 2017) que lo conceptualiza desde el mismo paradigma afirmando que la composición del emprendedor se basa en tres enfoques teóricos; la psicología, economía y sociología, y que éstas a su vez interactúan entre sí para definir a lo que hoy en día llamamos emprendimiento.

En el Perú, se desarrolla el emprendimiento a causa de la crisis financiera que aquejaba a las familias y empresarios bajo el gobierno de Juan Velasco Alvarado por la década del 70 a raíz de la devaluación monetaria, haciendo que la gente cambie sus bienes por alimentos y/o servicios. Años más tarde los impactos económicos fueron a mayor magnitud, con los conflictos psicosociales generados por el terrorismo y la mala administración de un gobierno dirigido por Alan García Pérez en los años 80 que llevó al país a una hiperinflación generando el cierre de

muchas pequeñas y medianas empresas (pymes), como también la migración muchas otras a distintos países. Fue en los años 90 donde bajo el mandato de Alberto Fujimori y en adelante, bajo la reforma de política, apertura de mercado y ante la necesidad económica nacen los primeros emprendedores siendo influyentes en la creación de un mayor número de empleos, empresas y recuperación de la estabilidad económica (Cumpa et al., 2019).

Por otra parte, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018), refiere que la tasa de desempleo de la población de Lima Metropolitana está constituida por el 8,1% de la población laboral y esta cifra ha tenido un mayor crecimiento en los últimos años afectando a más de 420900 personas tanto hombres como mujeres, de los cuales muchos de ellos son emprendedores que no tuvieron éxito.

En planos internacionales la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2017) menciona que en Latinoamérica la tasa de desempleo ocupa el 6,2% de la población en edad laboral. A todo esto, el informe de General Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019), resume que en el Perú; la Actividad emprendedora en etapa temprana (TEA) ocupa el puesto 3 del ranking global de 54 países estudiados, lo cual representa al 24.6% de peruanos involucrados en el emprendimiento. Por otro lado, dentro de los emprendimientos establecidos nuestro país ocupa el puesto 25 a nivel global y el 5 en Latinoamérica y el Caribe siendo el 7.4% de peruanos con emprendimientos reconocidos mayores a 3,5 años de actividad desde su fundación. Concluyendo a su vez, que la cifra de fracaso en el emprendimiento representa aproximadamente un 75% de emprendedores en etapa temprana, resultando a que de cada 10 emprendimientos al menos 3 se constituyan como establecidos.

En la actualidad, es importante poder investigar cual es el nivel de emprendimiento que existe en nuestra población local y que factores constituyen su éxito, dado que tienen una influencia muy importante en el desarrollo de nuestro país, ya que pese a los esfuerzos que toma surgir con un negocio propio, existen cifras alarmantes que manifiestan una alta tasa de desempleo y fracaso en negocios menores a 3,5 años de haberse creado según lo manifiesta el informe de General Entrepreneurship Monitor (GEM, 2018).

Aunque hoy en día el emprendimiento es reconocido como una fuerza creativa que impulsa el desarrollo económico y laboral de las personas, no obstante no existe un modelo teórico definido que explique el rol que involucra la psicología en este tipo de competencia o conducta emprendedora, puesto que son escasos los instrumentos que permitan cuantificar o medir el comportamiento de los emprendedores y que de tal manera se determiné su implicancia y sus posibles causas que lo conduzcan al éxito o fracaso desde una óptica psicológica.

Los pocos instrumentos creados no se ajustan en contexto, idioma y creencia en relación al lugar en el que se desarrolla la investigación por lo que los antecedentes más próximos que existen en la lengua española y de interés psicológico es el estudio de Muñiz et al. (2014) sobre el diseño y validación del instrumento Batería de evaluación de la personalidad emprendedora (BEPE), la cual evalúa rasgos de personalidad emprendedora, tomando como referencia los rasgos del Big Five y algunos otros específicos en estudiantes universitarios Españoles, en edad de 16 a 23 años. Así mismo, Sánchez (2010) crea el cuestionario de orientación emprendedora (COE), con el fin de contar con un instrumento que evalúe la personalidad emprendedora en un grupo de estudiantes de distintos países como Argentina, Brasil, España, México y Portugal, teniendo, en cuenta estas dos referencias ninguna se aproxima a evaluar la conducta emprendedora de los comerciantes, ya que éstas y en su mayoría muchos otros instrumentos creados para medir el emprendimiento se centran en poblaciones de estudiantes universitarios con visión de impulsar la innovación profesional más no la generación de nuevas forma de empleo, negocio o adecuada para personas con educación básica o para aquellos que buscan tener una oportunidad laboral acorde a sus competencias.

En base a todo lo mencionado se ha considerado importante y necesario contar con un estudio que nos lleve a entender el nivel de emprendimiento centrado en el vendedor o comerciante del distrito de Comas, puesto que de seguir así el pronóstico del emprendimiento dichos en cifras de fracaso seguiría manteniendo los mismos porcentajes, que conlleve al emprendedor a pérdidas de capital, cierre de sus negocios a tiempo prematuro y problemas psicológicos como el estrés y la depresión, investigando así sus características personales (componentes

psicológicos); más no su emprendimiento ya que los rubros son muchos, y bajo nuestro campo de estudio es de mayor aporte estudiar la conducta, personalidad y cualidades, mediante la construcción de una escala psicométrica que pretenda medir y explicar dicha variable, demostrando tener la validez y confiabilidad requerida para ser utilizada en nuestra población, tomando como referencia otros estudios y diseños psicométricos, para establecer su singularidad y diferenciación de otros.

La formulación del problema general fue la siguiente; ¿Se podrá construir y presentar evidencias psicométricas preliminares que permita medir los indicadores psicológicos del emprendimiento, para vendedores de un mercado y que cumplan con las propiedades psicométricas ajustado al método científico?

Esta investigación tuvo justificación teórica, ya que sirve como referente y antecedente teórico para futuras investigaciones o público de interés, puesto que contribuye a esclarecer y definir con mayor precisión el concepto, dimensión y alcances de la variable; emprendimiento, por medio del uso de bibliografía sustentada por autores conocedores de la materia.

Del mismo modo, contó con justificación metodológica, dado que se elaboró el instrumento por el cual se recolectó la información para conocer el comportamiento de la variable, haciendo uso de metodología a nivel científico para garantizar la efectividad y validez del estudio como aporte de nuevos conocimientos, en este caso el desarrollo de una escala que mida el emprendimiento a nivel de los componentes psicológicos del emprendedor.

Así mismo, presentó justificación práctica, ya que se describió al emprendimiento como también su dimensión psicológica, y componentes que los constituyen (indicadores), así los resultados obtenidos por medio del uso de la escala ayudaron a decidir la validez y confiabilidad necesaria para su uso, como también la toma de acción, siendo favorable para los beneficiarios y otros grupos de interés en el sector comercial o de vendedores de mercado.

Por último, esta investigación tuvo justificación social, ya que sirve como referente y guía para las organizaciones del mismo rubro cómo son los mercados, logrando establecer cambios favorables a nivel social, organizacional y de aporte

instrumental para aquellos que tengan el interés de evaluar los componentes psicológicos del emprendimiento en su personal o sector laboral.

El objetivo general de esta investigación fue Construir y presentar evidencias psicométricas preliminares de una Escala de emprendimiento para vendedores de un mercado, Comas, 2020. Del mismo modo los objetivos específicos planteados para la investigación fueron; en primer lugar determinar la evidencia de validez basadas en el contenido por medio de la V de Aiken, así mismo, realizar el análisis descriptivo de los ítems, continuamente determinar la evidencia de validez basadas en la estructura interna por análisis factorial exploratorio, del mismo modo determinar la evidencia de validez basadas en la estructura interna por Análisis factorial confirmatorio, seguidamente determinar la confiabilidad por consistencia interna mediante el coeficiente alfa y el coeficiente omega, finalmente elaborar los baremos percentilares y elaborar el manual instructivo, aplicativo e interpretativo de la Escala de emprendimiento.

II. MARCO TEÓRICO

Los antecedentes que se presentarán a continuación son referenciales debido a que no hay muchos estudios previos en relación a esta población, contexto local o características de los mismos. De tal forma, la construcción y evidencias psicométricas preliminares de una Escala de emprendimiento para vendedores de un mercado resulta innovador.

Respecto a algunos trabajos previos, a nivel internacional a Revelo et al. (2017) desarrollaron una investigación con el objetivo de medir la actitud emprendedora en los estudiantes de la Universidad Central del Ecuador, dicho estudio fue realizado en una muestra de 380 estudiantes, a los cuales se les aplicó una Escala de Actitudes Emprendedoras, conformada de 18 ítems en las cuales se consideran 6 dimensiones que son; la proactividad, la ética profesional, la empatía, la innovación, la autonomía y toma de riesgos. Por medio del uso de la estadística descriptiva se llegó a concluir que el instrumento cuenta con una alta validez y confiabilidad psicométrica que se expresan en un alfa de Cronbach $\alpha=.900$, Chi-cuadrado $\chi^2=.978$, KMO=.969 y Bartlett=.000. Esta investigación permitió orientar el estudio de la presente, pues tiene pertinencia y resultados positivos en la construcción del instrumento para la variable emprendimiento.

Rojo et al. (2016) en su investigación psicométrica, desarrollaron un cuestionario online de actitud emprendedora, con el objetivo de identificar los factores psicológicos que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes de psicología de México. El instrumento desarrollado contó con 70 ítems para medir actitud emprendedora y 72 ítems para factores psicológicos ambos en escala de Likert, aplicado en una muestra de 375 estudiantes. Entre los factores medidos se considera; autoestima, control percibido interno, innovación, motivación de logro, riesgo y tolerancia a la ambigüedad. Los resultados que se obtuvo fue una correlación significativa en la mayoría de factores dado que la autoestima no presentó correlación, con una probabilidad $P\leq 0.05$ y una alta fiabilidad según el alfa de Cronbach $\alpha=.810$. Esta investigación permitió orientar el estudio de la presente, pues analiza y considera el uso de algunas dimensiones para medir la variable que fueron de utilidad en el desarrollo de la misma.

Pedrosa (2015) realizó un estudio para medir la personalidad emprendedora en 416 estudiantes universitarios de España, en el cual se aplicó un test adaptativo informatizado (TAI). La prueba constó de 107 ítems, y nueve dimensiones: autoeficacia, autonomía, innovación, locus de control externo, locus de control interno, motivación de logro, optimismo, tolerancia al estrés y toma de riesgos. En sus resultados obtuvo las siguientes cifras: un alfa de Cronbach de $\alpha=.910$ indicando una alta confiabilidad. Esta investigación permitió orientar el estudio de la presente, pues en ella se desarrolló los sustentos necesarios para dimensionar al emprendimiento desde los constructos psicológicos, mismas que son de utilidad para el diseño de dimensiones e indicadores de la escala.

Muñiz et al. (2014) realizaron un estudio de diseño y validación del instrumento Batería de evaluación de la personalidad emprendedora (BEPE), para evaluar rasgos de personalidad emprendedora, tomando como referencia los rasgos del Big Five y algunos otros específicos en un grupo de 2693 estudiantes de España, en edad de 16 a 23 años. Las dimensiones consideradas para esta prueba fueron ocho: autoeficacia, autonomía, innovación, locus control interno, optimismo, motivación de logro, tolerancia al estrés y toma de riesgos. Con un total de 87 ítems los resultados fueron: Alto Coeficiente de fiabilidad en el alfa de Cronbach $\alpha=.920$, baja correlación con el nivel socioeconómico $r=.126$ y moderada con el espíritu emprendedor $r=.385$. Concluyendo así su investigación con una adecuada validez, confiabilidad y propiedades psicométricas para su aplicación en jóvenes estudiantes.

Sánchez (2010) ejecutó una investigación de un cuestionario de orientación emprendedora (COE), con el fin de contar con un instrumento que evalúe la personalidad emprendedora en un grupo de estudiantes de distintos países como Argentina, Brasil, España, México y Portugal, teniendo como muestra a 1810 estudiantes universitarios. Las dimensiones consideradas para la prueba fueron: locus de control, autoeficacia, propensión al riesgo y proactividad. Con una cantidad de 60 ítems. Los resultados obtenidos fueron: Alta fiabilidad en el Alfa de Cronbach por encima de $\alpha=.700$. Es así que el instrumento cuenta con propiedades satisfactorias de validez de constructo y de consistencia interna.

Asimismo, a nivel nacional, Muñoz (2018) realizó una investigación correlacional entre las variables de toma de decisiones y actitudes emprendedoras, en un grupo de 120 estudiantes de secundaria. El instrumento empleado fue dos cuestionarios una de 10 ítems para toma de decisiones y otra de 28 ítems para actitudes emprendedoras. Como resultados se obtuvo un valor de alfa de Cronbach $\alpha=.898$, el Rho de Spearman $r=.799$ indicando una adecuada correlación $p=.001$.

Radovich (2017) desarrolló un estudio correlacional por medio de dos cuestionarios: el primero para medir actitud emprendedora de 20 ítems considerando como dimensiones; necesidad de logro, control sobre los hechos, creación e innovación, predisposición al riesgo y autoconfianza. El segundo de capacidad de creación de microempresas con 21 ítems, siendo sus dimensiones; conocimiento empresarial, experiencia empresarial y motivación empresarial, en un grupo de 349 estudiantes universitarios de Lima, mayores de 18 años. Los resultados obtenidos son: correlación significativa mayor a $r=.770$, alfa de Cronbach $\alpha=.851$ en actitud emprendedora y $\alpha=.943$ en capacidad de creación de microempresas.

Sánchez (2016) desarrolló una investigación correlacional entre las variables de gestión de la calidad educativa y actitudes emprendedoras. Por medio del cuestionario de actitudes emprendedoras y gestión de la calidad educativa, en un grupo de 140 docentes de nivel secundario de Lima. Como resultados el estudio demuestra que existe una relación muy significativa entre las variables, bajo un análisis de correlación de Spearman $r=.822$ y $p=.000$. concluyendo así que la variable emprendimiento puede ser medible en varios cambios de acción bajo su constructo psicológico.

Riva (2015) contribuyó con su investigación correlacional de las variables toma de decisiones y actitudes emprendedoras, la muestra fue de 80 estudiantes de secundaria. Se empleo dos cuestionarios; Aptitud para la toma de decisiones (ATD) de Benítez de 10 ítems y la Escala de actitudes emprendedoras construido por Ibáñez, adaptada de la escala EAO de Robinson. Los resultados fueron: correlación significativa $r=.475$, $p=.000$, entre la actitud emprendedora y la toma de decisiones y un alfa de Cronbach $\alpha=.790$.

Loli et al. (2014) estudiaron la correlación de las actitudes de creatividad con el emprendimiento, con una muestra de 202 estudiantes de ingeniería. El instrumento aplicado fue el Inventario de creatividad y emprendimiento diseñado por el mismo autor en el 2008. Consta de 12 dimensiones: capacidad de adaptación, competencias, compromiso con sus convicciones, confianza en sí mismo, creatividad e iniciativa, independencia y autonomía, liderazgo, necesidad de logro, optimismo, perseverancia, propensión al riesgo y visión del futuro, con un total de 94 ítems. Los resultados fueron: el coeficiente alfa de Cronbach $\alpha = .200$ establecidos para los fines del estudio, Confiabilidad de $\alpha = .952$, el cual explica que existe una alta correlación estable y confiable entre las variables de estudio.

Es así que el emprendimiento continúa siendo uno de los principales motores de crecimiento de la economía, innovación, productividad, empleo y el desarrollo hacia una sociedad sostenible (Van Praag & Versloot, 2007). Frente a esta realidad, en los últimos años diversos autores trabajan arduamente a través de muchas de sus teorías e investigaciones para fortalecer nuestros conocimientos en el ecosistema emprendedor (Stel et al., 2005).

En las Teorías relacionadas, el origen del término emprendedor proviene de una adaptación al castellano de la palabra en inglés "Entrepreneurship" el cual tiene su origen en el idioma francés "Entrepreneur" según lo describe los estudios de (Guillaume, 2012) en su investigación de identificar los orígenes del término, encontró dos aproximaciones a finales del siglo XII por estudios de Vérin: El primero establecido a delegaciones militares que llevaban a cabo expediciones de conquista, caracterizados por su dedicación, valentía y aceptando el riesgo que las misiones demandaban. El segundo señala a aquellas personas dedicadas a la construcción civil donde se consideraba la actividad específica y riesgos en la labor que realizaban, de los cuales eran remunerados económicamente.

En estas dos aproximaciones se pueden identificar los primeros rasgos del emprendedor como, iniciativa, esfuerzo y riesgo, pero no es hasta 1756 dentro de la literatura científica donde el termino Entrepreneur es definido por primera vez por Cantillon en uno de sus artículos denominados "Essai sur la Nature du Commerce en Général" donde explica las primeras aproximaciones del término bajo el punto de vista de la economía. Es en ese momento donde la primera definición de

emprendedor es descrita como; la persona que inicia una actividad de resultados inciertos, el cual implica un riesgo y que ésta debe ser asumida con la esperanza de obtener a futuro una recompensa (Primo y Turizo, 2017).

Años más tarde en 1791, el termino Entrepreneur es traducida al castellano e incorporado como adjetivo en el diccionario de la Real Academia Española definiendo al emprendedor como “Persona que toma la iniciativa o se encuentra determinada a hacer y ejecutar una actividad, y que ésta lleva consigo empeño y ardua labor para lograrlo” (RAE, 2020).

Por otra parte; Sánchez et al. (2017) define al emprendimiento como el proceso que conlleva a una persona a iniciar un negocio o actividad de forma independiente en base a una idea innovadora. Mediante la toma de oportunidades, asume riesgos y se adapta a distintos tipos de situaciones o entornos que le genera el establecimiento de su producto y/o servicio, el cual está dirigido un determinado público consumidor.

La epistemología del emprendimiento se considera una de las más complejas de definir en principio, puesto que esta relaciona los procesos cognitivos, comportamentales y ambientales de una persona que se le atribuye el adjetivo de emprendedor. En una primera identificación epistemológica se identifica que el emprendimiento es el punto realista del sujeto ante la idea de construir un sistema laboral para sí mismo, la cual se explica como la visión que tiene el hombre de su realidad actual y la idea de generase así mismo oportunidades laborales y económicas que le permitan avanzar en su crecimiento y desarrollar una estabilidad personal y financiera. En una segunda instancia se reconocen que los atributos que componen a dicho sujeto están relacionados con el rol activo y multifacético, proyeccionista, adaptativo, inteligente y motivado por la acción de sus creencias y el medio ambiente (Morua, et al., 2015).

Las teorías propuestas buscan explicar el emprendimiento desde supuestos teóricos de la psicología, que si bien es cierto no fueron diseñadas para la explicación de tal variable, pero que si dan una aproximación de las características del sujeto en el estudio de los componentes psicológicos del emprendimiento, puesto que al ser un tema innovador y de limitadas investigaciones en el campo

psicológico, se busca establecer un patrón teórico que explica el paradigma cognitivo-conductual del mismo. Es por ello, que se considera conveniente explicarlo con mayor énfasis desde la perspectiva psicológica, sin dejar de lado el interés social y económico que impactan en dicha variable, es así que estas teorías servirán para desarrollar el contexto y dimensión e indicadores en el que se diseñó el instrumento, las cuales se expone de la siguiente manera:

En el estudio de la educación emprendedora Sánchez et al. (2017) explican que los procesos que conlleva a una persona a convertirse en emprendedor se forman en base del aprendizaje, desarrollo de una serie de componentes psicológicos y las experiencias obtenidas a lo largo de su vida, éstas a su vez se manifiestan en un nivel mayor al obrero o trabajador en general. Para establecer su diferenciación, éxito e instauración de su emprendimiento se considera que algunos de esos componentes son; la autonomía, adaptación, resiliencia, innovación, tolerancia y motivación. Aquellos componentes hacen que la persona se integre a una sociedad competitiva, de constante cambio y asuma las condiciones necesarias para su desarrollo laboral, logrando así sus fines propuestos como a su vez el sustento económico (Sánchez et al., 2005).

Para explicar el término de componentes psicológicos del emprendimiento, se toma como punto de partida los aportes de Morales-Rodríguez et al. (2013), quienes explican que el emprendedor se forma en base a sus procesos cognitivos y características de personalidad según el entorno en que este se desarrolla, por lo cual afirman que estos componentes son características internas que tienen influencia en condiciones ambientales o externas. En el caso de una persona emprendedora se toma como referencia esta teoría para decir que el proceso de aprendizaje y desarrollo de estos componentes se logran por medio de la adquisición de competencias y la práctica de sus capacidades, ya que estas ayudan al emprendedor en su labor de evaluar, establecer juicio y toma de decisiones que los conlleva a identificar la oportunidad, creación de un negocio, actividad y el desarrollo de la misma (Sánchez, 2011).

En el Perú, el comercio independiente es definido o visto como aquel negocio que pretende surgir a causa de la necesidad económica y laboral del país, forjando así vendedores o trabajadores que asumen riesgos, buscando sobresalir con ideas

innovadoras, estableciendo sus propios puestos de trabajo y ser quienes tomen las riendas y liderazgo de un negocio. (Castellanos, 2014). Es así como su actividad laboral hoy en día puede ser llamado emprendimiento y a la persona conocida por su rasgos o características psicosociales como emprendedor, convirtiéndose de tal manera en el sustento económico del hogar o como el impulsador de nuevas empresas, impactando de forma positiva en el ecosistema económico de nuestro país (Cumpa et al., 2019).

Sintetizando lo ya dicho a una aproximación conceptual de emprendimiento se puede decir que el emprendedor es reconocido como aquella persona que busca establecer una innovación personal o laboral que va en búsqueda de las oportunidades para surgir y que, pese a algunas limitaciones presentes en el camino, encuentra la forma de adaptarse a su medio y de desarrollar los procesos esenciales para lograr su objetivo propuesto. Por otra parte, bajo la perspectiva teórica de Sánchez et al. (2017) la definición que se les atribuye a los vendedores de mercado, también llamados emprendedores, se explica como la persona que propone una idea de negocio; en este caso un puesto comercial, donde el mismo ofrece una serie de productos y/o servicios que, con dedicación, búsqueda de oportunidades y el de asumir riesgos en visión de mejora, encuentra su éxito personal y financiero, del mismo modo, se puede decir que dicho emprendedor solo podrá lograr sus objetivos si cumple con el desarrollo de algunos componentes psicológicos que intervienen de manera directa en la persona, su emprendimiento y el contexto.

Se consideran 6 componentes psicológicos influyentes como representación de la personalidad emprendedora entre ella podemos encontrar el indicador autonomía como la capacidad del individuo para hacer elecciones, tomar decisiones y asumir las consecuencias de estas, con énfasis en la realización a su actividad emprendedora o rol (Álvarez, 2015). A sí mismo el indicador adaptación como capacidad de una persona de acomodarse a su entorno, a diversas circunstancias y condiciones ambientales, buscando espacios de confort y situaciones que le ayuden a salir adelante (Gainette, 2016). Como tercer indicador encontramos a la resiliencia que es conocido como la capacidad que tiene una persona para superar circunstancias adversas y transformarlas en condiciones positivas para lograr algo

o sobrellevar una crisis (García-Vesga y Domínguez-de la Ossa, 2013). Por otra parte, el indicador innovación es comprendida como la capacidad de llevar a cabo procesos creativos e iniciativas de una persona para desarrollar cosas novedosas (Robayo, 2016). Como quinto indicador se encuentra la tolerancia en la que podemos referir que es la actitud de la persona que respeta las opiniones, ideas o actitudes de las demás personas y capacidad de asimilar situaciones complejas (Villaroel, 2017). Finalmente tenemos el indicador motivación que es la actitud que tiene la persona que realiza una o más acciones con la finalidad de lograr sus objetivos o cumplir con una determinada tarea (Herrera y Zamora, 2014).

En las teorías psicométricas que fundamentan esta investigación tenemos a Muñiz (2010) el cual señala que la teoría clásica de los Test (TCT) fue establecida por Charles Spearman a inicios del siglo XX, la cual se desarrolló entre los años 1904 y 1913, dando origen así a los primeros estudios para la psicometría. Dicha teoría busca establecer la medición de constructos psíquicos como por ejemplo de las características o rasgos de personalidad y asignarles un valor con el cual sean contables.

Bajo los principios de la TCT Muñiz (2010) desarrolla el modelo lineal clásico el cual explica que un test hace referencia a la puntuación total obtenida por una persona y que esta lleva por nombre puntaje empírico (x), dicho sea de paso, este puntaje se encuentra conformado por un puntaje verdadero (v) y el error de medición (e). Es decir, la respuesta obtenida de un test puede verse afectado por factores externos que alteren su objetividad y los resultados expresados por la persona.

Por otra parte, Martínez et al. (2014) nos explica que la TCT es aún perfectible ya que posee algunos problemas, que bajo la teoría de la generalizabilidad (TG) busca dar continuidad y mejoras a dicha teoría, basando sus objetivos de estudio en los principios del error (e) y la explicación de aquellas características que pueden afectar los resultados del test.

Paralelamente se desarrolla la teoría de respuesta al ítem (TRI) la cual se explica cómo la relación entre los datos obtenidos de una o más variables asignadas, el cual sirve para la elaboración de los test psicológicos con la finalidad de poder establecer el proceso de medición (Martínez et al. 2014).

Muñiz y Fonseca-Pedrero (2019), nos dicen que el proceso de construcción de un test, es riguroso, compleja y que esta a su vez tiene que ser objetiva. No existe una norma universal de pasos que definan como elaborar la construcción de un test ya que cada uno se adapta al propósito que quiera cumplir el instrumento, es por eso que de forma de guía y de tener una noción de como poder elaborar un test de manera efectiva en nuestras primeras construcciones nos orientan que debemos considerar los siguientes pasos: establecer la finalidad del test (qué, a quién y para qué se va medir), definir la variable que se pretenderá medir (constructo), detallar las especificaciones del test (contenido, cantidad de ítems y características psicométricas), elaboración de los ítems, tipo de respuesta y la primera versión del test con los ítems seleccionados, realizar un estudio piloto y aplicación del test (formatos, población de prueba y medios de aplicación), evaluación de resultados piloto mediante propiedades psicométricas (corrección de resultados, validación, fiabilidad y baremación de puntajes) y por último la publicación de una versión final del test (formato final y manual de aplicación, instrucción y corrección).

Cuando un constructo o variable no se encuentra definido bajo un modelo teórico estable, es idóneo que al realizar una escala de medición esta sea breve y específica; el cual busque conocer el comportamiento de la variable y cumpla el objetivo total para el cual se está elaborando dicho instrumento (DeVellis, 2012). Las escalas unidimensionales son las más idóneos en este tipo de investigaciones psicométricas, puesto que bajo el proceso de escalamiento buscan que sus atributos (ítems) describan de forma precisa el constructo a medir (Furr & Bacharach, 2013) y poco a poco implemente nuevos constructos que enriquezcan y describan con precisión el comportamiento y totalidad de la variable (Boyle et al., 2014), generalmente este proceso se logra en base a los ítems iniciales o propuestas de escalas primarias que a través de las respuestas obtenidas de muestras específicas vaya tomando la forma y complementariedad de cada constructo deseado y necesario en la variable, finalmente se logra establecer que todo este proceso concluirá en el desarrollo de un instrumento psicométrico con adecuada validez y confiabilidad, como también un modelo teórico estable y conciso que defina, dimensione y describa dicho constructo (Kaplan & Saccuzzo, 2017; Johnson & Morgan, 2016; Miller, 2009).

Según nos expone Kaplan & Saccuzzo (2012) estas teorías y entre otras, bajo una serie de métodos y técnicas de medición conforma a lo que hoy en día conocemos como psicometría, la cual se define como disciplina encargada de cuantificar y medir las variables psíquicas de la persona.

Para Peña et al. (2006) la psicometría es el campo de estudio de la psicología que busca transformar las variables psicológicas del ser humanos en datos cuantificables a través de patrones, propiedades y reglas, mediante una asignación numérica a cada respuesta del sujeto.

Según, Martínez et al. (2014) las características principales de la psicometría están constituidas en dos fundamentos. La primera es la validez; esta hace referencia al nivel en que el instrumento o prueba mide la variable que pretende medir. La Segunda es la confiabilidad; esta por otra parte hace referencia al nivel de consistencia y estabilidad de la medida, en el sentido que aun siendo (n) las veces que se aplique la prueba a la persona siempre se obtendrá el mismo resultado.

Así mismo, Martínez et al. (2014) refieren que existen tres métodos de poder medir la validez y a su vez las técnicas de cómo se obtienen cada una de ellas, a lo que definen los siguientes conceptos:

La validez de contenido; es un tipo de validez que se define como el nivel de manejo que se tiene sobre la elección de nuestros ítems respetando tres reglas fundamentales, las cuales son: la adecuada elección del ítem orientada la intensidad de lo que se pretende medir, la importancia de integrar la información apropiada en relación a la variable a medir y el dominio o claridad del ítem con la que se pretende evaluar la variable.

Para obtener la validez de contenido se logra mediante la realización de un análisis conocido como juicio de expertos o por su nombre técnico "V de Aiken" desarrollado por Howard H. Aiken en 1985. Medio por el cual se permite cuantificar la pertenencia, relevancia y claridad de los ítems; desde una escala politómica, cumpliendo su propósito de dar validez a cada uno de los ítems del test.

Otro tipo es la validez de criterio; busca comprobar el nivel de consistencia del test, estudiando la variable en relación a otras o así misma. En otras palabras, valida el

nivel de correlación de dicha variable con el sujeto evaluado, proporcionando así un nivel fiable de predecir la solidez, eficacia o defectos de la prueba.

Un tercer tipo es la validez de constructo o estructura interna; Es aquí donde se pretende poner en evidencia si la prueba mide de manera adecuada la variable o constructo que se pretende explorar en base a los sustentos teóricos que la definen.

Castañeda et al. (2010) refieren que la forma en la que se obtiene este tipo de validez se da a través del análisis factorial; técnica que se define como el procedimiento que sintetiza los datos de un test, la cual se emplea para correlacionar la variable con las respuestas del sujeto mediante los supuestos estadísticos. En otras palabras, contrasta la variable observable como términos numéricos en relación a los (n) factores o variables no observables que explican los resultados del test.

El análisis factorial se caracteriza por dos tipos: análisis factorial exploratorio (AFE); explora de manera específica la medición de las dimensiones, constructos y variables del test. análisis factorial confirmatorio (AFC); proceso que confirma si existe relación entre los indicadores y los factores. En síntesis, mientras el AFE describe y explora los otros supuestos estadísticos de los indicadores, el AFC explica las posibilidades que tiene una variable en la medición de los constructos con las teorías que lo definen (Castañeda et al. 2010).

En el caso de la confiabilidad existen dos formas de medirlas según Hernández et al. (2014): el primer método es de Test-Retest o Coeficiente de Correlación; que mide la continuidad de resultados obtenidos del test al ser ésta aplicada en dos o más condiciones distintas en un mismo sujeto. La técnica de medición que se puede emplear es la correlación de Pearson ($P_{x,y}$), el cual se establece como; la forma en que se mide el nivel de relación de dos variables que como características se manifiesten siendo simples, cuantitativas y continuas. El segundo es de análisis de homogeneidad de los Ítems o consistencia interna; el cual mide que tan solidos o unificados son los ítems de un test según el constructo a cuantificar. La técnica de medición empleada para este método es el alfa de Cronbach (α) siendo la más usada ya que se encarga de realizar una estimación de dicha consistencia indicando el tamaño de la covarianza y la presencia del constructo en los ítems. Del

mismo modo como técnica alternativa y no menos significativa se encuentra el Coeficiente omega de McDonald (ω) la cual se emplea al tener resultados negativos de equivalencia en el (α) o como contraste de la misma, dicha técnica se desarrolla en la medición de las cargas factoriales que son; el ponderado obtenido de las variables, las cuales hace más estable su cálculo y refleja mayor efectividad en la medición de la confiabilidad, ya que no depende de la cantidad de ítems sino del valor independiente que se les puede atribuir.

Abad et al. (2006) resaltan que el análisis del Ítem es esencial para todo proceso de validación psicométrica, dado que ésta establece si existe una verdadera pertinencia de los ítems con la variable, cumpliendo así el rol objetivo y propuesto de un test. Dicho análisis se obtiene a través de tres indicadores: índice de dificultad; porcentaje de personas que respondieron de manera adecuada el ítem, índice de homogeneidad; correlación de la puntuación individual del ítem con el puntaje total del test y, por último, el índice de validez; el puntaje de varios sujetos en un determinado ítem que se correlacionan con los criterios externos al test.

Abad et al. (2006) definen a la baremación de un test; como la agrupación de puntajes directos resultantes de una escala o test y que estas son interpretadas por una normativa de percentiles, mediante una tabla de valoración, la cual informa en base a su puntaje total, el nivel, grado o posición de pertenencia que se encuentra el sujeto evaluado en relación a la variable (constructo) en medición.

Según Martínez et al. (2014) las escalas de medición son un método empleado para evaluar categóricamente un ítem y siendo una forma de elegir una respuesta de forma diferenciada o pertinente al sujeto. Un tipo muy comúnmente usado es la de Rensis Likert diseñada en 1932, bajo su nombre técnico Escala Tipo Likert brinda al sujeto opciones de respuesta para conocer así su opinión, fuerza, intensidad o actitud en relación al ítem y del mismo modo de pertinencia con la variable. Esta escala se plantea con una cantidad de respuestas impar para que de tal manera tenga un mayor grado de diferenciación y punto neutral entre los extremos propuestos.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación fue de tipo aplicada, pues tiene como objetivo estudiar un tema que será orientado a la acción, aportando así nuevos conocimientos y orientarlos a que estas generen alternativas para la resolución de un problema (Baena, 2014). De tal modo la investigación estuvo centrada en el problema de la variable emprendimiento correspondiente a la creación de un instrumento para su medición.

En cuando al diseño de la investigación es el Instrumental, puesto que es la que direcciona las construcciones, desarrollos y adaptaciones de nuevas escalas o test psicológicos (Montero & León, 2007). Por lo que se propuso la Escala de emprendimiento como estudio de la variable, correspondiente al diseño planteado.

3.2. Variables y operacionalización

La variable se sustenta en la definición conceptual de Sánchez et al. (2017), el cual refiere que el emprendimiento es el proceso que conlleva a una persona a iniciar un negocio o actividad de forma independiente en base de una idea innovadora. Mediante la toma de oportunidades, asume riesgos y se adapta a distintos tipos de situaciones o entornos que le genera el establecimiento de su producto y/o servicio, el cual está dirigido un determinado público consumidor.

Así mismo, la definición operacional para la medición de esta variable será a través de la Escala de emprendimiento, que consta de 24 ítems establecido de forma unidimensional de nombre componentes psicológicos. La calificación es determinada mediante una escala de tipo Likert de: totalmente en desacuerdo (TD = 01), en desacuerdo (ED = 02), ni de acuerdo, ni en desacuerdo (NN=03), de acuerdo (DA=04), totalmente de acuerdo (TA=05). Los parámetros de puntuación máxima son de 20 puntos por indicador y estas se constituyen por 4 ítems cada una.

Entre los indicadores propuestos, la Escala de emprendimiento cuenta con 6 indicadores psicológicos cada uno con 4 reactivos por indicador; la primera de ellas es Autonomía, misma que se encuentra constituida por constructos tales como: toma de decisiones, prevención de riesgos, perseverancia, gestión de tareas. El segundo indicador es Adaptación con sus constructos: locus control, cambio, logro, riesgo. El tercer indicador es Resiliencia y sus constructos son: introspección, creencias, afrontamiento, responsabilidad. El cuarto indicador es Innovación y sus constructos son: creatividad, inspiración, oportunidades, flexibilidad. El quinto indicador es Tolerancia con sus constructos: estrés, frustración, asertividad, solución de conflictos. El sexto y último indicador es Motivación con sus constructos: tesón, retos, empatía, reconocimiento.

La escala de medición de la variable emprendimiento corresponde a una escala ordinal. De acuerdo con Ochoa y Molina (2018), una escala ordinal corresponde a datos que tiene la propiedad de orden, es decir, de identidad y de magnitud. Así mismo, se propone la categoría de medición mediante una escala Likert ya que plantea con una cantidad de respuestas impar para que de tal manera tenga un mayor grado de diferenciación y punto neutral entre los extremos propuestos para conocer así su opinión, fuerza, intensidad o actitud en relación al ítem y del mismo modo de pertinencia con la variable (Martínez et al., 2014).

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

La población en la cual se centró el estudio, se halló constituido por vendedores entre 18 y 64 años; ambos sexos, de una Asociación de Comerciante (Mercado) del distrito de Comas, con un total de 1 972 vendedores según el libro padrón de asociados (ACSPU, 2019). Así mismo, el último censo nacional de mercados de abastos realizado por el INEI (2016) refiere que hasta esa fecha existían 45 mercados en el distrito con un total aproximado de 6 895 vendedores.

De acuerdo con Arafat et al. (2016) realizar un estudio en una muestra amplia, beneficia la obtención de mejores resultados, ya que se considera que una muestra es aceptable con un mínimo de 250 sujetos en adelante y 1 000 sujetos a más es

excelente porque denota una mayor fiabilidad. Es por ello que para la muestra se consideró a 1 000 vendedores en el desarrollo de la investigación.

El tipo de muestreo que se utilizó para obtener la muestra representativa de la población es probabilístico; aleatoria simple. Este tipo de muestreo permite la selección de un grupo de sujetos (la muestra) para el estudio de un grupo más grande (la población) (Hernández et al., 2014). De los 45 mercados del distrito de Comas, se seleccionó a uno ya que posee la mayor cantidad de vendedores en relación a los otros, disminuyendo así los índices de error en la generalización de resultados, por lo que para la unidad de análisis elegida y seleccionada para este estudio fueron los vendedores de un mercado pertenecientes a una asociación comercial de manera formal, a los cuales se les aplicó el instrumento en estudio, los mismos que sirvieron para el desarrollo y análisis de resultados.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el presente estudio y análisis de la variable se empleó la encuesta como técnica para la recolección de datos; lo cual es un método que se encarga de recabar la información necesaria mediante el uso de la interrogación, la encuesta como técnica emplea varios tipos de herramientas de los cuales se eligió el cuestionario como el más pertinente para el estudio, puesto que es una herramienta útil que puede ser autoadministrada, donde el evaluador explica las instrucciones y el participante se encarga de responder a las interrogantes (García, 2005).

Ficha técnica

Nombre: Escala de emprendimiento

Autor: Vásquez Gonzáles Geoffrey Daniel

Procedencia: Universidad César Vallejo - Lima Norte, Perú.

Aparición: 2019

Significación: Instrumento psicométrico eficaz para identificar el nivel de emprendimiento y sus indicadores psicológicos que intervienen en dicho proceso en vendedores de un mercado del distrito de Comas.

Aspectos que evalúa: autonomía, adaptación, resiliencia, innovación, tolerancia y motivación respecto al emprendimiento.

Administración: individual y colectiva.

Aplicación: Individuos de 18 a 64 años.

Duración: 5 a 10 minutos.

Tipo de ítem: Enunciados con alternativas politómicas tipo escala Likert.

Ámbitos: Organizacional, social o investigación.

Dimensión: componentes psicológicos

Indicadores: Autonomía (01, 02, 03 ,04), Adaptación (05, 06, 07, 08), Resiliencia (09, 10, 11, 12), Innovación (13, 14, 15, 16), Tolerancia (17, 18, 19, 20) y Motivación (21, 22, 23, 24).

Materiales: Manual y Protocolo.

Criterios de calidad: Validez de contenido (V de Aiken=1.00) y confiabilidad por consistencia interna (alfa α =.905, omega ω = .928)

3.5. Procedimientos

En la fase inicial de la investigación se desarrolló la visita a la muestra objetiva donde se coordinó el cronograma de aplicación del instrumento, aceptación de los permisos y recaudó la información pertinente entre octubre del 2019 y enero del 2020, la misma que sirvió como recurso para la elaboración y el análisis de los resultados en base a discusión con otras investigaciones. Continuamente teniendo como base la etapa anterior se procedió, a analizar y clasificar aquellos datos psicométricos pertinentes conforme a la variable emprendimiento, las cuales se expuso mediante cuadros y gráficos, de manera que la información de los resultados pueda ser comprendidas e interpretadas de forma adecuada. Finalmente se dio a conocer el estudio por medio de un informe de investigación, la cual contiene los principios teóricos, objetivos, resultados, discusión, conclusión,

recomendaciones, así mismo la presentación del estudio mediante la sustentación y difusión del informe.

3.6. Método de análisis de datos

Los resultados obtenidos de la escala en la muestra respectiva de $n=1000$ vendedores se ingresaron en el programa Microsoft Excel 2019 realizando así la base de datos, para luego ser exportadas al paquete estadístico para las ciencias sociales - Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 26.0, IBM SPSS Amos versión 24 y Jamovi versión 1.1.7, de tal manera se pudo obtener la validez y confiabilidad del instrumento. En primera fase de piloto $n=150$, se determinó la confiabilidad mediante el alfa de Cronbach, y también el coeficiente omega, y la validez de contenido mediante juicio de expertos (V de Aiken) para establecer la consistencia interna. En segunda fase con los resultados de la muestra, la escala fue sometida a un análisis de ítem, determinando la pertinencia del ítem con la variable y los objetivos del instrumento, posteriormente se realizó el proceso estadístico de la validez de estructura interna, mediante el análisis factorial en sus dos tipos; en primera instancia el análisis factorial exploratorio el cual se comprobó si era viable realizarlo mediante la aplicación del KMO y la prueba de Bartlett indicando que se podía proceder con la factorización de ítems, empleando así el método de extracción mínimo cuadrados no ponderados. En segunda instancia, se realizó el análisis factorial confirmatorio tomando en cuenta los índices de ajuste absoluto (X^2/gl , GFI, RMSEA, SRMR, CFI, TLI y AIC). Finalmente, se realizó los baremos mediante el uso de percentiles, para ello se utilizó la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk en la que se determinó el estadístico a emplear que fue la prueba no paramétrica; U de Mann-Whitney en los cuales los índices obtenidos determinaron la realización de baremos por puntaje directo ya que no había diferencia significativa entre los grupos normativos, finalmente se realizó la elaboración de un manual con el objetivo de establecer los criterios de calificación e interpretación de los resultados.

3.7. Aspectos éticos

Durante la investigación se consideraron aspectos éticos que demostraron el compromiso y responsabilidad en el desarrollo del estudio, cumplimiento en primera instancia los parámetros de redacción y el respeto a la propiedad intelectual mediante los estándares de la normativa APA, así mismo se tomó en cuenta los principios bioéticos de consentimiento, confidencialidad y el adecuado uso de la información recolectada a través de la muestra únicamente para fines objetivos del estudio, por lo que se consideró la autonomía y decisión voluntaria para la participación de cada uno de los involucrados, conforme se sustenta en cada uno de los procesos de la investigación (Gómez, 2009).

En la tabla 1, se observa la evaluación de los 10 jueces con respecto a los ítems asumiendo los criterios de pertinencia, relevancia y claridad. Según el análisis de V de Aiken, se puede evidenciar que los enunciados cumplen con los aspectos de validez, siendo 1.00 el puntaje máximo, lo que indica que el instrumento cuenta con los criterios de validez de contenido (Escurra,1988).

Tabla 2

Análisis descriptivo de los ítems de la Escala de emprendimiento (n=1000)

Ítems	Frecuencia					M	DE	g ¹	g ²	IHC	h ²	id	Aceptable
	1	2	3	4	5								
01	4.7	9.5	20.7	26.2	38.9	3.85	1.17	-0.76	-0.35	0.78	0.65	0.00	SÍ
02	4.6	9.0	18.8	27.7	39.9	3.89	1.16	-0.84	-0.20	0.77	0.64	0.00	SÍ
03	0.0	0.0	24.5	25.6	49.9	4.25	0.83	-0.50	-1.35	0.04	0.62	0.01	NO
04	5.3	9.6	20.0	27.1	38.0	3.83	1.19	-0.77	-0.35	0.80	0.68	0.00	SÍ
05	4.9	9.5	19.6	27.6	38.4	3.85	1.18	-0.79	-0.30	0.77	0.64	0.00	SÍ
06	4.6	8.2	20.5	27.6	39.1	3.88	1.15	-0.82	-0.18	0.79	0.67	0.00	SÍ
07	5.0	9.2	19.2	27.2	39.4	3.87	1.18	-0.82	-0.26	0.79	0.67	0.00	SÍ
08	5.4	8.6	18.3	28.1	39.6	3.88	1.18	-0.87	-0.16	0.77	0.64	0.00	SÍ
09	4.7	9.8	18.4	28.3	38.8	3.87	1.17	-0.81	-0.27	0.76	0.63	0.00	SÍ
10	5.5	9.4	19.0	27.0	39.1	3.85	1.20	-0.81	-0.30	0.78	0.66	0.00	SÍ
11	0.0	0.0	24.1	24.5	51.4	4.27	0.83	-0.54	-1.32	0.08	0.21	0.00	NO
12	4.4	9.9	20.4	26.4	38.9	3.86	1.17	-0.75	-0.38	0.78	0.66	0.00	SÍ
13	5.3	10.6	17.6	29.0	37.5	3.83	1.19	-0.79	-0.35	0.79	0.66	0.00	SÍ
14	3.9	9.8	18.8	28.5	39.0	3.89	1.15	-0.80	-0.27	0.77	0.64	0.00	SÍ
15	0.0	0.0	24.3	26.4	49.3	4.25	0.82	-0.49	-1.35	0.00	0.57	0.04	NO
16	4.8	9.3	19.4	25.8	40.7	3.88	1.18	-0.82	-0.29	0.81	0.69	0.00	SÍ
17	4.5	10.6	16.4	28.0	40.5	3.89	1.18	-0.85	-0.28	0.79	0.66	0.00	SÍ
18	5.3	9.0	20.2	27.2	38.3	3.84	1.18	-0.79	-0.29	0.79	0.67	0.00	SÍ
19	0.0	0.0	24.9	23.0	52.1	4.27	0.84	-0.55	-1.35	-0.01	0.66	0.89	NO
20	4.7	9.9	19.8	28.7	36.9	3.83	1.17	-0.76	-0.33	0.78	0.65	0.00	SÍ
21	4.5	9.0	18.9	27.9	39.7	3.89	1.16	-0.84	-0.20	0.76	0.64	0.00	SÍ
22	3.9	10.1	18.3	28.5	39.2	3.89	1.15	-0.81	-0.28	0.76	0.62	0.00	SÍ
23	5.4	9.3	17.8	27.9	39.6	3.87	1.19	-0.85	-0.22	0.79	0.66	0.00	SÍ
24	4.9	9.1	18.4	26.5	41.1	3.90	1.18	-0.86	-0.22	0.77	0.63	0.00	SÍ

Nota: FR: Formato de respuesta; M: Media; DE: Desviación estándar; g1: coeficiente de asimetría de Fisher; g2: coeficiente de curtosis de Fisher; IHC: Índice de homogeneidad corregida; h2: Comunalidad; ID: Índice de discriminación.

En la tabla 2, se observa que los porcentajes obtenidos en las frecuencias, son menores al 80% en cada una de las opciones, lo cual evidencia ausencia de deseabilidad social; asimismo la media oscila entre 3.83 a 4.27 y la desviación

estándar entre 0.821 a 1.196. En cuanto a asimetría se encuentra entre -0.491 a -0.867 y curtosis entre -0.157 a -1.352, lo cual se puede decir que presenta una tendencia a normalidad univariada (Henderson, 2006) con valores entre -1.5 y 1.5 (Forero et al., 2009). sin embargo, en los valores del índice de homogeneidad se puede observar que los ítems 03, 11, 15 y 19 se encuentran por debajo del valor permitido que es 0.30 y para ello según (Kline, 2005) estos valores no serían aptos para la variable. Con respecto a la comunalidad, se observa que todos los ítems a diferencia del ítem 11 presentan una carga adecuada sobre el valor estándar de >0.40 según (Detrinidad, 2016). En cuanto a índice de discriminación, se observa que todos los ítems a diferencia del ítem 19 son significativos ($p < 0.05$) pues distingue de manera eficiente categorías altas y bajas (Backhoff et al., 2000). En conclusión, se elimina el ítem 03, 11, 15 y 19 por no cumplir con los criterios adecuados en el análisis de ítem, quedando los ítems restantes como adecuados para realizar un posterior análisis factorial.

Tabla 3

Evaluación de los supuestos previos al análisis factorial exploratorio de Medida Kaiser-Meyer-Olkin y Prueba de esfericidad de Bartlett de la Escala de emprendimiento (n=1000)

	Índices	Estimados	Resultados
KMO	Medida Kaiser-Meyer-Olkin	>0.80	0.988
	Prueba de esfericidad de Bartlett	Sig. <0.05	0.000

En la tabla 3, se puede evidenciar un KMO con un valor de 0.988 y la prueba de esfericidad de Bartlett es de Sig. $p=0.000$ en la base de 1000 encuestados, lo cual podemos decir que no es una matriz de identidad, ya que existe una adecuación entre la variable, lo cual esto nos conlleva que los valores que se obtuvieron permiten realizar el análisis factorial exploratorio (Montoya, 2007).

Tabla 4

Varianza total explicada de Escala de emprendimiento (n=1000)

	Varianza total explicada		
	Total	% de varianza	% acumulado
1	13.010	54.210	54.210

En la tabla 4, se demuestra una estructura factorial donde los ítems se agrupan en 1 factor que explican el 54,21% de la varianza total, el cual es aceptable ya que su valor es mayor al 50% indicando una extracción correcta de factores (Merenda, 2019).

Tabla 5

Distribución de los ítems por factor de la Escala de emprendimiento (n=1000)

Ítems	Factor	
		1
04. Planifico y organizo las actividades que realizo.		0.815
06. Me adapto con facilidad a los cambios que se presentan.		0.814
23. Me emociona saber que puedo ayudar a otros.		0.811
16. Busco siempre marcar la diferencia en las cosas que hago.		0.810
21. Pongo mucho esfuerzo en cada cosa que hago para tener éxito.		0.809
12. Realizo mis actividades propuestas hasta cumplirlas.		0.806
07. Busco la forma de ser más competente ante el éxito de los demás.		0.805
18. Encuentro en el fracaso una manera de seguir mejorando.		0.801
09. Aprovecho las oportunidades que me permiten lograr mis objetivos.		0.799
13. Me gusta estar innovando.		0.799
10. Aprendo de mis logros y también de mis errores.		0.791
01. Tomo decisiones que me permitan lograr mis objetivos.		0.791
17. Realizo mis actividades pese a las condiciones adversas que se puedan presentar.		0.790
20. Mantengo el control y la calma en la solución conflictos.		0.788
24. Ser reconocido por mis capacidades, me motiva a seguir adelante.		0.785
14. Mis habilidades y talentos me permiten crear cosas nuevas.		0.782
02. Mido los riesgos que asumiré al emprender mis actividades.		0.782
05. Encuentro alternativas para salir de los problemas.		0.782
08. Asumo riesgos con la finalidad de seguir creciendo.		0.780
22. Me motiva enfrentar grandes retos.		0.771

Nota: método de extracción "mínimo cuadrados no ponderados".

En la tabla 5, se evidencia que la distribución de las cargas factoriales de los ítems válidos, correspondiente a la dimensión componentes psicológicos, compuesto por 20 ítems con cargas factoriales oscilando entre 0.771 a 0.815, así mismo se descarta la validez de los ítems 03, 11, 15 y 19 al presentar cargas factoriales

menos a <0.3 , valores considerados como una inadecuada distribución según el criterio mínimo propuesto por (Tabachnick y Fidell, 2019). Asimismo, se evidenció el supuesto de simplicidad factorial (Fleming y Merino, 2005) y una cantidad adecuada de ítems (≥ 4) por factor (Lloret-Segura et al., 2014).

Tabla 6

Medidas de bondad de ajuste del análisis factorial confirmatorio del modelo teórico de la Escala de emprendimiento (n=1000)

Índices de Ajuste		Modelo I	Índices Óptimos	Aceptable
Ajuste Absoluto				
X ² /gl	Razón chi cuadrado/ grados libertad	1.51	≤ 2.00	SÍ
GFI	Índice de bondad de ajuste	0.97	≥ 0.90	SÍ
RMSEA	Índice de bondad de ajuste ajustado	0.02	≤ 0.05	SÍ
SRMR	Residuo estandarizado cuadrático medio	0.01	Cerca de 0	SÍ
Ajuste Comparativo				
CFI	Índice de ajuste comparativo	0.99	≥ 0.90	SÍ
TLI	Índice de Tucker – Lewis	0.99	≥ 0.95	SÍ
Ajuste Parsimonioso				
AIC	Criterio de información de Akaike	477.48	Cerca de 0	SÍ

Nota: X²/gl: Razón chi cuadrado/ grados libertad, GFI: Índice de bondad de ajuste, RMSEA: Índice de bondad de ajuste ajustado, SRMR: Residuo estandarizado cuadrático media, CFI: Índice de ajuste comparativo, TLI: Índice de Tucker – Lewis, AIC: Criterio de información de Akaike, Aceptable.

En la tabla 6, se observa los datos obtenidos del análisis factorial confirmatorio, según la Escala de emprendimiento bajo el modelo teórico de 24 ítems, se muestra en sus índices de ajuste absoluto un valor de $X^2/gl = 1.51$, $GFI = 0.97$, $RMSEA = 0.02$ y $SRMR = 0.01$, los cuales indican que el instrumento cuenta con un buen ajuste absoluto. Así mismo, en los índices del ajuste comparativo el $CFI = 0.99$ y $TLI = 0.99$ confirman un buen ajuste de estos valores. Por último, en los ajustes parsimonioso se obtiene un $AIC = 477.48$ lo que indica un adecuado ajuste. En conclusión, se puede decir que las medidas de bondad de ajuste son adecuadas (Escobedo et al., 2016; Ruiz et al., 2010; Schreider et al., 2006).

Enseguida, se examinó el ajuste del primer modelo en base a la dimensión de la Escala de emprendimiento, mediante el análisis factorial confirmatorio con 24 ítems (n=1000)

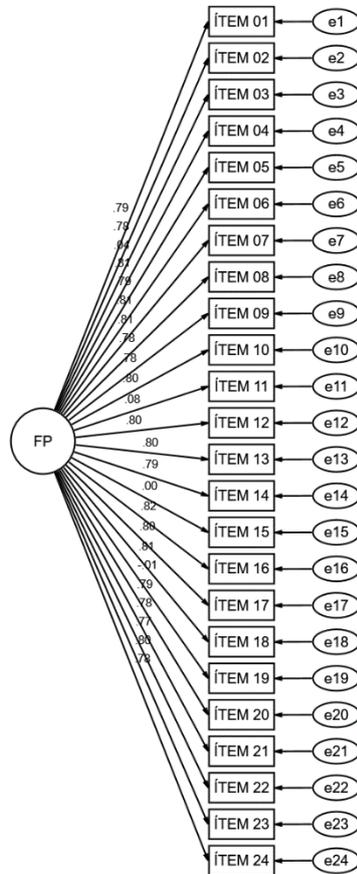


Figura 1. Análisis factorial confirmatorio de la dimensión de la Escala de emprendimiento con 24 ítems.

Tabla 7

Medidas de bondad de ajuste del análisis factorial confirmatorio del nuevo modelo estadístico de la Escala de emprendimiento (n=1000)

Índices de Ajuste		Modelo II	Índices Óptimos	Aceptable
Ajuste Absoluto				
X ² /gl	Razón chi cuadrado/ grados libertad	1.66	≤2.00	SÍ
GFI	Índice de bondad de ajuste	0.97	≥0.90	SÍ
RMSEA	Índice de bondad de ajuste ajustado	0.03	≤0.05	SÍ
SRMR	Residuo estandarizado cuadrático medio	0.01	Cerca de 0	SÍ
Ajuste Comparativo				
CFI	Índice de ajuste comparativo	0.99	≥0.90	SÍ
TLI	Índice de Tucker – Lewis	0.99	≥0.95	SÍ
Ajuste Parsimonioso				
AIC	Criterio de información de Akaike	361.69	Cerca de 0	SÍ

Nota: X²/gl: Razón chi cuadrado/ grados libertad, GFI: Índice de bondad de ajuste, RMSEA: Índice de bondad de ajuste ajustado, SRMR: Residuo estandarizado cuadrático media, CFI: Índice de ajuste comparativo, TLI: Índice de Tucker – Lewis, AIC: Criterio de información de Akaike, Aceptable.

En la tabla 7, se observa los datos obtenidos del análisis factorial confirmatorio, según la Escala de emprendimiento bajo el nuevo modelo estadístico de 20 ítems, se muestra en sus índices de ajuste absoluto un valor de X²/gl = 1.66, GFI= 0.97, RMSEA= 0.03 y SRMR = 0.01, los cuales indican que el instrumento cuenta con un buen ajuste absoluto. Así mismo, en los índices del ajuste comparativo el CFI = 0.99 y TLI =0.99 confirman un buen ajuste de estos valores. Por último, en los ajustes parsimonioso se obtiene un AIC = 361.69 lo que indica un adecuado ajuste. En conclusión, se puede decir que las medidas de bondad de ajuste son adecuadas (Escobedo et al., 2016; Ruiz et al., 2010; Schreider et al., 2006).

Enseguida, se examinó el ajuste de nuevo modelo estadístico en base al análisis factorial exploratorio de la Escala de emprendimiento, mediante el análisis factorial confirmatorio con 20 ítems (n=1000)

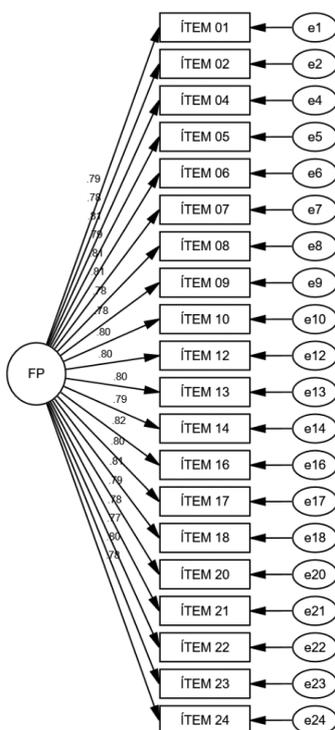


Figura 2. Análisis factorial confirmatorio del nuevo modelo de factores de segundo orden de la Escala de emprendimiento con 20 ítems.

Tabla 8

Confiabilidad por consistencia interna mediante los coeficientes alfa de Cronbach y omega de McDonald del modelo original de la Escala de emprendimiento (n=1000)

Dimensión	Estadística de Fiabilidad del instrumento		
	N° de ítems	alfa (α)	omega (ω)
Componentes Psicológicos	24	0.957	0.958
General	24	0.957	0.958

En la tabla 8, se puede apreciar el índice de confiabilidad del instrumento Escala de emprendimiento arrojó una puntuación de 0.957 en alfa y 0.958 en omega, lo que indica una confiabilidad muy alta a nivel general y alta a nivel de dimensión,

siendo así que la prueba puede ser utilizada para el fin previsto (Ruiz, 2013; Campo-Arias y Oviedo, 2008).

Tabla 9

Confiabilidad por consistencia interna mediante los coeficientes alfa de Cronbach y omega de McDonald del nuevo modelo de la Escala de emprendimiento (n=1000)

Dimensión	Estadística de Fiabilidad del instrumento		
	N° de ítems	alfa (α)	omega (ω)
Componentes Psicológicos	20	0.972	0.972
General	20	0.972	0.972

En la tabla 9, se puede apreciar el índice de confiabilidad del instrumento Escala de emprendimiento bajo el nuevo modelo estadístico arrojó una puntuación de 0.972 en alfa y 0.972 en omega, lo que indica una confiabilidad muy alta a nivel general y alta a nivel de dimensión, siendo así que la prueba puede ser utilizada para el fin previsto (Ruiz, 2013; Campo-Arias y Oviedo, 2008).

Tabla 10

Prueba de normalidad de Shapiro - Wilk de la Escala de emprendimiento (n=1000)

Sexo	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Masculino	,842	504	,000
Femenino	,854	496	,000
General	,849	1000	,000

Nota: Variable de agrupación: Sexo

En la tabla 10, se aprecian los valores obtenidos en la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, presentan una significancia de ,000; lo que indica que los datos no se ajustan a una distribución normal. (Berlanga y Rubio, 2012). Por consiguiente, se procedió a utilizar el estadístico no paramétrico mediante la prueba U de Mann-Whitney.

Tabla 11

Prueba U de Mann – Whithney para análisis comparativo de la Escala de emprendimiento (n=1000)

Estadísticos de prueba ^a	Total
U de Mann-Whitney	122889,500
Sig. asintótica(bilateral)	,645

Nota: a. Variable de agrupación: Sexo

En la tabla 11, se observa que los datos de acuerdo al puntaje obtenido son de 0,645; lo que da una significancia mayor a ($p < 0.05$), haciendo referencia a que no existe diferencia significativa en la respuesta al instrumento entre ambos sexos (Ventura-León, 2016). Ante ello, se decidió realizar las puntuaciones de forma general para las normas de interpretación.

Tabla 12

Baremo de la Escala de emprendimiento, puntaje general.

Niveles	Cuartiles	Puntajes
Alto	75	91-100
Promedio	50	84-90
Bajo	25	68-83

Nota: Baremos por puntaje total.

V. DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como finalidad Construir y presentar evidencias psicométricas preliminares de una Escala de emprendimiento para vendedores de un mercado, Comas, 2020. Los fundamentos teóricos se rigen a los estudios realizados por Sánchez, Ward, Hernández y Florez acerca de emprendimiento, definiéndolo como el proceso que conlleva a una persona a iniciar un negocio o actividad de forma independiente en base de una idea innovadora. Mediante la toma de oportunidades, asume riesgos y se adapta a distintos tipos de situaciones o entornos que le genera el establecimiento de su producto y/o servicio, el cual está dirigido un determinado público consumidor. Así mismo, la explicación de dicha variable se encuentra constituidos por tres constructos o factores los cuales son social, económico y psicológico (Sánchez et al., 2017).

Debido a que es un tema innovador, existen limitados antecedentes que expliquen el comportamiento e instrumentalización para la medición de la variable en la población y contexto seleccionado para el estudio, es por ello que, bajo la propuesta teórica de (Sánchez et al., 2017) se toma como punto de partida construir la escala empleando solo uno de los tres constructos el cual es representado por el psicológico, tomando así una muestra de 1000 vendedores de mercado mayores de 18 años para demostrar de forma estadística que el instrumento propuesto posee una adecuada validez y confiabilidad para su uso (Anthoine et al., 2014).

En cuanto a la construcción de la Escala de emprendimiento, inicialmente se diseñó con un total de 24 ítems, de forma unidimensional dividido en 6 indicadores: Autonomía de la propuesta teórica de (Álvarez, 2015). Adaptación de los principios teóricos de (Gainette, 2016). Resiliencia sustentada en la teoría de (García-Vesga y Domínguez-de la Ossa, 2013). Innovación de los principios teóricos de (Robayo, 2016). Tolerancia sustentada en la teoría de (Villaroel, 2017). Motivación de la propuesta teórica de (Herrera y Zamora, 2014). Esta organización de indicadores propuesta, presenta similitud con la investigación de Revelo et al. (2017) el cual presenta una distribución similar en 6 indicadores, Pedrosa (2015) con 5 indicadores y en el caso de Sánchez (2010) una distribución de 4 indicadores, todos con sustentos teóricos que se aproximan a la propuesta del estudio bajo una misma corriente cognitiva-conductual para la explicación de la variable.

Seguido de la construcción de la escala, se realizó un estudio piloto para recolectar los datos necesarios, ya que era importante saber si los ítems planteados eran comprensibles para su posterior aplicación en una muestra final (Martínez et al., 2014). El piloto contó con un total de 150 participantes adultos de ambos sexos del distrito de Comas. Así mismo, para determinar la validez de contenido la escala fue sometido a criterio de 10 jueces expertos en la variable, que revisaron los ítems mediante la V de Aiken teniendo en cuenta la pertenencia, claridad y relevancia correspondiente a la dimensión asignada, determinando así la representatividad de los reactivos (Meneses et al., 2013), siguiendo los principios de Aiken (1996), quien consideró que obtener un valor de $>.80$ es necesario para que los ítems se aprueben como válidos. Cabe resaltar que bajo este criterio los 24 reactivos fueron aceptables.

Al realizar el análisis descriptivo con la muestra ($n=1000$), se obtuvieron las frecuencias de los ítems, la media, la desviación estándar, el coeficiente de asimetría y curtosis de Fisher (Henderson, 2006; Forero et al., 2009), el índice de homogeneidad corregido (Kline, 2005), el índice de comunalidades (Detrinidad, 2016) y el índice de discriminación (Backhoff et al., 2000). En relación a los valores obtenidos de este análisis, se pudo determinar la irrelevancia de 4 ítems (03,11,15,19), los cuales alcanzaron valores menores que $.30$ en el índice de homogeneidad y con respecto al ítem 11 presentó valores menores que 0.40 en el índice de comunalidad, siendo estos, los criterios que se tomaron en cuenta para indicar si dichos ítems son válidos, ya que, a diferencia de los demás índices, no presentaron problema alguno. Así los 20 ítems restantes fueron sometidos a un análisis factorial exploratorio.

Para realizar el análisis factorial exploratorio del modelo teórico de la Escala de emprendimiento, previamente se empleó la prueba de KMO donde se obtuvo un valor de 0.988 , así mismo, la significancia por medio del test de esfericidad de Barlett fue de 0.000 los cuales son valores adecuados para llevar a cabo el análisis factorial exploratorio según (Montoya, 2007), es así que se procedió con el análisis empleando el método de extracción mínimo cuadrados no ponderados, donde la intercorrelación de los ítems eran $>.30$ (Lloret-Segura et al., 2014). Los resultados presentan similitud con el estudio de Revelo et al. (2017) en donde se percibe

valores parecidos en la prueba de $KMO=.969$ y $Bartlett=.000$ en el cual se centró el análisis de su prueba, en cuanto al método de extracción y rotación defirió a lo empleado por (Sánchez, 2010) quien usó la extracción por componentes principales y rotación varimax.

Con respecto a la varianza total explicada se obtuvo un 54.21% siendo aceptable según Merenda (2019), generando una distribución estadística de hasta un factor, del cual al realizar el análisis factorial exploratorio solo se aceptó trabajar con el dicho factor dado que las cargas factoriales eran adecuadas en relación a criterio estándar de $>.30$ propuesto por (Tabachnick y Fidell, 2019), es por ello que se logró obtener una nueva propuesta de modelo en base a los resultados de la muestra, indicando que el instrumento se distribuye de forma unidimensional, por lo que se obtuvo una adecuada similitud con el modelo teórico propuesto de la dimensión componentes psicológicos, dichos resultados difieren con la investigación de (Sánchez, 2010) del cual podemos referir que su propuesta de modelo teórico no se ajustaba al modelo estadístico proporcionado por el análisis factorial exploratorio 15 factores que explicaron el 58.84% de la varianza siendo solo 4 las dimensiones propuestas, así mismo, difiriendo de los resultados obtenidos podemos ver en las investigaciones de (Revelo et al., 2017; Pedrosa, 2015; Muñoz et al., 2014) los cuales realizan una propuesta estadística de funcionamiento diferencial del ítem y parámetros de estimación de respuesta al ítem para la obtención de la validez de sus instrumentos, en la cual se respeta el modelo teórico propuesto sin alterar así la distribución de dichos ítems, considerando dicho método como una solución estadística en situaciones donde el análisis factorial no tiene una misma distribución de ítem en base al modelo teórico propuesto (Tomás, 2000).

Así mismo, para poder demostrar que el modelo teórico (24 ítems) y el modelo estadístico propuesto por la distribución de factores del AFE (20 ítems) cuentan con validez de estructura interna se procedió a realizar el análisis factorial confirmatorio, la cual arrojó adecuados índices de bondad de ajuste, como podemos ver en los resultados del modelo teórico; $X^2/gf=1.51$, $GFI=0.97$, $RMSEA=0.02$, $SRMR=0.01$, $CFI=0.99$, $TLI=0.99$ y $AIC=477.48$ y en cuanto al nuevo modelo, los índices obtenidos fueron; $X^2/gf=1.66$, $GFI=0.97$, $RMSEA=0.03$, $SRMR=0.01$, $CFI=0.99$, $TLI=0.99$ y $AIC=361.69$, todos estos índices son considerados adecuados

en ambos modelos según (Escobedo et al., 2016; Schreider et al., 2006; Ruiz et al., 2010), estos mismos resultados se asemejan al análisis del instrumento BEPE de (Muñiz et al., 2014) el cual cuenta con un GFI por encima de 0.95 y la RMSR está por debajo de 0.08, así mismo en (Sánchez, 2010) se pueden apreciar valores de $GFI=0.90$; $CFI=0.90$; $RMSEA=0.04$, los cuales también determinaron en sus investigaciones que las pruebas poseen adecuados índices de bondad de ajuste mostrando así su similitud con la investigación.

Analizando la fiabilidad de la escala, se encuentra en que el modelo teórico cuenta con valores en alfa de $\alpha=0.957$ y omega de $\omega=0.958$, en cuanto al nuevo modelo los índices de fiabilidad en alfa son $\alpha=0.972$ y omega $\omega=0.972$, es así que en ambos modelos según (Ruiz, 2013; Campo-Arias y Oviedo, 2008) refieren que cuentan con una muy alta fiabilidad, resultados que se asemejan a las investigaciones de (Pedrosa, 2015) con un alfa de $\alpha=.910$, como también se puede evidenciar en el estudio de (Rojo et al., 2016) un alfa de $\alpha=.810$, siendo así la construcción de la prueba confiable.

Por otra parte, se realizó la baremación de la escala mediante varios procesos previos para conocer la mejor forma de expresar dichos baremos, es así que se empleó la prueba de normalidad a través del estadístico Shapiro-Wilk para la variable, donde se demostró que los valores en ambos sexos fueron menores a 0.05 siendo dicha significancia de 0.000, lo que implica que la distribución no se ajustó dentro de la normalidad. Por consiguiente, se procedió a utilizar la prueba no paramétrica U de Mann-Whitney, el cual dio como resultado valores mayores a 0.05 siendo la significancia de 0.645, por lo que no existió diferencias significativas en ambos sexos; es por ello que en el presente estudio se determinó apropiado trabajar con baremos de puntaje directos, estructurados en cuartiles de (P_{25} ; 68-83), (P_{50} ; 84-90) y (P_{75} ; 91-100) y clasificándolos en niveles; alto (P_{75}), promedio (P_{50}) y bajo (P_{25}).

Para llevar a cabo la realización de la Escala de emprendimiento; se suscitaron limitaciones como: la falta de estructura de un modelo teórico establecido para definir y explicar la variable emprendimiento a nivel psicológico, por lo que tanto los antecedentes como instrumentos creados en la actualidad, buscan dar una aproximación teórica del constructo, bajo explicaciones psicológicas del campo

comportamental y cognitivo, la misma que se empleó para el presente estudio. Así mismo, al ser una variable multisectorial tanto en el tipo de muestra y en su campo de acción, los estudios de carácter psicológico son limitados a explorar una parte de la variable y no su totalidad, por lo que se requeriría contar con investigadores que dominen constructos económicos y sociales, para resolver muchas de las hipótesis que en los antecedentes mencionados se expresa como la falta de ajuste de un modelo teórico que sea idóneo y se adecue a los resultados estadísticos de forma positiva.

Finalmente, se puede inferir que la Escala de emprendimiento para vendedores de un mercado, cuenta con índices adecuados que demuestran su validez y confiabilidad de la prueba, quedando como modelo aplicable la nueva versión con 20 ítems, cabe mencionar que dicho modelo es resultante de la muestra actual en la que se aplicó, es así que el modelo teórico propuesto no es del todo descartado puesto que también manifiesta indicios adecuados de validez y confiabilidad, siendo esta observable en el análisis de ítems y validez de estructura interna debido a que en 4 de los ítems propuestos no cuentan con buenos índices de homogeneidad y comunalidad, así mismo su distribución de cargas factoriales no son adecuadas, pero que puede ser revisable en futuras investigaciones con otro tipo de muestra, que afirmen o descarten dicho modelo.

VI. CONCLUSIONES

PRIMERA: teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la investigación se concluyó que la Escala de emprendimiento para vendedores de un mercado, es válido y confiable, ya que cumple con adecuados resultados bajos los criterios de juicio de expertos, análisis de ítems, validez de estructura interna y confiabilidad por consistencia interna, bajo el sustento de distintos autores estadísticos se puede decir que el instrumento puede ser aplicable en las intervenciones que se consideren pertinentes y útil para futuras investigación.

SEGUNDA: la Escala de emprendimiento evidencia validez basada en el contenido la cual se dio a través del juicio de 10 jueces expertos, por medio del criterio de la V de Aiken ($p > .80$), donde los 24 reactivos planteados fueron aceptados según su pertinencia relevancia y claridad con la variable.

TERCERO: en el análisis descriptivo de la Escala de emprendimiento se evidenciaron adecuados valores en el coeficiente de asimetría (g^1) y curtosis (g^2) de Fisher, índice de homogeneidad corregido (IHC), comunalidad (h^2) e índice de discriminación (ID) en 20 de los 24 reactivos. Dado que, fueron eliminados 4 ítems (03,11,15,19) teniendo en cuenta su bajo índice comunalidad (h^2) y homogeneidad (IHC) para con la variable y la escala.

CUARTO: en el análisis factorial exploratorio, se obtuvo adecuados valores en la prueba de esfericidad de Bartlett (Sig.=0.00) y la medida de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO=0.988) como proceso previo a dicho análisis. Además, se determinó un buen ajuste factorial acorde al modelo unidimensional, explicado con un 54,21% de la varianza acumulada, obteniendo una adecuada distribución de cargas factoriales cumpliendo con los criterios de simplicidad, valores mayores a 0.30 y que la distribución de ítems sea igual o mayor a 4 por dimensión.

QUINTO: el análisis factorial confirmatorio determinó adecuados índices de bondad de ajuste aceptando el segundo modelo como representativo para el estudio, donde se obtuvieron índices de $X^2/gl = 1.66$, GFI = 0.97, RMSEA = 0.03, SRMR = 0.01, CFI = 0.99, TLI = 0.99, AIC = 36.69, lo que permitió así demostrar la validez de estructura interna.

SEXTO: la fiabilidad de la Escala de emprendimiento se dio a través del coeficiente alfa de Cronbach y el coeficiente omega de McDonald, obteniendo valores adecuados muy altos en ambos casos con un puntaje de 0.972, indicando así que la prueba es confiable para su uso.

SÉPTIMO: se elaboraron baremos, con cuartiles en relación con el puntaje directo, en niveles de calificación bajo, promedio y alto, dado que no existió diferencia significativa según el grupo normativo (sexo) bajo el análisis de prueba de normalidad y prueba no paramétrica U de Mann – Whithney.

OCTAVO: se elaboró el manual instructivo, aplicativo e interpretativo de la Escala de emprendimiento evidenciando los estadísticos aceptables y satisfactorios.

VII. RECOMENDACIONES

1. La Escala de emprendimiento se centra en evaluar solo uno de los tres constructos que conforman el emprendimiento en este caso el psicológico y los otros dos no fueron considerados para el estudio tal es el caso de constructo económico y social, por lo que se recomienda realizar investigaciones de mayor amplitud de forma multidisciplinaria para el desarrollo de la escala en segunda fase considerando dichos constructos.
2. Realizar propuestas teóricas de carácter científico en base a los conocimientos actuales y en el contexto local, generando así un modelo teórico que pueda tener aun resultados más óptimos en el análisis estadístico según el proceso de escalamiento psicométrico.
3. Plantear nuevos modelos estadísticos de la Escala de emprendimiento bajo estudios psicométricos con el objetivo de contribuir a la validez y la confiabilidad en muestras grandes de diferentes contextos del país, así mismo confirmar o negar la validez y confiabilidad de los ítems que hayan sido observados.
4. Relacionar esta variable con otros constructos psicológicos que tengan implicancia en el bienestar personal y desarrollo laboral con poblaciones que instauren el emprendimiento como recurso en su día a día, tales como otros comerciantes y profesionales independientes, haciendo uso de la Escala de emprendimiento.
5. Aplicar la prueba como herramienta que permita medir los componentes psicológicos del emprendimiento en vendedores de mercado de Lima, para medir el nivel de implicancia que estos presentan con su negocio y las probabilidades de éxito a futuro.

REFERENCIAS

- Abad, F., Garrido, J., Olea, J., y Ponsoda, V. (2006). *Introducción a la Psicometría* (1.ª ed.). Universidad Autónoma de Madrid.
- Álvarez, S. (2015). La autonomía personal y la autonomía relacional. *Análisis Filosófico*, 35(1), 13-26.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=340042261002>
- Anthoine, E., Moret, L., Regnault, A., Sbille, V., y Hardouin, J. (2014). Tamaño de muestra utilizado para validar una escala: una revisión de Publicaciones sobre pacientes recién desarrollados informadas medidas de resultados. *Health and Quality of Life Outcomes*, 12(176). <https://WWW.NO.COM>
- Arafat, S., Chowdhury, H., Qusar, M., & Hafez, M. (2016). Cross Cultural Adaptation and Psychometric Validation of Research Instruments: a Methodological Review. *Journal of Behavioral Health*, 5(3), 129-136.
<https://doi.org/10.5455/jbh.20160615121755>
- Asociación de Comerciantes San Pedro de Unicachi. (2019). *Libro padrón de asociados*. ACSPU.
- Backhoff, E., Larrazolo, N., y Rosas, M. (2000). Nivel de dificultad y poder de discriminación del Examen de Habilidades y Conocimientos Básicos (EXHCOBA). *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 2(1), 12-29.
<https://redie.uabc.mx/redie/article/view/15>
- Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación* (1.ª ed.). Grupo Editorial Patria.
- Berlanga, V., y Rubio, M. (2012). Clasificación de pruebas no paramétricas. Cómo aplicarlas en SPSS. *Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 5(2), 101-113. <https://doi.org/10.1344/reire2012.5.2528>
- Boyle, G. J., Saklofske, D. H., & Matthews, G. (2014). *Measures of Personality and Social Psychological Constructs*. Elsevier Gezondheidszorg.

- Campo-Arias, A., y Oviedo, H. (2008). Propiedades Psicométricas de una Escala: la Consistencia Interna. *Revista de Salud Pública*, 10(5), 831-839. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42210515>
- Castañeda, M., Cabrera, A., Navarro, Y., y De Vries, W. (2010). *Procesamiento de datos y análisis estadísticos utilizando SPSS: Un libro practico para investigadores y administradores educativos* (1.ª ed.). Editora Universitaria da PUCRS.
- Castellanos, T. (2014, febrero). *Estudio de Monitoreo de la Economía Informal: Vendedoras y vendedores ambulantes de Lima Metropolitana, Perú*. Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando (WIEGO). <https://www.wiego.org/sites/default/files/publications/files/IEMS-Lima-Street-Vendors-City-Report-espanol.pdf>
- Cumpa, J., Diaz, J., Koc, J., y Silva, M. (2019, marzo). *Emprendimiento: manual de estudio* (N.º 1). Universidad De San Martín De Porres. <https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2019-I/MANUALES/II%20CICLO/EMPREDIMIENTO.pdf>
- Detrinidad, E. (2016, julio). *Análisis Factorial Exploratorio y Confirmatorio aplicado al modelo de secularización propuesto por Inglehart-Norris. Periodo 2010-2014 (Estudio de caso España, Estados Unidos, Alemania, Holanda)* WSV. Universidad de Granada. https://masteres.ugr.es/moea/pages/curso201516/tfm1516/detrinidad_barquero_tfm/
- DeVellis, R. F. (2016). *Scale Development: Theory and Applications*. SAGE Publications.
- Escobedo, M., Hernández, J., Estebané, V., y Martínez, G. (2016). Modelos de Ecuaciones Estructurales: Características, Fases, Construcción, Aplicación y Resultados. *Ciencia & Trabajo*, 18(55), 16-22. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cyt/v18n55/art04.pdf>

- Escurra, L. (1988). Cuantificación de la validez de contenido por criterio de jueces. *Revista De Psicología*, 6(12), 103-111. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/4555>
- Fleming, J., y Merino, C. (2005). Medidas de simplicidad y de ajuste factorial: un enfoque para la evaluación de escalas construidas factorialmente. *Revista De Psicología*, 23(2), 250-266. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/2150>
- Forero, C., Maydeu-Olivares, A., & Gallardo-Pujol, D. (2009). Factor Analysis with Ordinal Indicators: A Monte Carlo Study Comparing DWLS and ULS Estimation. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 16(4), 625-641. <https://doi.org/10.1080/10705510903203573>
- Furr, R. M., & Bacharach, V. R. (2013). *Psychometrics: An Introduction*. SAGE Publications.
- Gainette, L. (2016). Adaptación humana y ocupación de los ambientes amazónicos por poblaciones indígenas precolombinas. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 25(1), 139-152. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v25n1.52596>
- García, M. (2005). *La encuesta* (1.^a ed.). Alianza.
- García-Vesga, M., y Domínguez-de la Ossa, E. (2013). Desarrollo teórico de la Resiliencia y su aplicación en situaciones adversas: Una revisión analítica. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 11(1), 63-77. <https://doi.org/10.11600/1692715x.1113300812>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2018). *Understanding the impact of GEM research on policy making*. Global Entrepreneurship Research Association. <http://www.gemconsortium.org/about/news>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2019, enero). *GEM 2018 / 2019 GLOBAL REPORT*. Global Entrepreneurship Research Association. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report>

- Gómez, P. (2009). Principios básicos de bioética. *Revista Peruana de Ginecología y Obstetricia*, 55(4), 1-12. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323428194003>
- Guillaume, A. (2012). Hélène Vérin, Entrepreneurs, entreprise. Histoire d'une idée. *Les comptes rendus*, 271. <http://journals.openedition.org/lectures/7181>
- Henderson, A. (2006). Testing experimental data for univariate normality. *Clinica Chimica Acta*, 366, 112-129. <https://doi.org/10%2016/j.cca.2005.II.OO7>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Education.
- Herrera, J., y Zamora, N. (2014). ¿Sabemos realmente que es la motivación? *Correo Científico Médico*, 18(1), 126-128. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1560-43812014000100017
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018, abril). *Situación del Mercado Laboral en Lima Metropolitana: Trimestre móvil: Enero-Febrero-Marzo 2018* (N.º 04). INEI. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/04-informe-tecnico-n04_mercado-laboral-ene-feb-mar2018.pdf
- Johnson, R. L., & Morgan, G. B. (2016). *Survey Scales: A Guide to Development, Analysis, and Reporting*. Guilford Publications.
- Kaplan, R. M., & Saccuzzo, D. P. (2017). *Psychological Testing: Principles, Applications, and Issues*. Cengage Learning.
- Kaplan, R., & Saccuzzo, D. (2012). *Psychological Testing: Principles, Applications, and Issues* (8.ª ed.). Cengage Learning.
- Kline, R. (2005). *Principles and practice of structural equation modelling* (2.ª ed.). The Guildford Press.

- Lloret-Segura, S., Ferreres-Traver, A., Hernández-Baeza, A., y Tomás-Marco, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems: una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología*, 30(3), 1151-1169. <https://doi.org/10.6018/analesps.30.3.199361>
- Loli, A., Dextre, E., Del Carpio, J., y La Jara, E. (2014). Actitudes de creatividad y emprendimiento en estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables socio demográficas. *Revista de Investigación en Psicología*, 13(2), 139-151. <https://doi.org/10.15381/rinvp.v13i2.3722>
- Martínez, M., Hernández, M. V., y Hernández, M. J. (2014). *Psicometría*. Alianza Editorial.
- Merenda, P. (2019). A Guide to the Proper Use of Factor Analysis in the Conduct and Reporting of Research: Pitfalls to Avoid. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 30(3), 156-164. <https://doi.org/10.1080/07481756.1997.12068936>
- Miller, V. A., Reynolds, W. W., Ittenbach, R. F., Luce, M. F., Beauchamp, T. L., & Nelson, R. M. (2009). Challenges in Measuring a New Construct: Perception of Voluntariness for Research and Treatment Decision Making. *Journal of Empirical Research on Human Research Ethics*, 4(3), 21-31. <https://doi.org/10.1525/jer.2009.4.3.21>
- Montero, I., y León, O. (2007). A guide for naming research studies in Psychology. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 7(3), 847-862. http://www.aepc.es/ijchp/GNEIP07_es.pdf
- Montoya, O. (2007). Aplicación del análisis factorial a la investigación de mercados. Caso de estudio. *Scientia Et Technica*, 13(35), 281-286. <https://www.redalyc.org/pdf/849/84903549.pdf>
- Morales-Rodríguez, M., Díaz-Barajas, D., y Morales-Rodríguez, I. (2018). Psicología del emprendedor: Promoción de atributos psicológicos asociados

al emprendimiento en estudiantes de nivel superior. *Vincula Tégica EFAN*, 415-423.

http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/vinculat%C3%A9gica_2/52%20MORALES_DIAZ_MORALES.pdf

Morua, J., Estrada, S. & Quintero, Y. (2015). Emprendimiento, complejidad y representaciones: Entre acción, proyección e interacción. *Projectics / Proyéctica / Projectique*, 15(3), 49-71. doi:10.3917/proj.015.0049.

Muñiz, J. (2010). Las teorías de los tests: teoría clásica y teoría de respuesta a los ítems. *Papeles del Psicólogo*, 31(1), 57-66. <http://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/1796.pdf>

Muñiz, J., y Fonseca-Pedrero, E. (2019). Diez pasos para la construcción de un test. *Psicothema*, 31(1), 7-16. <https://doi.org/10.7334/psicothema2018.291>

Muñiz, J., Suárez-Álvarez, J., Pedrosa, I., Fonseca-Pedrero, E., & García-Cueto, E. (2014). Enterprising personality profile in youth: Components and assessment. *Psicothema*, 26(4), 545-553. <https://doi.org/10.7334/psicothema2014.182>

Muñoz, J. (2018, agosto). *Toma de decisiones y actitudes emprendedoras en estudiantes del 5to. grado de secundaria de la Institución Educativa Pública José Jiménez Borja – Cercado de Lima, 2018*. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. <http://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/2372>

Ochoa, C., y Molina, M. (2018). Estadística. Tipos de variables. Escalas de medida. *Evid Pediatr*, 14(29), 1-5. <http://www.evidenciasenpediatria.es/EnlaceArticulo?ref=2018;14:29>.

Organización Internacional del Trabajo. (2017, diciembre). *Panorama Laboral 2017. América Latina y el Caribe* (N.º 1). Oficina Regional para América Latina y el Caribe. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_613957.pdf

- Pedrosa, I. (2015, abril). *Evaluación de la personalidad emprendedora mediante un test adaptativo informatizado*. Universidad de Oviedo. <http://hdl.handle.net/10651/33327>
- Peña, G., Cañoto, Y., y Santalla, Z. (2006). *Una Introducción a la Psicología* (1.^a ed.). Publicaciones U.C.A.B.
- Primo, W., y Turizo, H. (2017). Emprendedor y empresario: una construcción desde la dinámica del pensamiento económico. *Inquietud Empresarial*, 16(1), 15-52. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/inquietud_empresarial/article/view/7625
- Radovich, J. (2017). *La actitud emprendedora y su relación con la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega*. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. <http://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/1327>
- Real Academia Española. (2020). *Diccionario de Autoridades, tomo IV: Emprendimiento*. <https://www.rae.es/recursos/diccionarios/diccionarios-antiguos-1726-1996/diccionario-de-autoridades>.
- Revelo, R., Lucio, B., Mata, A., y Romero, E. (2017). Medición de la actitud emprendedora en los estudiantes de la Universidad Central del Ecuador. *Revista Publicando*, 4(11), 422-434. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/507>
- Riva, R. (2015). *Toma de decisiones y actitudes emprendedoras en estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa 2015” Pública José Jiménez Borja – Cercado de Lima*. Universidad Nacional Hermilio Valdizán. <http://repositorio.unheval.edu.pe/handle/UNHEVAL/2113>
- Robayo, P. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*, 7(16), 125-140. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.007>

- Rojo, Y., Macedo, D., y Sánchez, L. (2016, mayo). *Factores Psicológicos Condicionantes de la Actitud Emprendedora en Estudiantes de la Licenciatura de Psicología*. Universidad Autónoma del Estado de México Centro Universitario UAEM Temascaltepec Extensión Tejupilco. <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/58954>
- Roth, E., y Lacoa, D. (2009). Análisis Psicológico del Emprendimiento en Estudiantes Universitarios: Medición, Relaciones y Predicción. *Ajayu. Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología de la Universidad Católica Boliviana «San Pablo»*, 7(1), 2-38. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=461545467005>
- Ruíz, C. (2013). *Instrumentos y técnicas de Investigación Educativa. Un Enfoque Cuantitativo y Cualitativo para la Recolección y Análisis de Datos* (3.^a ed.). Danaga Training and Consulting.
- Ruiz, M., Pardo, A., y San Martín, R. (2010). Modelos de ecuaciones estructurales. *Papeles del Psicólogo*, 31(1), 34-45. <http://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/1794.pdf>
- Sánchez García, J. C. (2010). Evaluación de la personalidad emprendedora: Validez Factorial del Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE). *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42(1), 41-52. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80515880004>
- Sánchez García, J. C., Ward, A., Hernández, B., y Florez, J. L. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401-473. <https://doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>
- Sánchez, J. (2011). Entrepreneurship as a legitimate field of knowledge. *Psicothema*, 23(3), 427-432. <http://www.psicothema.com/pdf/3905.pdf>
- Sánchez, J., Lanero, A., y Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15(1-2), 37-60. <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/157028>

- Sánchez Sosa, J. C. (2016). *Gestión de la calidad educativa y actitudes emprendedoras en las instituciones educativas del nivel secundaria de la Red 10, UGEL 04, 2015*. Universidad César Vallejo. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/8126>
- Schreiber, J., Nora, A., Stage, F., Barlow, E., & King, J. (2006). Reporting Structural Equation Modeling and Confirmatory Factor Analysis Results: A Review. *The Journal of Educational Research*, 99(6), 323-338. <https://doi.org/10.3200/joer.99.6.323-338>
- Stel, A., Carree, M., & Thurik, R. (2005). The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311-321. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-1996-6>
- Tabachnick, B., & Fidell, L. (2019). *Using Multivariate Statistics* (7.^a ed.). Pearson.
- Van Praag, C., & Versloot, P. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics*, 29(4), 351-382. <https://doi.org/10.1007/s11187-007-9074-x>
- Ventura-León, J. (2016). Tamaño del efecto para la U de Mann-Whitney: aportes al artículo de Valdivia-Peralta et al. *Revista chilena de neuro-psiquiatría*, 54(4), 353-354. <https://doi.org/10.4067/s0717-92272016000400010>
- Villarroel, R. (2017). Reconocimiento, Tolerancia e Interculturalidad. La agenda pendiente de un mundo de extraños morales. *Acta bioethica*, 23(1), 91-97. <https://doi.org/10.4067/s1726-569x2017000100091>

ANEXOS

ANEXO 1

Matriz de consistencia de la tesis

TÍTULO	Construcción y evidencias psicométricas preliminares de una Escala de emprendimiento para vendedores de un mercado, Comas, 2020		
AUTOR	Vásquez Gonzáles, Geoffrey Daniel (ORCID: 0000-0001-7006-1288)		
PROBLEMA	OBJETIVO	MÉTODO	INSTRUMENTO
¿Se podrá construir y presentar evidencias psicométricas preliminares que permita medir los indicadores psicológicos del emprendimiento, para vendedores de un mercado y que cumplan con las propiedades psicométricas ajustado al método científico?	<p>General: Construir y presentar evidencias psicométricas preliminares de una Escala de emprendimiento para vendedores de un mercado, Comas, 2020.</p> <p>Específico: Determinar la evidencia de validez basadas en el contenido por medio de la v de aiken de la escala de emprendimiento. Realizar el análisis descriptivo de los ítems de la escala de emprendimiento. Determinar la evidencia de validez basadas en la estructura interna por análisis factorial exploratorio de la escala de emprendimiento. Determinar la evidencia de validez basadas en la estructura interna por análisis factorial confirmatorio de la escala de emprendimiento. Determinar la confiabilidad por consistencia interna de la escala de emprendimiento. Elaborar los baremos percentilares de la escala de emprendimiento. Elaborar el manual instructivo, aplicativo e interpretativo de la escala de emprendimiento.</p>	<p>TIPO Aplicada</p> <p>DISEÑO Instrumental</p> <p>ENFOQUE Cuantitativo</p> <p>POBLACIÓN 6 895 vendedores de mercado, ambos sexos entre 18 y 64 años, del distrito de Comas.</p> <p>MUESTRA 1 000 vendedores.</p> <p>MUESTREO Probabilístico de tipo aleatoria simple.</p> <p>ESTADÍSTICO Cuantitativo V. de Aiken Coeficiente Alfa Coeficiente Omega Análisis descriptivo de los ítems Análisis factorial exploratorio y confirmatorio Prueba de normalidad de Shapiro – Wilk Prueba no paramétrica U de Mann Whitney</p> <p>HERRAMIENTAS IMB SPSS 26.0 - Statistics IMB SPSS 24.0 - Amos Jamovi 1.7 Microsoft Excel</p>	<p>Escala de emprendimiento por Geoffrey Vásquez, 2020.</p> <p>Dimensión: Componentes Psicológicos</p> <p>Indicadores: Autonomía Adaptación Resiliencia Innovación Tolerancia Motivación</p> <p>N° de ítems: 24</p> <p>Escala de medición: Tipo Likert (ordinal, politómica)</p>

ANEXO 2

Tabla de operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	MEDICIÓN
Emprendimiento	<p>Conceptual: Proceso que conlleva a una persona a iniciar un negocio o actividad de forma independiente en base de una idea innovadora. Mediante la toma de oportunidades, asume riesgos y se adapta a distintos tipos de situaciones o entornos que le genera el establecimiento de su producto y/o servicio, el cual está dirigido un determinado público consumidor (Sánchez et al., 2017).</p> <p>Operacional: La medición de esta variable será a través de la escala de emprendimiento, consta de 24 ítems establecido de forma unidimensional de nombre componentes psicológicos. La calificación es determinada mediante una escala de tipo Likert de: totalmente en desacuerdo (TD = 01), en desacuerdo (ED = 02), ni de acuerdo, ni en desacuerdo (NN=03), de acuerdo (DA=04), totalmente de acuerdo (TA=05). Los parámetros de puntuación máxima son de 20 puntos por indicador y estas se constituyen por 4 ítems cada una.</p>	Componentes Psicológicos	Autonomía	1, 2, 3 y 4	ESCALA Politémica TIPO Ordinal
			Adaptación	5, 6, 7 y 8	
			Resiliencia	9, 10, 11 y 12	
			Innovación	13, 14, 15 y 16	
			Tolerancia	17, 18, 19 y 20	
			Motivación	21, 22, 23 y 24	

ANEXO 3

Instrumento - Formato de Escala

ESCALA DE EMPRENDIMIENTO

Edad: Sexo: M F . Nivel Socioeconómico: Bajo , Medio y Alto .
 Grado de instrucción: Primaria , Secundaria , Técnica/Superior .

Instrucciones: Lea atentamente cada una de las preguntas, luego coloca una "X" en los espacios que corresponda y conforme se adecue a su situación actual. No hay respuesta buenas o malas, lo importante es que sea sincero.

Respuesta:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
TD = 01	DD = 02	NN = 03	DA = 04	TA = 05

N°	ÍTEMS	RESPUESTA				
		TD	ED	NN	DA	TA
01	Tomo decisiones que me permitan lograr mis objetivos.	1	2	3	4	5
02	Mido los riesgos que asumiré al emprender mis actividades.	1	2	3	4	5
03	Persevero hasta alcanzar mis metas.	1	2	3	4	5
04	Planifico y organizo las actividades que realizo.	1	2	3	4	5
05	Encuentro alternativas para salir de los problemas.	1	2	3	4	5
06	Me adapto con facilidad a los cambios que se presentan.	1	2	3	4	5
07	Busco la forma de ser más competente ante el éxito de los demás.	1	2	3	4	5
08	Asumo riesgos con la finalidad de seguir creciendo.	1	2	3	4	5
09	Aprovecho las oportunidades que me permiten lograr mis objetivos.	1	2	3	4	5
10	Aprendo de mis logros y también de mis errores.	1	2	3	4	5
11	Tengo la seguridad de salir adelante pese a las situaciones adversas.	1	2	3	4	5
12	Realizo mis actividades propuestas hasta cumplirlas.	1	2	3	4	5
13	Me gusta estar innovando.	1	2	3	4	5
14	Mis habilidades y talentos me permiten crear cosas nuevas.	1	2	3	4	5
15	Acostumbro realizar actividades novedosas.	1	2	3	4	5
16	Busco siempre marcar la diferencia en las cosas que hago.	1	2	3	4	5
17	Realizo mis actividades pese a las condiciones adversas que se puedan presentar.	1	2	3	4	5
18	Encuentro en el fracaso una manera de seguir mejorando.	1	2	3	4	5
19	Manejo de forma positiva las situaciones complejas.	1	2	3	4	5
20	Mantengo el control y la calma en la solución conflictos.	1	2	3	4	5
21	Pongo mucho esfuerzo en cada cosa que hago para tener éxito.	1	2	3	4	5
22	Me motiva enfrentar grandes retos.	1	2	3	4	5
23	Me emociona saber que puedo ayudar a otros.	1	2	3	4	5
24	Ser reconocido por mis capacidades, me motiva a seguir adelante.	1	2	3	4	5

¡Muchas gracias por su participación!

ANEXO 4

Cartas de presentación de autorización para aplicación del instrumento en la muestra



"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

Los Olivos, 23 de Octubre de 2019

CARTA INV. N° 437-2019/EP/PSI. UCV LIMA-LN

Sr.
SALVADOR COARITA YAPUCHURA
PRESIDENTE
Asociación de Comerciantes San Pedro de Unicachi
Av. Alfredo Mendiola #7810 - Urb. Pro industrial, Comas - Lima.



Presente.-

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y a la vez solicitar autorización para Vásquez Gonzáles, Geoffrey Daniel estudiante de la carrera de psicología, quien desea realizar su trabajo de investigación realizando la aplicación de una prueba psicológica para fines de su Licenciatura, agradecemos por antelación le brinde las facilidades del caso, en la entidad que está bajo su dirección.

En esta oportunidad hago propicia la ocasión para renovarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,




Mgtr. Melisa Sevillano Gamboa
Coordinadora Académica de la
Escuela Profesional de Psicología
Filial Lima Campus Lima Norte

ANEXO 5

Consentimiento Informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO DE PARTICIPACIÓN

Con el debido respeto me presento a usted, soy Geoffrey Daniel Vásquez Gonzáles, estudiante de Psicología de la Universidad César Vallejo, Lima Norte. En la actualidad, me encuentro realizando una investigación sobre **Construcción y evidencias psicométricas preliminares de una Escala de emprendimiento para vendedores de un mercado, Comas, 2020**; y para ello quisiera contar con su ayuda. El proceso consiste en responder a la prueba: **Escala de emprendimiento**.

Indicaciones:

- 1) Si usted acepta participar en esta investigación, se le pedirá responder el cuestionario, el cual le tomará aproximadamente 10 minutos de su tiempo.
- 2) Si tiene alguna duda sobre la investigación, puede hacer sus preguntas libremente en cualquier momento durante su participación o mediante el correo geoffreydanielvasquezgonzales@gmail.com.
- 3) Los resultados obtenidos serán publicados de manera anónima, con fines de poder establecer la validez y confiabilidad de la prueba, de tal manera, determinar su uso en pro del desarrollo psicológico y sea de útil ayuda para las personas beneficiarias en la toma de decisiones en relación a su emprendimiento.

En conformidad a la participación en la investigación; YO con DNI: Acepto y afirmo haber sido informado de todo el proceso de la investigación, en caso de dudas sobre la misma o alguna pregunta de la prueba se me explicará cada una de ellas.

Gracias por su colaboración.

Fecha: / / Firma:

ANEXO 6

Resultados de Piloto

Tabla 13
Lista de jueces expertos

Juez	Nombre	Especialidad	V de Aiken
J01	Barboza Zelada Luis Alberto	Psicólogo Educativo	1
J02	Kaneko Aguilar Juan José	Psicólogo Organizacional	1
J03	Corrales Felipe Hugo Alfredo	Psicólogo Educativo - Social	0.97
J04	Milagros Cubas Petí	Psicóloga Clínica	1
J05	Pereyra Quiñones José Luis	Psicólogo Educativo	1
J06	Cano Quevedo Jaquelin Kory	Psicólogo educativo - Organizacional	1
J07	Estrada Alomia Erika	Psicóloga clínica	1
J08	Castro García Julio César	Psicólogo Organizacional	1
J09	Tomas Quispe Gregorio	Psicólogo Educativo - Social	1
J10	Cornejo del Carpio Manuel	Psicólogo Cognitivo-Conductual	1

En la tabla 13, El coeficiente de validez general de la Escala psicológica Escala de emprendimiento del emprendimiento va desde 0.97 hasta 1.00 lo que muestra que el instrumento posee una excelente validez.

Tabla 14

Validez de constructo correlación ítem – test de la Escala de emprendimiento
($p=150$)

Autonomía		Adaptación		Resiliencia		Innovación		Tolerancia		Motivación	
ÍTEM	r-it	ÍTEM	r-it	ÍTEM	r-it	ÍTEM	r-it	ÍTEM	r-it	ÍTEM	r-it
1	0.954	5	0.585	9	0.510	13	0.972	17	0.972	21	0.919
2	0.939	6	0.958	10	0.932	14	0.708	18	0.677	22	0.916
3	0.703	7	0.920	11	0.914	15	0.417	19	0.646	23	0.646
4	0.972	8	0.956	12	0.972	16	0.702	20	0.767	24	0.932

En la tabla 14, se muestra las valoraciones obtenidas por medio de la correlación ítem- test, donde se ven que los valores oscilan entre 0.417 hasta 0.972, y se puede apreciar valores que superan el mínimo de validez; según (Kline, 2005), quien menciona que los ítems válidos y aceptables deben estar por encima a 0.20.

Tabla 15

Confiabilidad por el método de consistencia interna mediante Coeficiente Alfa y Coeficiente Omega de la Escala de emprendimiento (p=150)

Estadística de Fiabilidad del instrumento			
DIMENSIÓN	Nº DE ÍTEMS	ALFA DE CRONBACH	OMEGA
Componentes Psicológicos	24	0.905	0.928

En la tabla 15, se puede observar el índice de confiabilidad del instrumento Escala de emprendimiento arrojo una puntuación de 0.905 en alfa y 0.928 en omega, lo que indica una confiabilidad Muy alta y la prueba puede ser utilizada para el fin previsto.

ANEXO 7

Certificado de Validez de Contenido del Instrumento – Criterio de jueces

JUEZ 1

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EMPRENDIMIENTO
ESCALA DE FACTORES PSICOLÓGICOS DEL EMPRENDIMIENTO (SPFE)**

Observaciones: _____
 Opinión de aplicabilidad: Aplicable, Aplicable después de corregir, No aplicable
 Apellidos y nombres del juez validador: Dr./Mgtr. Barboza Zelada Luis Alberto
 DNI: 070 68774

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

Nº	Institución	Especialidad	Periodo Formativo
01	USMP	Lic - Mg. en P	1981-1994/2002
02	UCV	Dr. en P	2013-2017

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

Nº	Institución	Cargo	Lugar	Periodo Laboral	Funciones
01	Dir. de Divedo PNP	Psicólogo	Lima	1987-2018	Psicología Ed.
02	UCV	Docente	Lima	2010-2019	Asesor Metodológico
03					

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

25 de octubre de 2019


 Firma Y Sello (CON Nº DE CPSP)
CPSP 3516

JUEZ 2

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EMPRENDIMIENTO ESCALA DE FACTORES PSICOLÓGICOS DEL EMPRENDIMIENTO (SPFE)

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [*], Aplicable después de corregir [], No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr./Mgtr: Kaneko Aguilar Juan José

DNI: 106274918

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

N°	Institución	Especialidad	Periodo Formativo
01	UNFV	Maestría y Organizacional	2000-2003
02	UNFV	Doctorado Administración	2003-2005

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

N°	Institución	Cargo	Lugar	Periodo Laboral	Funciones
01	Selekt	Selección	Miraflores	2018-2019	Enc. de Selección
02	ADPH	Capacitación	Susquillo	2015-2019	Enc. de Capacitación
03	UPC	Docente	Chorrillos	2018-2019	Docente y Jurado de Tesis

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



22 de octubre de 2019

Firma Y Sello (CON N° DE CPSP)
Mg. Juan José Kaneko Aguilar
PSICOLOGO
C. P. P. 17040

JUEZ 3

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EMPRENDIMIENTO ESCALA DE FACTORES PSICOLÓGICOS DEL EMPRENDIMIENTO (SPFE)

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [✓], Aplicable después de corregir [], No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr./Mgtr: CORRALES FELIPE, Hugo Alfredo

DNI: 10530462

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

N°	Institución	Especialidad	Periodo Formativo
01	Universidad Nacional Mayor de San Marcos	psicología	1978-1985
02	Universidad José Carlos Mariátegui	educación sec (Ccs Sociales)	2007-2011

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

N°	Institución	Cargo	Lugar	Periodo Laboral	Funciones
01	Universidad César Vallejo	Jurado	Lima Norte	2016-2019	Revisor de Tesis
02	Universidad Católica Sedes Sapientiae	Jurado	Los Olivos	2017-2018	Revisor de Tesis
03	Universidad Privada del Norte	Jurado	Breña	2019	Revisor de Tesis

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



___ de octubre de 2019

Firma Y Sello (CON N° DE CPSP)
Mg. HUGO ALFREDO CORRALES FELIPE
PSICOLOGO
C.P.P. N° 4278

JUEZ 4

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EMPRENDIMIENTO ESCALA DE FACTORES PSICOLÓGICOS DEL EMPRENDIMIENTO (SPFE)

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [], Aplicable después de corregir [], No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr./Mgtr: J. Mejias Cubo Peta

DNI: 4095489

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

N°	Institución	Especialidad	Periodo Formativo
01	UNMSM	2do Especialista en Psicología Clínica y de Salud.	2015
02			

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

N°	Institución	Cargo	Lugar	Periodo Laboral	Funciones
01	Universidad César Vallejo	Supervisora de PPP	Los Olivos	2 años	Supervisar el trabajo de PPP
02	Universidad César Vallejo	Docente	Los Olivos	4 años	Docente.
03					

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Lic. MARGOS CUBO PETA
PSICOLOGA
C.P.S.P. 21035

Firma Y Sello (CON N° DE CPsP)

___ de octubre de 2019

JUEZ 5

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EMPRENDIMIENTO ESCALA DE FACTORES PSICOLÓGICOS DEL EMPRENDIMIENTO (SPFE)

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [], Aplicable después de corregir [], No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr./Mgtr: José Luis Perea Quiñones

DNI: _____

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

N°	Institución	Especialidad	Periodo Formativo
01	UCV Lima Norte	psic. educativa	2010-12
02			

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

N°	Institución	Cargo	Lugar	Periodo Laboral	Funciones
01	Protest	Director	Lima	2000-2019	Dirigir el trabajo de los docentes
02					
03					

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Mgtr. José Luis Perea Quiñones
Psicólogo Colegiado
C.P.S.P. 4539

Firma Y Sello (CON N° DE CPsP)

___ de octubre de 2019

JUEZ 6

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EMPRENDIMIENTO ESCALA DE FACTORES PSICOLÓGICOS DEL EMPRENDIMIENTO (SPFE)

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [], **Aplicable después de corregir** [], **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mgtr: Cano Quereño, Jugueta Xany

DNI: 41190816

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

Nº	Institución	Especialidad	Periodo Formativo
01	Universidad Nacional Federico Villarreal	Psicología Educativa	2013-2015
02			

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

Nº	Institución	Cargo	Lugar	Periodo Laboral	Funciones
01	Innova Schools	Psicóloga	Carabayllo	2011-2015	Ps. Juvenil-Prezulia
02	JJM	Psicóloga	San Isidro	2015-2018	Reclutamiento
03					

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Mg. Jugueta Xany Cano Quereño
PSICOLOGA
C.R.P. 21.100

Firma Y Sello (CON Nº DE CPSP)

____ de octubre de 2019

JUEZ 7

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EMPRENDIMIENTO ESCALA DE FACTORES PSICOLÓGICOS DEL EMPRENDIMIENTO (SPFE)

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [], **Aplicable después de corregir** [], **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mgtr: Estrella Almaraz Cruz

DNI: 09904133

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

Nº	Institución	Especialidad	Periodo Formativo
01	UNMSM	Ps. Clínica y de la Salud	2009-2010
02			

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

Nº	Institución	Cargo	Lugar	Periodo Laboral	Funciones
01	UCV	DTC	Los Olivos	2014-2019	Dicho de experiencia conocimiento de funciones y de responsabilidad.
02					
03					

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma Y Sello (CON Nº DE CPSP)

ESTRELLA ALMARAZ CRUZ
PSICOLOGA
C.R.P. 12222
ESTRELLA ALMARAZ CRUZ

____ de octubre de 2019

JUEZ 8

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EMPRENDIMIENTO
ESCALA DE FACTORES PSICOLÓGICOS DEL EMPRENDIMIENTO (SPFE)

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [], Aplicable después de corregir [], No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mgtr: Castro García, Julio César

DNI: 08031366

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

Nº	Institución	Especialidad	Periodo Formativo
01	UIGV	Psicología	1981-1986
02	UNFV	Psicología Organizacional	2011

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

Nº	Institución	Cargo	Lugar	Periodo Laboral	Funciones
01	UCV	Docente	Cámar Norte	2017	Docente - Asesor - Jefe de
02	UCSUR	Docente	Chorrillos	2016	"
03	UIGV	Docente	Lima	1990	"

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma Y Sello (CON Nº DE CPSP)
Dr. Julio Castro García
PSICÓLOGO
C.P.S.P. 2283

___ de octubre de 2019

JUEZ 9

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EMPRENDIMIENTO
ESCALA DE FACTORES PSICOLÓGICOS DEL EMPRENDIMIENTO (SPFE)

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [], Aplicable después de corregir [], No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mgtr: Cornejo del Campesino, Manuel

DNI: 08827488

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

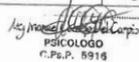
Nº	Institución	Especialidad	Periodo Formativo
01	UIGV	Pc. Privilegi	1977-1982
02	UIGV	Psicología	2009-2010

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

Nº	Institución	Cargo	Lugar	Periodo Laboral	Funciones
01	UIGV	Docente	Areca	2010-2011	Docencia
02	UAP	Docente	Areca	2011-2014	Docencia
03	UICU	Docente	Areca	2014-2017	Docencia

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma Y Sello (CON Nº DE CPSP)
Mgtr. Manuel Cornejo del Campesino
PSICÓLOGO
C.P.S.P. 5916

___ de octubre de 2019

Firma Y Sello (CON Nº DE CPSP)

JUEZ 10

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EMPRENDIMIENTO
ESCALA DE FACTORES PSICOLÓGICOS DEL EMPRENDIMIENTO (SPFE)

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [], Aplicable después de corregir [], No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mgtr. TOMAS QUISPE GREGORIO

DNI: 09366493

Formación académica del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

Nº	Institución	Especialidad	Periodo Formativo
01	USMP	PSICOLOGIA	1990-1996
02			

Experiencia profesional del validador: (asociado a su calidad de experto en la variable y problemática de investigación)

Nº	Institución	Cargo	Lugar	Periodo Laboral	Funciones
01	UCV	DOLENTE	LIMA NOROCCIDENTE	2017-2019	DTC
02					
03					

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Firma Y Sello (CON N° DE CPSP)

GREGORIO ERNESTO TOMAS QUISPE
PSICOTERAPEUTA
C.Ps.P. 7249

___ de octubre de 2019

ANEXO 8

Manual de la Escala de emprendimiento

ESCALA DE EMPRENDIMIENTO

AUTOR:

Vásquez Gonzáles, Geoffrey Daniel

LIMA, PERÚ

2020

MANUAL

SPE

ESCALA DE EMPRENDIMIENTO, PARA VENDEDORES
DE MERCADO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

LIMA NORTE

2020

INTRODUCCIÓN

Los seres humanos nos estamos condicionando a una vida de emprendimiento, a repetir una serie de patrones y conductas que

a través de la historia pueden ser corroboradas. En otras palabras, el hombre nace, se educa, aprende, establece vínculos, cumple roles y se desarrolla conforme a sus competencias (capacidades; conocimientos, habilidades y actitudes), de los cuales son aplicadas en su vida diaria de forma personal, social y laboral. Es así que, el emprendimiento se ha hecho presente en varios lugares del mundo, siendo el ser humano el pilar que lo constituye, cumpliendo un rol activo, que influye sobre la economía, sociedad y educación a nivel mundial (Sánchez, 2010).

En psicología, percibimos al emprendimiento desde dos puntos de vista muy importantes, según lo manifiestan (Roth y Lacoa, 2009) por una parte está el estudio del comportamiento, características y rasgos de personalidad del vendedor o innovador laboral conocido con otros términos como; vendedor ambulante, comerciante, profesional independiente y entre otros. Por otro lado, el segundo punto abarca aspectos relacionados a la psicología pero que tiene su origen en otros campos de estudio como; el factor económico, social, ambiental, gubernamental-jurídico y organizacional en la cual se percibe la oportunidad laboral y gestión empresarial como factores influyentes.

Explicado estos dos aspectos que muestra la participación de la psicología en el emprendimiento, podemos referir a (Sánchez et al., 2017) que lo conceptualiza desde el mismo paradigma afirmando que la composición del emprendedor se basa en tres enfoques teóricos; la psicología, economía y sociología, y que éstas a su vez

interactúan entre sí para definir a lo que hoy en día llamamos emprendimiento.

En el Perú, se desarrolla el emprendimiento a causa de la crisis financiera que aquejaba a las familias y empresarios bajo el gobierno de Juan Velasco Alvarado por la década del 70 a raíz de la devaluación monetaria, haciendo que la gente cambie sus bienes por alimentos y/o servicios. Años más tarde los impactos económicos fueron a mayor magnitud, con los conflictos psicosociales generados por el terrorismo y la mala administración de un gobierno dirigido por Alan García Pérez en los años 80 que llevó al país a una hiperinflación generando el cierre de muchas pequeñas y medianas empresas (pymes), como también la migración muchas otras a distintos países. Fue en los años 90 donde bajo el mandato de Alberto Fujimori y en adelante, bajo la reforma de política, apertura de mercado y ante la necesidad económica nacen los primeros emprendedores siendo influyentes en la creación de un mayor número de empleos, empresas y recuperación de la estabilidad económica (Cumpa et al., 2019).

Por otra parte, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018), refiere que la tasa de desempleo de la población de Lima Metropolitana está constituida por el 8,1% de la población laboral y esta cifra ha tenido un mayor crecimiento en los últimos años afectando a más de 420900 personas tanto hombres como mujeres, de los cuales muchos de ellos son emprendedores que no tuvieron éxito.

En planos internacionales la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2017) menciona que en Latinoamérica la tasa de desempleo ocupa el 6,2% de la población en edad laboral. A todo esto, el informe de General Entrepreneurship Monitor (GEM, 2018), resume que en el Perú; la Actividad emprendedora en etapa temprana (TEA) ocupa el puesto 3 del ranking global de 54 países estudiados, lo cual representa al 24.6% de peruanos involucrados en el emprendimiento. Por otro lado, dentro de los emprendimientos establecidos nuestro país ocupa el puesto 25 a nivel global y el 5 en Latinoamérica y el Caribe siendo el 7.4% de peruanos con emprendimientos reconocidos mayores a 3,5 años de actividad desde su fundación. Concluyendo a su vez, que la cifra de fracaso en el emprendimiento representa aproximadamente un 75% de emprendedores en etapa temprana, resultando a que de cada 10 emprendimientos al menos 3 se constituyan como establecidos.

En la actualidad, es importante poder investigar cual es el nivel de emprendimiento que existe en nuestra población local y que componentes constituyen su éxito, dado que tienen una influencia muy importante en el desarrollo de nuestro país, ya que pese a los esfuerzos que toma surgir con un negocio propio, existen cifras alarmantes que manifiestan una alta tasa de desempleo y fracaso en negocios menores a 3,5 años de haberse creado según lo manifiesta el informe de General Entrepreneurship Monitor (GEM, 2018).

La escala de emprendimiento tiene como objetivo obtener los niveles de emprendimiento en los vendedores de mercado, de tal manera identificar el grado de compromiso, satisfacción y éxito en el desarrollo de su negocio.

Dicho test, fue diseñado en base a los aportes de José Sánchez quien brinda una aproximación teórica de hoy en día conocemos como emprendimiento, vinculando así tres constructos fundamentales que lo constituyen (económico, social y psicológico), y se aplican en el desarrollo de las actividades de un emprendedor. Esta escala en constante desarrollo tiene como meta perfeccionarse, con el fin de satisfacer las necesidades que se van generando como resultado de los avances científicos y sociales.

DESCRIPCIÓN GENERAL

FICHA TÉCNICA

Nombre	: ESCALA DE EMPRENDIMIENTO
Autor	: Vásquez Gonzáles, Geoffrey Daniel
Procedencia	: Universidad César Vallejo, Lima - Perú
Aparición	: 2019
Significación	: Técnica psicométrica útil para identificar los niveles de emprendimiento en vendedores de mercado a través de componentes psicológicos.
Aspectos a evaluar	: Emprendimiento
Administración	: Individual y colectiva
Aplicación	: Vendedores de mercado, de ambos sexos, entre 18 y 64 años.
Duración	: Esta escala no precisa un tiempo determinado; no obstante, el tiempo promedio es de 10 minutos.
Tipo de ítem	: Enunciados con alternativas politómicas tipo escala Likert.
Ámbito	: Organizacional, Social.
Materiales	: Manual y protocolo.
Criterios de calidad	: Validez y confiabilidad.

MARCO TEÓRICO

En las Teorías relacionadas, el origen del término emprendedor proviene de una adaptación al castellano de la palabra en inglés “Entrepreneurship” el cual tiene su origen en el idioma francés “Entrepreneur” según lo describe los estudios de (Guillaume, 2012) en su investigación de identificar los orígenes del término, encontró dos aproximaciones a finales del siglo XII por estudios de Vérin: El primero establecido a delegaciones militares que llevaban a cabo expediciones de conquista, caracterizados por su dedicación, valentía y aceptando el riesgo que las misiones demandaban. El segundo señala a aquellas personas dedicadas a la construcción civil donde se consideraba la actividad específica y riesgos en la labor que realizaban, de los cuales eran remunerados económicamente.

En estas dos aproximaciones se pueden identificar los primeros rasgos del emprendedor como, iniciativa, esfuerzo y riesgo, pero no es hasta 1756 dentro de la literatura científica donde el termino Entrepreneur es definido por primera vez por Cantillon en uno de sus artículos denominados “Essai sur la Nature du Commerce en Général” donde explica las primeras aproximaciones del término bajo el punto de vista de la economía. Es en ese momento donde la primera definición de emprendedor es descrita como; la persona que inicia una actividad de resultados inciertos, el cual implica un riesgo y que ésta debe ser asumida con la esperanza de obtener a futuro una recompensa (Primo y Turizo, 2017).

Años más tarde en 1791, el termino Entrepreneur es traducida al castellano e incorporado como adjetivo en el diccionario de la Real Academia Española definiendo al emprendedor como “Persona que toma la iniciativa o se encuentra determinada a hacer y ejecutar una actividad, y que ésta lleva consigo empeño y ardua labor para lograrlo” (RAE, 2020).

Por otra parte; Sánchez et al. (2017) define al emprendimiento como el proceso que conlleva a una persona a iniciar un negocio o actividad de forma independiente en base a una idea innovadora. Mediante la toma de oportunidades, asume riesgos y se adapta a distintos tipos de situaciones o entornos que le genera el establecimiento de su producto y/o servicio, el cual está dirigido un determinado público consumidor.

En adelante, las teorías propuestas buscan explicar el emprendimiento desde supuestos teóricos de la psicología, que si bien es cierto no fueron diseñadas para la explicación de tal variable, pero que si dan una aproximación de las características del sujeto en el estudio de los componentes psicológicos del emprendimiento, puesto que al ser un tema innovador y de limitadas investigaciones en el campo psicológico, se busca establecer un patrón teórico que explica el paradigma cognitivo-conductual del mismo. Es por ello, que se considera conveniente explicarlo con mayor énfasis desde la perspectiva psicológica, sin dejar de lado el interés social y económico que impactan en dicha variable, es así que estas teorías servirán para desarrollar el

contexto y dimensión e indicadores en el que se diseñó el instrumento, las cuales se expone de la siguiente manera:

En el estudio de la educación emprendedora Sánchez et al. (2017) explican que los procesos que conlleva a una persona a convertirse en emprendedor se forman en base del aprendizaje, desarrollo de una serie de componentes psicológicos y las experiencias obtenidas a lo largo de su vida, éstas a su vez se manifiestan en un nivel mayor al obrero o trabajador en general. Para establecer su diferenciación, éxito e instauración de su emprendimiento se considera que algunos de esos componentes son; la autonomía, adaptación, resiliencia, innovación, tolerancia y motivación. Aquellos componentes hacen que la persona se integre a una sociedad competitiva, de constante cambio y asuma las condiciones necesarias para su desarrollo laboral, logrando así sus fines propuestos como a su vez el sustento económico (Sánchez et al., 2005).

Para explicar el término de componentes psicológicos del emprendimiento, se toma como punto de partida los aportes de Morales-Rodríguez et al. (2013), quienes explican que el emprendedor se forma en base a sus procesos cognitivos y características de personalidad según el entorno en que este se desarrolla, por lo cual afirman que estos componentes son características internas que tienen influencia en condiciones ambientales o externas. En el caso de una persona emprendedora se toma como referencia esta teoría para decir que el proceso de

aprendizaje y desarrollo de estos componentes se logran por medio de la adquisición de competencias y la práctica de sus capacidades, ya que estas ayudan al emprendedor en su labor de evaluar, establecer juicio y toma de decisiones que los conlleva a identificar la oportunidad, creación de un negocio, actividad y el desarrollo de la misma (Sánchez, 2011).

En el Perú, el comercio independiente es definido o visto como aquel negocio que pretende surgir a causa de la necesidad económica y laboral del país, forjando así vendedores o trabajadores que asumen riesgos, buscando sobresalir con ideas innovadoras, estableciendo sus propios puestos de trabajo y ser quienes tomen las riendas y liderazgo de un negocio. (Castellanos, 2014). Es así como su actividad laboral hoy en día puede ser llamado emprendimiento y a la persona conocida por sus rasgos o características psicosociales como emprendedor, convirtiéndose de tal manera en el sustento económico del hogar o como el impulsador de nuevas empresas, impactando de forma positiva en el ecosistema económico de nuestro país (Cumpa et al., 2019).

Sintetizando lo ya dicho a una aproximación conceptual de emprendimiento se puede decir que el emprendedor es reconocido como aquella persona que busca establecer una innovación personal o laboral que va en búsqueda de las oportunidades para surgir y que, pese a algunas limitaciones presentes en el camino, encuentra la forma de adaptarse a su medio y de desarrollar los procesos esenciales para lograr su objetivo propuesto. Por otra

parte, bajo la perspectiva teórica de Sánchez et al. (2017) la definición que se les atribuye a los vendedores de mercado, también llamados emprendedores, se explica como la persona que propone una idea de negocio; en este caso un puesto comercial, donde el mismo ofrece una serie de productos y/o servicios que, con dedicación, búsqueda de oportunidades y el de asumir riesgos en visión de mejora, encuentra su éxito personal y financiero, del mismo modo, se puede decir que dicho emprendedor solo podrá lograr sus objetivos si cumple con el desarrollo de algunos componentes psicológicos que intervienen de manera directa en la persona, su emprendimiento y el contexto.

Se consideran 6 componentes influyentes como representación de la personalidad emprendedora entre ella podemos encontrar el factor autonomía como la capacidad del individuo para hacer elecciones, tomar decisiones y asumir las consecuencias de las mismas, con énfasis en la realización a su actividad emprendedora o rol (Álvarez, 2015). A sí mismo el factor adaptación como capacidad de una persona de acomodarse a su entorno, a diversas circunstancias y condiciones ambientales, buscando espacios de confort y situaciones que le ayuden a salir adelante (Gainette, 2016). Como tercer factor encontramos a la resiliencia que es conocido como la capacidad que tiene una persona para superar circunstancias adversas y transformarlas en condiciones positivas para lograr algo o sobrellevar una crisis (García-Vesga y Domínguez-de la Ossa, 2013). Por otra parte, el factor innovación

es comprendida como la capacidad de llevar a cabo procesos creativos e iniciativas de una persona para desarrollar cosas novedosas (Robayo, 2016). Como quinto factor se encuentra la tolerancia en la que podemos referir que es la actitud de la persona que respeta las opiniones, ideas o actitudes de las demás personas y capacidad de asimilar situaciones complejas (Villaroel, 2017). Finalmente tenemos el factor motivación que es la actitud que tiene la persona que realiza una o más acciones con la finalidad de lograr sus objetivos o cumplir con una determinada tarea (Herrera y Zamora, 2014).

DEFINICIÓN DEL CONSTRUCTO

Por otra parte, bajo la perspectiva teórica de Sánchez et al. (2017) la definición que se les atribuye a los vendedores de mercado, también llamados emprendedores, se explica como “la persona que propone una idea de negocio; en este caso un puesto comercial, donde el mismo ofrece una serie de productos y/o servicios que, con dedicación, búsqueda de oportunidades y el de asumir riesgos en visión de mejora, encuentra su éxito personal y financiero”.

ELEMENTOS DEL CONSTRUCTO

FACTOR PSICOLÓGICO DEL EMPRENDIMIENTO (INDICADORES)

Autonomía: capacidad del individuo para hacer elecciones, tomar decisiones y asumir las consecuencias de las mismas, con énfasis en realización a su actividad emprendedora o rol.

Adaptación: capacidad de una persona de acomodarse a su entorno, a diversas circunstancias y condiciones ambientales, buscando espacios de confort y situaciones que le ayuden a salir adelante.

Resiliencia: capacidad que tiene una persona para superar circunstancias adversas y transformarlas en condiciones positivas para lograr algo o sobrellevar una crisis.

Innovación: capacidad de llevar a cabo procesos creativos e iniciativas de una persona para desarrollar cosas novedosas.

Tolerancia: Actitud de la persona que respeta las opiniones, ideas o actitudes de las demás personas y capacidad de asimilar situaciones complejas.

Motivación: Actitud que tiene la persona que realiza una o más acciones con la finalidad de lograr sus objetivos o cumplir con una determinada tarea.

POBLACIÓN OBJETIVA

El presente test psicológico está dirigido a vendedores de mercados de ambos sexos, entre las edades de 18 y 64 años que cuenten con una actividad comercial o de trabajo independiente, residentes en la ciudad de Lima, Perú.

CAMPO DE APLICACIÓN

La escala ha sido diseñada para conocer el nivel de emprendimiento de los emprendedores en el contexto local, y la influencia de componentes psicológicos que intervienen en el desarrollo de su actividad y éxito. A nivel aplicativo e investigación esta herramienta puede ser usada desde los campos organizacionales y sociales, como también para fines de investigación.

MATERIALES DE LA PRUEBA

MANUAL DE APLICACIÓN: En el cuál encontraremos toda la información necesaria para la administración, calificación e interpretación de los resultados que se obtengan en la aplicación de la prueba.

PROTOCOLO: Contiene tanto el protocolo con las instrucciones para los examinados y los reactivos como los respectivos casilleros para que el evaluado marque con un aspa “X” en las columnas enumeradas del 1 a 5, que representan las alternativas de respuesta desde “Totalmente en desacuerdo” hasta “Totalmente de acuerdo”, las cuales van a permitir identificar la percepción del nivel de emprendimiento en los evaluados.

NORMAS DE LA PRUEBA

INSTRUCCIONES PARA LA ADMINISTRACIÓN

Para la administración de la prueba, el examinador puede leer en voz alta las instrucciones a los examinados y ellos seguir con la vista las instrucciones impresas en su hoja de respuestas, o bien pueden hacerlo ellos mismos. Para llevar a cabo una buena aplicación, es necesario explicar de manera concisa y clara los objetivos de la prueba, la forma cómo ha de responderse a cada uno de los enunciados, enfatizando las alternativas de respuesta con las que cuentan y ejemplificando el modo adecuado de cómo hacerlo. Asimismo, resulta relevante despejar cualquier duda que tenga el examinado y motivarlo a que responda todos los ítems sin excepción y de la manera más verás, puesto que de ello dependerá la interpretación correspondiente.

INSTRUCCIONES PARA LOS EXAMINADOS

En el protocolo de respuestas, el examinado cuenta con las instrucciones necesarios para responder de manera adecuada a cada uno de los ítems. En dichas instrucciones, se pide al examinado que lea cada frase y conteste de acuerdo a cómo se asemeja mejor dichas conductas en el desarrollo de su emprendimiento. Para lo cual, debe marcar con un aspa (X) en el cuadro del número que considere es el más conveniente según su caso, siendo las alternativas de respuesta: Totalmente en

desacuerdo, “En desacuerdo”, “Ni de acuerda ni en desacuerdo”, “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”. De igual modo, se le indica que si se equivoca deberá borrar primero la alternativa que marcó y luego trazar con un aspa la nueva respuesta.

INSTRUCCIONES PARA SU CALIFICACIÓN

Una vez que el examinado ha concluido la prueba, se verifica que todos los enunciados hayan sido contestados, para proseguir con su calificación. Las respuestas se califican polítómicamente del 1 al 5. Para ello, se realiza la sumatoria de las alternativas de respuesta asignadas a los ítems con el puntaje toda ubicamos en la tabla de baremos por puntaje directo a que categoría de emprendimiento se estaría encontrando el evaluado.

DISTRUBICÓN DE ÍTEMS

DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS
COMPONENTES PSICOLÓGICOS	Autonomía	1, 2, 3
	Adaptación	4, 5, 6 y 7
	Resiliencia	8, 9 y 10
	Innovación	11, 12 y 13
	Tolerancia	14, 15 y 16
	Motivación	17, 18, 19 y 20

BAREMOS POR PUNJATE DIRECTO

Baremos por percentiles agrupados		
Niveles	Cuartiles	Puntaje
Alto	75	91-100
Promedio	50	84-90
Medio	25	68-83

JUSTIFICACIÓN ESTADÍSTICA _____

VALIDEZ

VALIDEZ DE CONTENIDO (V DE AIKEN)

CITERIO DE 10 JUECES EXPERTOS (V DE AIKEN)									
J01	J02	J03	J04	J05	J06	J07	J08	J09	J10
1.00	1.00	0.97	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

Se observa la evaluación de los 10 jueces con respecto a los ítems asumiendo los criterios de pertinencia, relevancia y claridad. Según el análisis de V de Aiken, se puede evidenciar que los enunciados cumplen con los aspectos de validez, siendo 1.00 el puntaje máximo, lo que indica que el instrumento cuenta con los criterios de validez de contenido según (Escurra, 1988).

VALIDEZ DE CONSTRUCTO (CARGAS FACTORIALES)

ÍTEMS	C.F
03. Planifico y organizo las actividades que realizo.	0.815
05. Me adapto con facilidad a los cambios que se presentan.	0.814
19. Me emociona saber que puedo ayudar a otros.	0.811
13. Busco siempre marcar la diferencia en las cosas que hago.	0.810
17. Pongo mucho esfuerzo en cada cosa que hago para tener éxito.	0.809
10. Realizo mis actividades propuestas hasta cumplirlas.	0.806
06. Busco la forma de ser más competente ante el éxito de los demás.	0.805
15. Encuentro en el fracaso una manera de seguir mejorando.	0.801
08. Aprovecho las oportunidades que me permiten lograr mis objetivos.	0.799
11. Me gusta estar innovando.	0.799
09. Aprendo de mis logros y también de mis errores.	0.791
01. Tomo decisiones que me permitan lograr mis objetivos.	0.791
14. Realizo mis actividades pese a las condiciones adversas que se puedan presentar.	0.790
16. Mantengo el control y la calma en la solución conflictos.	0.788
20. Ser reconocido por mis capacidades, me motiva a seguir adelante.	0.785
12. Mis habilidades y talentos me permiten crear cosas nuevas.	0.782
02. Mido los riesgos que asumiré al emprender mis actividades.	0.782
04. Encuentro alternativas para salir de los problemas.	0.782
07. Asumo riesgos con la finalidad de seguir creciendo.	0.780
18. Me motiva enfrentar grandes retos.	0.771

Se observa la distribución de cargas factoriales oscilando entre 0.771 a 0.814 los cual indica una adecuada validez de consistencia interna según (Tabachnick y Fidell, 2019).

CONFIABILIDAD

FIABILIDAD POR CONSISTENCIA INTERNA (ALFA Y OMEGA)

Estadística de Fiabilidad del instrumento			
Dimensión	N° de ítems	Alfa (α)	Omega (ω)
Componentes Psicológicos	20	0.972	0.972

Se puede apreciar el índice de confiabilidad del instrumento Escala del factor psicológico de emprendimiento bajo el modelo unidimensional arroja una puntuación de 0.972 en Alfa y 0.972 en Omega, lo que indica una confiabilidad muy alta a nivel general y de dimensión, siendo así que la prueba puede ser utilizada para el fin previsto según (Ruiz, 2013; Campo-Arias y Oviedo, 2008).

NORMAS INTERPRETATIVAS

Las puntuaciones obtenidas por la respuesta de los encuestados son representadas por 3 categoría que indica el nivel de emprendimiento de individuo desde la perspectiva del constructo psicológico los cuales se les atribuye las siguientes consignas:

Alto, los emprendedores ubicados en esta categoría son personas que se desempeñan de manera extraordinaria, día a día buscan reinvertirse y seguir desarrollando su emprendimiento a un nivel más grande.

Promedio, los emprendedores ubicados en esta categoría son personas que se desempeñan de formar regular, ven es su

emprendimiento una forma de obtener ingresos económicos en el día a día y poner en práctica sus habilidades como innovador laboral.

Bajo, los emprendedores ubicados en esta categoría son personas que buscan suplir sus necesidades económicas no importando la actividad laboral que ejerzan.

REFERENCIAS

- Álvarez, S. (2015). La autonomía personal y la autonomía relacional. *Análisis Filosófico*, 35(1), 13-26. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=340042261002>
- Campo-Arias, A., & Oviedo, H. (2008). Propiedades Psicométricas de una Escala: la Consistencia Interna. *Revista de Salud Pública*, 10(5), 831-839. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42210515>
- Castellanos, T. (2014, febrero). *Estudio de Monitoreo de la Economía Informal: Vendedoras y vendedores ambulantes de Lima Metropolitana, Perú*. Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando (WIEGO). <https://www.wiego.org/sites/default/files/publications/files/IE-MS-Lima-Street-Vendors-City-Report-espanol.pdf>
- Cumpa, J., Diaz, J., Koc, J., & Silva, M. (2019, marzo). *Emprendimiento: manual de estudio* (N.º 1). Universidad De San Martín De Porres. <https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2019-I/MANUALES/II%20CICLO/EMPREDIMIENTO.pdf>
- Escurra, L. (1988). Cuantificación de la validez de contenido por criterio de jueces. *Revista De Psicología*, 6(12), 103-111. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/4555>

- Gainette, L. (2016). Adaptación humana y ocupación de los ambientes amazónicos por poblaciones indígenas precolombinas. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 25(1), 139-152. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v25n1.52596>
- García-Vesga, M., & Domínguez-de la Ossa, E. (2013). Desarrollo teórico de la Resiliencia y su aplicación en situaciones adversas: Una revisión analítica. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 11(1), 63-77. <https://doi.org/10.11600/1692715x.1113300812>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2018). *Understanding the impact of GEM research on policy making*. Global Entrepreneurship Research Association. <http://www.gemconsortium.org/about/news>
- Guillaume, A. (2012). Hélène Vérin, Entrepreneurs, entreprise. Histoire d'une idée. *Les comptes rendus*, 271. <http://journals.openedition.org/lectures/7181>
- Guillaume, A. (2012). Hélène Vérin, Entrepreneurs, entreprise. Histoire d'une idée. *Les comptes rendus*, 271. <http://journals.openedition.org/lectures/7181>
- Herrera, J., & Zamora, N. (2014). ¿Sabemos realmente que es la motivación? *Correo Científico Médico*, 18(1), 126-128. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1560-43812014000100017
- Morales-Rodríguez, M., Díaz-Barajas, D., & Morales-Rodríguez, I. (2018). Psicología del emprendedor: Promoción de atributos psicológicos asociados al emprendimiento en estudiantes de nivel superior. *Vincula Téctica EFAN*, 415-423. http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/vinculat%C3%A9gica_2/52%20MORALES_DIAZ_MORALES.pdf
- Organización Internacional del Trabajo. (2017, diciembre). *Panorama Laboral 2017. América Latina y el Caribe* (N.º 1). Oficina Regional para América Latina y el Caribe. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_613957.pdf
- Primo, W., & Turizo, H. (2017). Emprendedor y empresario: una construcción desde la dinámica del pensamiento económico. *Inquietud Empresarial*, 16(1), 15-52. https://revistas.upct.edu.co/index.php/inquietud_empresarial/article/view/7625
- Robayo, P. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*, 7(16), 125-140. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.007>
- Roth, E., & Lacoa, D. (2009). Análisis Psicológico del Emprendimiento en Estudiantes Universitarios: Medición, Relaciones y Predicción. *Ajayu. Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología de la Universidad Católica Boliviana «San Pablo»*, 7(1), 2-38. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=461545467005>
- Ruíz, C. (2013). *Instrumentos y técnicas de Investigación Educativa. Un Enfoque Cuantitativo y Cualitativo para la Recolección y Análisis de Datos* (3.ª ed.). Danaga Training and Consulting.
- Sánchez García, J. C. (2010). Evaluación de la Personalidad Emprendedora: Validez Factorial del Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE). *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42(1), 41-52. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80515880004>
- Sánchez García, J. C., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. L. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401-473. <https://doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>
- Sánchez, J. (2011). Entrepreneurship as a legitimate field of knowledge. *Psicothema*, 23(3), 427-432. <http://www.psicothema.com/pdf/3905.pdf>

- Sánchez, J., Lanero, A., & Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15(1-2), 37-60. <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/157028>
- Tabachnick, B., & Fidell, L. (2019). *Using Multivariate Statistics* (7.^a ed.). Pearson.
- Villarroel, R. (2017). Reconocimiento, Tolerancia e Interculturalidad. La agenda pendiente de un mundo de extraños morales. *Acta bioethica*, 23(1), 91-97. <https://doi.org/10.4067/s1726-569x2017000100091>