

# **UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN**



Formación innovadora y competencias emprendedoras en los estudiantes  
del 5° secundaria "Simón Bolívar" Huaraz - 2017

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA  
EN ADMINISTRACIÓN**

**Autora:**

**Reyes León, Alisa Norma**

**Asesor:**

**Mg. Luján Torres, Jorge Alejandro**

**Huaraz – Perú**

**2017**

## 1. PALABRAS CLAVE:

<b>Tema</b>	<b>Formación Innovadora y Competencias Emprendedoras</b>
<b>Especialidad</b>	<b>Administración</b>

## KEY WORDS:

Theme	Innovative Training and Entrepreneurial Skills
Specialty	Administration

## Líneas de Investigación

### Según código OCDE:

Línea de Investigación	OCDE		
	Área	Sub área	Disciplina
Innovación y Creatividad	5. Ciencias Sociales	5.2. Economía y Negocios	Negocios y Management

## **2. TITULO**

**Formación innovadora y competencias emprendedoras en los estudiantes del 5°  
secundaria “Simón Bolívar” Huaraz – 2017**

## **TITLE**

**Innovative training and entrepreneurial skills in students of the 5th grade  
“Simón Bolívar” Huaraz - 2017**

### **3. RESUMEN**

El estudio de investigación estuvo relacionado a la Formación Innovadora y Competencias Emprendedoras de los Estudiantes del 5° de Secundaria de la I.E. “Simón Bolívar” Huaraz - 2017. Como problema se planteó: Como es la Formación Innovadora y las Competencias Emprendedoras de los Estudiantes del 5° de Secundaria de la I.E. “Simón Bolívar” Huaraz - 2017.

La metodología utilizada en la investigación fue: El diseño descriptivo, no experimental de corte transversal, es decir no se manipuló las variables de estudio. La población de estudio estuvo compuesta por 180 estudiantes del 5° de Secundaria de la I.E. “Simón Bolívar” Huaraz – 2017; por tanto, se aplicó una encuesta, como instrumento de investigación, por ello la muestra de estudio que se consideró fue de 30 estudiantes del 5° C, con la finalidad de que los resultados sean más significativos y representativos para la investigación.,

Se recopiló los datos a través de la encuesta, la misma que fueron procesadas utilizando el software SPSS versión 21, cuyos resultados fueron presentados a través de tablas y figuras, los cuales sirvieron para que la I.E. “Simón Bolívar” Huaraz, tome las medidas pertinentes. Se demostró con el estudio de investigación la Formación Innovadora y las Competencias Emprendedoras, de los estudiantes del 5° Secundaria de la I.E. “Simón Bolívar” Huaraz - 2017.

#### 4. ABSTRACT

The research study was related to the Innovative Training and Entrepreneurial Competences of the Students of the 5th Secondary of the I.E. "Simón Bolívar" Huaraz - 2017.

As a problem and hypothesis, it was suggested how the Innovative Training significantly influences the Entrepreneurial Competence of the Students of the 5th Secondary of the I.E. "Simón Bolívar" Huaraz - 2017.

The methodology used in the investigation is: The descriptive design, is not experimental of cross section, that is, the study variables were not manipulated. The study population was composed of 180 students of the 5th Secondary of the I.E. "Simón Bolívar" Huaraz - 2017; therefore, a survey was applied, as a research instrument, to the total number of employees of said institution; for that reason there was no study sample and 30 students of 5 ° C were considered, in order that the results are more significant and representative for the investigation.

The data was collected through the survey, which was processed using SPSS software version 21, whose results were presented through tables and figures, which served to make the I.E. "Simon Bolivar" Huaraz, take the appropriate measures.

It was demonstrated with the research study the relation or association that exists between the Innovative Training and the Entrepreneurial Competence, in the students of the 5th Secondary of the I.E. "Simón Bolívar" Huaraz - 2017.

## INDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
1. PALABRAS CLAVE	i
2. TITULO	ii
3. RESUMEN	iii
4. ABSTRACT	iv
<b>5. INTRODUCCIÓN</b>	<b>01</b>
5.1 Antecedentes y fundamentación científica	01
<b>5.2.</b> Justificación de la Investigación	<b>25</b>
<b>5.3.</b> Problema	<b>26</b>
<b>5.4 Marco Referencial</b>	<b>26</b>
5.4.1. Marco conceptual	26
5.4.2. Operacionalización de las variables	34
<b>5. 5.</b> Hipótesis	<b>37</b>
<b>5.6.</b> Objetivos	<b>37</b>
5.6.1. Objetivo General	37
5.6.2. Objetivos Específicos	37
<b>6. METODOLOGÍA</b>	<b>38</b>
6.1 Tipo y diseño de investigación	38
6.2. Población y muestra	38
6.3. Técnicas e Instrumentos de Investigación	40
6.4. Procedimiento y análisis de la información	40
<b>7. RESULTADOS</b>	<b>41</b>
<b>8. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN</b>	<b>54</b>
<b>9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>59</b>
<b>10.</b> Agradecimientos	<b>64</b>
<b>11.</b> Referencias Bibliográficas.	<b>65</b>
<b>12.</b> Apéndices y anexos	<b>69</b>

## 5. INTRODUCCIÓN

### ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

**Martínez Sáez, N. (2004), Chile**, en su trabajo *“Análisis de la capacidad emprendedora de los microempresarios del sector turismo - Chile”* destaca la capacidad emprendedora de cada individuo es una característica fundamental de la formación de la empresa a través e la perseverancia a superar los obstáculos que cada empresario debe enfrentar dentro de este competitivo entorno.

Tras el análisis, se llegó a la conclusión que los micro empresarios presentan fortalezas y debilidades dependiendo del tipo de característica que se les mida, pero que sin embargo estas deficiencias se puedan desarrollar y fortalecer para así cultivar su capacidad de emprendimiento, ya que, estando en el mundo de los micro negocios tienen una tendencia hacia el espíritu emprendedor, solo que algunos micro empresarios son más emprendedores que otros.

**Kraus, C. (2011), Uruguay**, en su investigación titulada *“Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay”*. El objetivo general fue investigar las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la UCU. El tipo de estudio fue longitudinal que duró tres años; llegándose a contar con 886 cuestionarios administrados a los estudiantes que pertenecían a carreras empresariales (EE) eran los de: Dirección de empresas, Negocios internacionales, Economía, Contador público y Relaciones Laborales. Los de carreras no empresariales (EnoE) eran: Ingeniería, Comunicación, Derecho y Psicología.

Las conclusiones de la investigación son las siguientes:

- Los estudiantes de carreras empresariales presentan una mayor necesidad de logro y un mayor control percibido interno.
- Actitud emprendedora global: Es mayor en estudiantes cuyos padres son emprendedores. Poseían una mayor asunción de riesgo. Tenían una mayor necesidad de logro.

- Es mayor en los estudiantes que trabajan.
- Disminuye luego de un año de experiencia académica.
- Disminuye luego de dos años de experiencia académica. Las actitudes que más se redujeron fueron la necesidad de logro y el control percibido interno.
- Los estudiantes de la Licenciatura en Dirección de Empresas se pudieron identificar por una actitud emprendedora alta al realizar la encuesta durante el primer año.

**Barrios Romero, O; Bravo Arce, S; Vargas Sánchez, D (2003) Chile**, en su trabajo titulado “*Origen y Perfil del joven emprendedor chileno*” destaca como los jóvenes estudiantes se sienten frustrados, porque teniendo una educación de primera, no poseen espíritu emprendedor.

El principal objetivo del referido estudio fue identificar el Origen y Perfil del Joven Emprendedor Chileno. Esta inquietud por determinar de dónde provienen los emprendedores y cuáles son sus principales características nace frente a las distintas acepciones que posee la palabra emprendimiento, en donde se enmarcan un sin número de hipótesis y pensamientos al respecto.

Para algunas personas los emprendedores nacen, para otros se hacen y frente a esta disyuntiva se presenta la inquietud de dar una mirada al origen del joven emprendedor chileno, identificando si han habido factores externos que los han influenciado como pueden ser; el incentivo universitario, un incentivo económico, un aprovechamiento de oportunidades, o un conjunto de diversos factores que actuaron a su favor.

**Nevado de Zelaya, M. (2002). Guatemala**, Tesis presentada a la Universidad Francisco Marroquín de Guatemala, titulado “*Implementación de un enfoque emprendedor en la carrera de administración de empresas*”. El estudio fue aplicativo y experimental, se llegó a determinar que la implementación de emprendimiento como una especialidad de la carrera tiene mucha aceptación por los alumnos de la carrera de administración y que con el tiempo será impartida en la universidad.

**Amador Freyre, M. (2006), México**, Tesis presentada a la Universidad de las Américas de Puebla, titulado *“Creación de una asociación estudiantil de jóvenes emprendedores que ponga en práctica talleres de laboratorios empresariales con los criterios aprendidos”*. El autor presenta como conclusión central, que con este tipo de programas como la asociación de jóvenes emprendedores que propongo se pretende que el empresario juvenil genere crecimiento económico, empleo, distribución de ingreso, productividad, innovación y micro-pequeña y mediana empresa.

**Soldi L. (2003), Argentina**, en el estudio elaborado para la ONUDI titulado *“Desarrollo de la capacidad empresarial de la población rural y las mujeres”* destaca que el objetivo del Programa de la ONUDI para el desarrollo de la capacidad empresarial de la población rural y de la mujer es contribuir a la reducción de la pobreza mediante la promoción de dichas aptitudes, centrándose en el desarrollo rural y la igualdad entre los sexos.

Los objetivos fundamentales de este programa son crear un entorno empresarial en el que se fomenten las iniciativas de los empresarios rurales y de las mujeres, potenciar las capacidades humanas institucionales necesarias para fomentar el dinamismo empresarial y aumentar la productividad.

**Bolaños Cerrillo, N. (2009), Cusco**, sustentó su tesis titulada *“Las actitudes emprendedoras empresariales de los estudiantes del VI al X ciclos del Programa Académico Profesional de Ingeniería Industrial de la Universidad Andina del Cusco”*.

Investigación de tipo sustantivo descriptivo, prescriptivo. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, siendo su instrumento el cuestionario. Las conclusiones de la investigación señalan que la población de estudiantes varones en el PAP de Ingeniería Industrial es de 63.1 % frente al 36.9 % de las mujeres; significando que se nota una mayor vocación por la carrera de los estudiantes varones. Los estudiantes que estudian la carrera de Ingeniería Industrial, en un 77.7% son provenientes de instituciones educativas particulares, siendo solamente el 23.3% son los que provienen de instituciones educativas públicas. Solamente el

16.5 % de estudiantes que cursan estudios de Ingeniería Industrial en esta universidad, son los que cuentan con sus empresas privadas.

**Jaramillo y Parodi (2003), Lima**, en su trabajo de investigación “*Jóvenes emprendedores: evaluación de programas de promoción*”. Señala que el limitado dinamismo del mercado laboral asalariado en el Perú no permite absorber la demanda de puestos de trabajo de los jóvenes. Muchos de ellos optan entonces por generarse su propio empleo. El presente estudio se pregunta si hay maneras efectivas de apoyar a estos jóvenes. Para responder a esta pregunta los autores investigan sobre el impacto de dos programas para promover a jóvenes emprendedores. Los resultados de la evaluación muestran que es posible lograr efectos positivos sobre los jóvenes que participan de estos programas. También muestran que la capacitación es insuficiente para este fin. Se requiere de un bien pensado paquete de servicios, que incluya asesorías y seguimiento individuales en la etapa inicial del negocio.

## **FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA**

### **PROGRAMA FORMATIVO INNOVADOR**

#### **Definición de Programa**

**Carrasco, (2005)**. Usualmente un programa se define como: “Agrupación colectiva de contenidos temáticos, que normalmente incluyen un conjunto común de objetivos, planes y un sistema de evaluación del éxito, que se administra y se entrega de una forma coordinada para superar algunas dificultades o problemas detectados.”

**Según Psicopedagogía. Com (2007)**, es instrumento curricular donde se organizan las actividades de enseñanza-aprendizaje, que permite orientar al docente en su práctica con respecto a los objetivos a lograr, las conductas que deben manifestar los alumnos, las actividades y contenidos a desarrollar, así como las estrategias y recursos a emplear con este fin.

Sin embargo, a efectos de nuestra investigación, definimos el programa como el “Diseño de enseñanza y aprendizaje de contenidos elaborado por los responsables del proyecto. El objetivo de este es su aplicación. En contextos escolares y determinar el grado de efectividad en la interiorización, cambios de conductas, principios, ideas erróneas”.

### **Programa Educativo**

**Bustos, A. (2009).** Conjunto de actividades planificadas sistemáticamente, que inciden diversos ámbitos de la educación dirigidas a la consecución de objetivos diseñados institucionalmente y orientados a la introducción de novedades y mejoras en el sistema educativo.

Los programas Educativos se caracterizan por su condición de experimentalidad, en consecuencia, por su carácter temporal y por suponer el empleo de unos recursos en favor de unas necesidades sociales y educativas que los justifican.

En el ámbito del Área de Programas Educativos el desarrollo de un programa pasa por tres fases diferenciadas: **Implantación, Promoción y Extensión.** Cuando un programa se incorpora nuevo al área lo haría en modo de experimentación, pasando a promoción a medida que se vaya difundiendo e implementando en el mayor número de centros, y a extensión para conseguir su consolidación dentro del sistema educativo.

### **Programa Formativo**

El programa formativo; también denominado programa de formación integral, es el conjunto de secuencias previamente establecidas en función a objetivos y metas predeterminadas que se orientan a promover cambios de conducta y comportamiento en los participantes; para que a su vez se conviertan en potenciales indicadores de cambios para conseguir otros fines.

**Señala Pozo (2001);** que un programa formativo; más que la búsqueda de objetivos generales de acción común, se caracteriza por conseguir cambios en los

conocimientos, actitudes y procedimientos, que tienen que ver con las manifestaciones de conductas.

### **Programa Innovador**

**Sarmiento (2005)**, Un programa innovador, es un proyecto que surge novedosamente para permitir la transformación permanente de las condiciones y relaciones entre quienes aprenden, quienes les ayudan a aprender, los contenidos de los aprendizajes y el entorno, en la construcción de mejores ambientes y procesos educativos apoyados por la gestión institucional y la infraestructura tecnológica; todo ello para superar un problema específico que viene afectando a una determinada población.

### **Características**

Un programa se procederá a aplicar un instrumento diagnóstico al grupo que se va a trabajar, a fin de conocer el nivel de conocimiento que tienen los sujetos del estudio sobre el tema a desarrollar.

**Bustos, A. (2009)**. Luego se procederá a tratar la información y los resultados permitirán establecer un esbozo del programa educativo que se impulsara como adecuación al currículo. Usualmente un programa educativo consistirá en un primer momento en sesiones y su frecuencia puede ser ínter diario o semanal.

La experiencia del grupo se fundamenta en el trabajo en conjunto, lo que facilitara el desarrollo de la actividad cognoscitiva, la cooperación y la búsqueda de diferentes soluciones. Luego del taller se aplicará nuevamente un instrumento (el pos test).

Toda investigación y programa debe tener en cuenta los siguientes principios éticos: principio de beneficencia, autodeterminación. Se consideran estos principios éticos en la interacción con los colaboradores de la investigación para lo cual se solicitará el permiso respectivo.

## Elementos o componentes de un programa educativo

**Sarmiento (2005).** Las líneas teóricas que se manejan en el diseño, implementación, ejecución y evaluación de un programa educativo, deben tener en cuenta y estar apuntando a un conjunto de referentes considerados como elementos o componentes que son los indicadores fundamentales teleológicos en que se fundamentan un programa educativo en función a las particularidades de su naturaleza. Por ello, siguiendo una línea didáctica de presentación se señalan las siguientes:

- **Justificación:** Toda justificación del diseño de un programa educativo, parte de una situación problemática detectada a nivel de aula, institución educativa, sector o jurisdicción educativa. Se refiere a la exposición de los motivos que fundamentan la aplicación del programa. En este capítulo se deberá mostrar que el problema o problemas que pretenden solucionarse son importantes por su calidad o magnitud, y además que son susceptibles de resolverse. Esto implica un estudio y análisis de los problemas y de los recursos y así mismo la selección de las prioridades de acuerdo con las necesidades.
- **Objetivos:** Son las metas o fines que se desean alcanzar con la realización del programa, los objetivos que se establezcan deben ser determinados como resultado de la adecuada estimación de problemas y recursos, y deben ser precisos, cuantificables y alcanzables.

Los objetivos se dividen en medios e mediatos según la posibilidad de alcanzarse a largo o corto plazo. Unos y otros deben estar ligados entre sí y para el logro de los mediatos es menester haber logrado los inmediatos.

Es otro de los elementos del programa que implica delimitar los objetivos tanto generales como específicos que son los elementos orientadores básicos que se pretenden alcanzar a mediano o corto

plazo. La determinación del para qué de un programa, lleva a precisar e identificar el área curricular o campo educativo problemático; pudiendo ser en las diferentes áreas curriculares o aspectos relacionados a la participación de los diferentes agentes educativos que requieren mejorar su intervención a través del desarrollo de un programa educativo.

- **Metas:** Es fundamental precisar quiénes son los beneficiarios del programa, ya que todos los alumnos tienen derecho a un proceso de enseñanza aprendizaje de calidad y superar las limitaciones que han venido demostrando la mayoría de ellos, que justifique la pertinencia del programa y sus correspondientes alcances y limitaciones dentro de un determinado ámbito. También, se debe tener en cuenta a los profesores y agentes educativos, como sujetos claves del proceso educativo que se quiere intervenir.
- **Contenidos o temas a tratar:** Se considera los contenidos que constituyen los núcleos temáticos del programa vinculados a cada objetivo específico. Si lo que se plantea es la mejora del desarrollo curricular, entonces se tendrá que determinar primeramente si se va a considerar todas las áreas, las áreas principales o en todo caso priorizar una de ellas que tengan mayor incidencia como problema. Esta determinación es fundamental, porque permitirá la orientación del esfuerzo de todos los agentes intervinientes.
- **Organización y estrategias**

#### **Procedimientos:**

- **Métodos de las actividades:** Se refiere a la manera de cómo se hará cada una de las actividades que se hayan considerado en el párrafo III inciso.

- **Organismos que colaboran en el programa:** Aquí se mencionará los organismos o dependencias con los que se establecerá coordinación y la forma como colaborará cada uno en el programa.
- **Material y equipo:** Se refiere al equipo que se necesitará para la realización del programa. Tiene que ver con los recursos humanos, institucionales y financieros que se disponen para la implementación del programa. Este elemento hace posible su ejecución y determina el grado de compromiso de los agentes educativos. Este componente es considerado básico, teniendo en cuenta que fundamenta su viabilidad; es decir, permite determinar con precisión si se dispone de los recursos imprescindibles para el desarrollo de las actividades programadas.
- **Locales:** Se refiere a los lugares cerrados o abiertos donde se ejecutará el programa. Invita necesariamente a delimitar geográficamente y espacialmente el ámbito donde se llevará a cabo la intervención, ya sea el centro escolar, la etapa educativa, el grado o los grados o la sección. Invita necesariamente a delimitar geográficamente y espacialmente el ámbito donde se llevará a cabo la intervención, ya sea el centro escolar, la etapa educativa, el grado o los grados o la sección.
- **Instructivos y reglamentos:** Las instrucciones de las técnicas que se vayan a emplear. Los reglamentos son las normas que regirán el desarrollo de las actividades o de las labores.

\* **Personal**

Dependiendo de la dimensión, amplitud y limitaciones del programa, se refiere a las personas que participarán en la aplicación del programa; entendiéndose Director, equipo jerárquico, docentes, especialistas del Sector Educación y otros

necesarios según la naturaleza del programa; teniéndose en cuenta los siguientes criterios:

- **Tipo y número:** Como su nombre lo indica es el número de personas que intervendrán en la ejecución del programa.
- **Determinación de funciones:** Estas pueden ser la línea desde el punto de vista jerárquico, de actividades según los integrantes del personal y supervisión que determinan por quienes y como desarrollará esta labor.
- **Reclutamiento:** Se refiere a la descripción de cómo y dónde se seleccionará el personal necesario.
- **Adiestramiento:** Se relaciona con la preparación especial que se impartirá al personal seleccionado.

\* **Estrategias**

Determina las estrategias a utilizar para el logro de los objetivos. En el caso de un programa de desarrollo curricular, se tiene que necesariamente determinar las estrategias de enseñanza y aprendizaje; que a la vez permitirá tener en cuenta los métodos, técnicas, la intervención de los medios y materiales como del mismo proceso evaluativo.

- **Programación y cronograma**

Este componente obliga necesariamente al establecimiento de la secuencia de ejecución del programa e incluye su temporalización o cronograma.

- **Financiamiento**

En la elaboración del presupuesto: Se trata de especificar el presupuesto que se requerirá para la ejecución del programa y se deben desglosar las diversas partidas que lo integran; así como el Plan de obtención de fondos que signifique su financiamiento que puede ser con recursos de la institución, provenientes de los padres de familia, municipalidad, instancias administrativas educativas, otros órganos del Sector Público como de la inversión privada.

- **Evaluación:** Es la estimación de las realizaciones del programa con relación a los objetivos y procedimientos señalados. La evaluación requiere un adecuado sistema de registro de las actividades que se vayan a llevar a cabo. Aquí se indicará cómo se hará la valorización del programa, con que periodicidad, quienes la realizarán y que índices se tomarán en cuenta para ello. La evaluación puede ser:
  - Simultánea y al final del programa: cuando se efectúa durante el desarrollo del programa y al final si se realiza al término de su ejecución.
  - Cuantitativa y Cualitativa: Se dice que es cuantitativa cuando se valora la cantidad de realizaciones alcanzadas y cualitativas si la situación se hace a través de la calidad de las realizaciones.
  - Interna y externa: Se considera interna cuando la practica el mismo personal que interviene en el programa, y externa cuando es efectuada por elementos que no participan en el programa.

**f. Conocimientos a lograr en el proceso de formación**

La formación de emprendedores es entender qué conocimientos están involucrados en el desarrollo del proceso emprendedor. Hace ya varios años que se habla de un conocimiento específico ligado al acto de emprender, esto es, un conjunto de saberes, de interpretaciones, de acciones que involucran un proceso activo y cognitivo, cuyo fin específico es la creación de una empresa.

**A partir de la definición de Young (1997)**, se entiende por entrepreneurial knowledge a aquellos conceptos y habilidades utilizados por las personas durante el proceso de creación y desarrollo de sus propias empresas.

**Según César R. (2010)**; desde un punto de vista más amplio, se entiende que el proceso de creación de empresas implica cuatro áreas de conocimientos: conocimiento técnico específico; conocimiento técnico de gestión; conocimientos ligados a la planificación de negocios; y capacidades, actitudes y habilidades personales.

**Planificación de negocios:** incluye aquellos conocimientos necesarios para la definición del negocio, el ordenamiento y la organización de las actividades a desarrollar para la puesta en marcha de la nueva empresa. También incluye aquellos conocimientos necesarios para la formalización de los pasos a seguir para la puesta en marcha de la empresa.

**Helge Tenno (2011)**, propone las ocho características básicas del trabajo de un gran planificador

- 1.** Los planificadores no son exploradores, son inventores  
La planificación no es excavar un terreno a la búsqueda de algo que ya existe. Es cavar y buscar algo que no existía hace cinco minutos. Si el planificador no aporta novedades, está haciendo perder el tiempo y el dinero a sus clientes.
- 2.** Nadie escucha a los planificadores. Los planificadores no alardean de sus propios conocimientos como una muestra de su brillantez. Su labor es dar poderes a otros. Si los clientes no encuentran útiles los conocimientos del planificador, éste está simplemente perdiendo el tiempo.
- 3.** Los planificadores respetan a los demás. Los planificadores no son nunca las personas más importantes de una reunión. No son excelentes y no toman parte en todas y cada una de las partes que conforman el proceso creativo. Un planificador forma parte de un equipo y su labor es facilitar

al máximo la labor de sus compañeros y saber incluso cuándo debe quitarse de en medio.

4. Las empresas llegan a acuerdos, los clientes no. Es fácil crear estrategias para empresas. Al fin y al cabo, las compañías son un puñado de personas a la espera de una respuesta lo suficientemente buena para su equipo de dirección. Las empresas son políticas y son capaces de llegar a acuerdos. Los clientes, por su parte, no llegan a acuerdos porque no tienen tiempo. Hay que ganárselos en milésimas de segundo. De lo contrario, el planificador corre el riesgo de perderles de vista para siempre.
5. Los planificadores escuchan. Los buenos planificadores son básicamente personas curiosas que escuchan a los demás porque están más interesados en la sabiduría de otras personas que en la suya propia.
6. Los planificadores no tienen formato. En la planificación de medios es más importante la manera de comunicar una estrategia que la manera de presentarla. No son las cifras y los hechos lo que conquistan al cliente, sino las historias que se le cuentan. Por ello, los planificadores necesitan ser buenos a la hora de contar historias y de buscar analogías y olvidarse de las aburridas presentaciones en PowerPoint.
7. El trabajo del planificador es minimizar riesgos. El riesgo es a menudo citado con uno de los factores clave para hacer prosperar un proyecto creativo. Sin embargo, es un falso mito. El riesgo es sinónimo de inseguridad, de no tener las respuestas que dan al cliente la confianza que necesita para ver la opción más arriesgada como la opción más segura. Los clientes no tienen necesidad de asumir riesgos y los planificadores no deben tampoco imponérselos.
8. En la planificación de medios hay matices. En la planificación de medios, nada es blanco ni negro. Es una profesión de matices.

## **CONOCIMIENTOS TÉCNICOS ESPECÍFICOS:**

Se refiere a todos aquellos conocimientos ligados con los aspectos estrictamente técnicos de la nueva empresa. Ejemplos de carácter general son los aspectos técnicos de la producción de un determinado producto o la comercialización de un determinado servicio.

Por su parte, los Emprendedores también forman parte de esta tendencia y son evaluados tomando de base las habilidades específicas y competencias que se esperan de ellos:

1. La capacidad para identificar nuevos problemas y detectar oportunidades.
2. La capacidad de transferir a otros contextos los conocimientos adquiridos en un contexto diferente.
3. El convencimiento de que los conocimientos no van a parar de evolucionar y crecer indefinidamente, y que deben ser reciclados continuamente.
4. La capacidad de centrar la atención en la persecución de los objetivos que se han planteado, con la suficiente flexibilidad como para ir ajustándose y ajustándolos de acuerdo a las circunstancias.

**Conocimientos técnicos de gestión:** Se refiere a aquellos conocimientos técnicos propios de la gestión de emprendimientos, como el diseño de estrategias de gestión de recursos humanos, la gestión financiera y la operativa. Ejemplos específicos son el armado del flujo de caja o el diseño de un sistema de planeamiento y control de producción en una fábrica de alfajores artesanales.

## **FORMACIÓN EMPRESARIAL Y FORMACIÓN EMPRENDEDORA**

### **LA FUNCIÓN EMPRESARIAL**

Empezando, pues, por la definición de lo que hay que entender por empresario, lo primero que se nos ocurre es recurrir al diccionario.

Desgraciadamente lo que nos dice el Diccionario de la Real Academia, por lo menos hasta su edición de 1992, es muy poca cosa. En la voz "empresario", acepción 4ª, se lee: "Titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa". Algo más aporta la voz "emprendedor" que, dice, es "el que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas". Esta interpretación, nos traslada de la persona al espíritu que la anima, el "espíritu empresarial" o el "espíritu emprendedor"; es decir, lo que los anglosajones tienen la habilidad de expresar con la sola palabra: "entrepreneurship" y que aquí cabe traducir por "empresarialidad". En mi exposición mezclaré estas y otras expresiones, como, por ejemplo, creatividad empresarial, con idéntico significado.

Esta idea de la empresarialidad como descubrimiento, pone además de manifiesto que toda persona, cualquier persona, puede ser empresario, sin que para serlo se requiera ninguna clase de formación previa y sin que suponga para él ningún coste, en el sentido de que el descubrimiento, en sí mismo, no requiere el empleo de recursos. Sin embargo, más adelante, Kirzner, en su obra de 1989, traducida al castellano con el título "Creatividad, capitalismo y justicia distributiva", utilizando el ejemplo de Jones, atrapado en un profundo hoyo donde da la casualidad que hay una buena cantidad de tablones de madera, clavos viejos y un martillo, que le sirvieron para hacer una escalera con la que salir del apuro, distingue entre "descubrimiento" -la manera de salir del hoyo- que, efectivamente, no requiere empleo de recursos, y "producción deliberada" -la construcción de la escalera- que utiliza los recursos para explotar el descubrimiento. Y distingue también entre "búsqueda" y "descubrimiento" resultado de la búsqueda. Jones, en vez de maldecir su mala suerte y quedarse quieto en el hoyo esperando que alguien -¿el Estado providente?- viniera a sacarle de él, se dedica a hurgar dentro del hoyo, "buscando" la manera de salir. Cuando ve los tablones y herramientas, "descubre" la solución y se pone manos a la obra para "producir" la escalera que le proporciona el "beneficio" de salir al aire libre

## **LA APTITUD EMPRESARIAL**

Todo esto nos lleva a afirmar, por un lado, que el empresario nace, no se hace. Quizás en ninguna otra materia se pone más de manifiesto la verdad del viejo aforismo: "quod natura non dat, Salmantica non praestat". No es nada extraño, en efecto, que un licenciado que acude a una escuela de negocios para cursar un master en dirección de empresas, aportando un expediente lleno de sobresalientes y matrículas de honor, se vea rechazado tras la entrevista personal que sirvió para detectar que el candidato no reunía las capacidades innatas que determinan la condición de empresario. Lo cual no obsta para aceptar, por otro lado, que las capacidades o aptitudes que el empresario nato posee, son desarrollables y perfeccionables, precisamente mediante la formación empresarial.

Y ¿cuáles son las capacidades que ha de poseer el que quiera ser empresario y de qué manera estas capacidades pueden ser desarrolladas? Lo primero definirá la condición de empresario, lo segundo establecerá el método adecuado para la formación empresarial. Y ambas cosas hay que deducirlas observando lo que, en su específica condición, hace el empresario. Porque, si bien la realidad que envuelve al empresario es la misma que envuelve a todas las demás personas, ante esta única realidad, las posturas son distintas. Por un lado, la postura del científico es distinta de la postura del hombre de acción. El primero, el científico, intenta conocer la realidad para deducir leyes; su cometido es investigar para hacer progresar el saber; su formación consiste en la acumulación de saberes que pueden adquirirse tanto por la asistencia a la lección magistral como por el estudio; y la transmisión del estado a que ha llegado el saber es fácil y, en principio, no requiere la presencia del maestro.

## **COMPETENCIAS DE LA FUNCIÓN EMPRESARIAL**

Para realizar la función empresarial en la forma descrita, y hacerlo con rigor y éxito, el directivo necesita tener conocimientos, capacidades y actitudes, que no son conceptos sinónimos. Impartir **conocimientos**, desarrollar **capacidades** y fomentar **actitudes** será, pues, el objetivo de la

formación profesional que, en un entorno continuamente cambiante y en una economía globalizada, deberá ser permanente a lo largo de toda la vida profesional y adecuada a los sucesivos niveles a los que el directivo empresarial vaya accediendo.

**Los conocimientos.** - Aunque los conocimientos, por todo lo que venimos diciendo, no son lo más importante, la formación empresarial debe proporcionar la indispensable formación teórica en economía y finanzas, así como en lo que concierne a las diversas áreas del negocio, tales como, entre otras, producción, comercialización, tecnología de la información y del conocimiento, sin olvidar la teoría de la decisión en situaciones de incertidumbre.

**Las capacidades.** - Pero aquello a lo que primordialmente hay que atender son las capacidades que, debiendo ser innatas en el empresario, son desarrollables y perfeccionables. ¿Y cuáles son estas capacidades? Pues las principales, e ineludibles, son la capacidad de análisis y la de síntesis; la capacidad de comunicar y la de captar la información; la capacidad de trabajar en equipo y la de dar participación; la capacidad de negociación; la capacidad de asumir el riesgo y la de decidir con rapidez; y, sobre todo, la de asumir el liderazgo, es decir, de arrastrar a todas las personas de la empresa hacia el objetivo marcado.

Y ¿cómo se desarrollan estas capacidades sin las cuales el empresario no es verdadero empresario? La respuesta es que el único camino es la experiencia, la puesta en acto de las capacidades dichas, una y otra vez, en las nuevas o renovadas situaciones en que el empresario se halla, en el marco cada vez más cambiante, cada vez más global, cada vez más competitivo, lo cual requiere el paso del tiempo. Pero, en orden a ganar tiempo al tiempo, las instituciones educativas y, en especial, las escuelas de negocios, dedicadas a la formación empresarial, tanto al nivel master como al de los ejecutivos con mayor experiencia, han descubierto que los métodos adecuados para el más rápido desarrollo de las capacidades empresariales son

los métodos activos, en los que, al revés de lo que sucede en la tradicional lección magistral, los verdaderos protagonistas son los participantes, los cuales, bajo la simple coordinación del profesor, intervienen en régimen de actuación simulada, en orden a tomar la mejor decisión y lograr el mejor gobierno de las acciones subsiguientes. De aquí que la mayoría de las escuelas de negocios utilicen el llamado "método del caso" que consiste en la descripción de la situación de una empresa, por lo general real -aunque por discreción pueda, a veces, quedar disimulada- en un determinado momento de su historia, en vistas a discutir las decisiones a tomar y las actuaciones a intentar, sin que lo que se cuenta en el caso pueda considerarse como ilustración de la gestión, adecuada o inadecuada, de la situación descrita.

**Las actitudes.** - Si, en orden al ejercicio de la función empresarial, son importantes las capacidades, no lo son menos las actitudes que el presunto empresario tenga ante la sociedad, ante el poder, ante la empresa, ante el beneficio, ante el dinero y, sobre todo, ante el hombre; el "otro" hombre. No voy a entretenerme a glosar todos estos aspectos. Bastará decir, por un lado, que según sea la ética a la que el empresario, como persona, se sienta vinculado, será una u otra su actitud hacia las realidades enumeradas. Y, por otro lado, que entre todas estas actitudes la más importante es la que se adopte en relación con las personas que integran la empresa y aquellas que, desde el exterior de la misma, se relacionan con ellas, ya que de las diversas maneras de entender la persona nacen los distintos modelos de dirección de organizaciones, en general, y de dirección de empresas en particular.

## **LA FORMACIÓN DEL EMPRENDEDOR**

### **QUIÉN ES EL EMPRENDEDOR**

Se denomina emprendedora a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para cogerla. De hecho, en la etimología de la palabra se encuentra la voz latina *prenderé* que significa literalmente *coger* o *tomar*. Es habitual emplear este término para designar a

una «persona que crea una **empresa**» o que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa.

**Según Bojórquez (2007)**; el emprendedor es un individuo que es capaz de acometer un proyecto rechazado por la mayoría. Sabe interpretar las características reales del entorno a pesar de que no son aparentes. Es capaz de luchar ante cualquier inconveniente que se les atraviesa a su estrategia y no le teme al fracaso. Además, es capaz de crear un grupo con motivación suficiente que le da el apoyo que necesita.

Un emprendedor es alguien que "acomete" un proyecto que implica trabajo o presenta dificultades; toda persona que tenga iniciativa y decisión de llevar adelante un proyecto empresarial.

"Un proyecto empresarial: es "una operación de envergadura y complejidad notable, de carácter no repetitivo, que se acomete para realizar una obra de importancia"

**Sabino (2005)**. "El emprendedor empresarial además de haber llevado adelante el proyecto, este debe reportarles un beneficio comercial. Los proyectos militares, científicos o educativos reportan beneficios, pero no económicos sino sociales. La naturaleza del proyecto empresarial está enraizada en el mercado. Debe satisfacer una necesidad expresada por el mercado".

**Glusac (2000)**. "El emprendedor modelo tiene una gran necesidad de realización personal. Es una persona con ilusiones, llena de energía y de creatividad, tiene confianza en sí mismo, se compromete entera y totalmente. Ama los riesgos moderados y quiere ser independiente y autónomo". Estas características se encuentran en diferentes grados en cualquier emprendedor. No es que todos los individuos los posean, sin embargo, en nuestra sociedad, existe un buen número de personas que pueden convertirse en emprendedores, en una proporción semejante a la que tienen otras ciudades, esto es, alrededor del 10% de la población. Si el número de empresas

correspondiera al de las personas que tienen las características básicas de los emprendedores, habría al menos un 50% más de empresas de las que hay ahora".

## **CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR**

**Castel R. (1997)**, en su tratado de formación de emprendedores juveniles; señala que un emprendedor presenta un conjunto de atributos, que le permite emprender en dos situaciones. Una por necesidad y otra por oportunidad. El emprendedor, en ambos casos tiene la visión que otros no los han tenido para proyectar una empresa.

La definición tradicional de emprendedor versa más o menos así: Se denomina emprendedora a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para cogerla. De hecho, en la etimología de la palabra se encuentra la voz latina *prenderé* que significa literalmente coger o tomar. Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» o que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa.

La verdad es que a la pregunta ¿un emprendedor nace o se hace?, la respuesta es se hace. Cualquiera puede emprender, y hoy por hoy me atrevería a decir que todos debemos de emprender, lo que se necesita son agallas y pasión.

Las características fundamentales de un emprendedor son las siguientes:

- Pasión y visión
- Capacidad de aprendizaje
- Determinación y coraje
- Creatividad y deseo de innovación
- Persistencia
- Sentido de oportunidad
- Capacidad para trabajar en equipo

- Buena autoestima.

## **EDUCAR O FORMAR EMPRENDEDORES**

Podemos educar no formar emprendedores. No desde la teoría de empresa o de las organizaciones. Sin embargo, sí podemos promover la creatividad, estimular el sentido de autorrealización personal o aprender a convivir con incertidumbre, riesgo y fracasos, entre otras cosas.

Hace poco Didac Lee (2011), comentaba en su blog que sería conveniente que emprendedores de éxito contagiaran con su espíritu, su filosofía y su ilusión a quienes podrían serlo en un futuro próximo. Por ahí podíamos empezar, por ejemplo. Una experiencia, algo modesta, la llevamos a cabo en CREA donde nos visitan los institutos de enseñanza secundaria de la provincia y a los que una de las empresas alojadas en la incubadora les habla de su experiencia. Pero una experiencia vital, describiendo emociones, sentimientos, fracasos y éxitos, no cómo obtuvo una ayuda o cómo se constituyó en una u otra forma jurídica.

Pero, ¿qué se podría aprender en una “escuela de emprendedores”? Con el ánimo de apuntar algunas materias o habilidades os relaciono las siguientes: la identidad digital o la participación en la red para fortalecer las relaciones sociales, profesionales y económicas que establece el emprendedor. Las habilidades de comunicación interpersonal para construir y gestionar relaciones personales y profesionales. El cuidado de la salud personal, hacer deporte y buenos hábitos de vida. El idioma inglés. Sensibilización y concienciación medioambiental, y así podríamos enumerar algunas más.

Si queremos que estas “enseñanzas” se trasladen a la educación reglada sería necesario modificar la cualificación del profesorado, dirigir recursos y medios de los centros hacia esas materias y contar con un entorno favorable para poder emprender después. ¿Alguien da más?

## DESARROLLO DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

### Qué significa ser emprendedor

Un emprendedor es una persona que aprende de sus errores y sigue intentando hasta lograr consumir una idea o sueño en una realidad, y se puede ser emprendedor no solo haciendo empresa sino también trabajando dentro de esta.

En todo caso, un emprendedor irradia energía y contagia su ilusión de cada día para lograr metas y generar compromiso con quienes lo rodean desempeñándose como líder en su grupo. Pues bien podemos concluir diciendo que es emprendedor el niño que vende limonadas en una esquina.

### Características de la persona emprendedora

- **Necesidad de Logro.** - Característica relacionada con aquellas personas que son responsables de la resolución de problemas, marcar objetivos y alcanzarlos por su propio esfuerzo. Estas personas también tienen la necesidad de saber cuán bien están haciendo las tareas (retroalimentación), alto rango de pensamiento y no trabajan sólo por dinero.
- **Propensión a Tomar Riesgos. McClelland (1998).** Característica relacionada con aquellas personas que toman decisiones bajo situaciones de incertidumbre.
- **Tolerancia a la ambigüedad. Mitton (1989).** Característica relacionada con aquellas personas que encuentran las situaciones ambiguas como retadoras y las administran con la intención de tener un resultado favorable transformando la situación desconocida y manejando la incertidumbre.
- **Confianza en sí mismo.** - Característica relacionada con aquellas personas que creen que son capaces de alcanzar los objetivos que se plantean.

**Competencias emprendedoras: García R. (2001).** Las competencias emprendedoras son los conocimientos, capacidades, experiencias adquiridas, información recibida por diferentes medios, las cuales necesitas para proyectar una empresa de éxito. Estas habilidades requieren de un proceso de entrenamiento y adquisición de conocimientos, que, aplicándolos de manera continua, van mejorando y te permiten fortalecer tus competencias. Esto requiere por sobre todo de una actitud positiva hacia el cambio. El secreto es optimizar tu tiempo aprendiendo nuevas habilidades, y perfeccionando aquellas con las que te sientes identificado, serán tus mayores fortalezas.

**Capacidades emprendedoras: Vega H. (2009).** Son aquellas potencialidades que permite a las personas, identificar oportunidades de negocios, crear, organizar y desarrollar proyectos innovadores y viables. Estas se cimentan en la interrelación de procesos cognitivos, socio afectivos y motores.

**Barbier, Jean Marie; (1999).** Las capacidades, "En el mundo de la formación, la noción principal es la de capacidad. La formación opera como una transformación de capacidades, como una progresión de las mismas y allí, la hipótesis es la de la transferencia. Se piensa que la persona formada va a utilizar, en situación real, lo que aprendió durante la formación".

**Por su parte Herruzo E. (2005),** señala que es la capacidad para desarrollar la actitud emprendedora en base a conocimientos específicos que capaciten para la acción de emprender (de mercado laboral, salidas profesionales, aspectos competitivos, ayudas, requisitos, legislación, etc.).

**Actitudes emprendedoras: Ochoa R. (2013),** plantea que las actitudes emprendedoras, son formas de comportamiento o una manera de actuar de las personas, que se caracteriza por la posesión y manejo de ciertas condiciones que motivan a los demás a apoyar su causa, a correr riesgos y perseverar, hasta lograr el objetivo deseado. Para llegar a ser emprendedor se

debe transformar los hábitos y costumbres de fatalismo, autoestima negativa y actitudes anti emprendedoras, por el optimismo, elevada autoestima.

**Por su parte, Canduelas V. (2005)**, indica que son formas de comportamiento o una manera de actuar de las personas, que se caracteriza por la posesión y manejo de ciertas condiciones que motivan a los demás a apoyar su causa, a correr riesgos y perseverar, hasta lograr el objetivo deseado. Para llegar a ser emprendedor(a) se debe transformar los hábitos y costumbres de fatalismo, autoestima negativa y actitudes anti-emprendedoras, por el optimismo, elevada autoestima y actitudes emprendedoras como: “tengo muchas ganas de crecer y alcanzar el éxito” o “los problemas son oportunidades para mí”.

**El espíritu emprendedor: Según Pellicer C. (2013)**; Hablamos de un concepto multidimensional, que incluye valores personales, tales como la creatividad, la disposición positiva para la innovación y el cambio, la confianza en uno mismo, la motivación de logro, el liderazgo, la aceptación del fracaso como fuente de experiencia, y las actitudes de cooperación y de trabajo en equipo. Psicólogos, sociólogos y economistas han pretendido dar una respuesta a esta pregunta y han descubierto que los emprendedores comparten con frecuencia ciertos rasgos psicológicos y que los motivan aspectos similares, pero, por su propia naturaleza resulta difícil clasificar y generalizar. Parece existir cierto consenso en que los alumnos más emprendedores cumplen con las siguientes características: necesidad de logro, constancia, confianza en sí mismos y liderazgo.

**Por su parte Agulló (2010)**, señala que el espíritu emprendedor (o emprendedurismo) es el mejor modo de enfrentar la incertidumbre de un entorno cambiante, pues aporta innovación, creatividad e iniciativa al mercado, debido a que el mundo se encuentra en continuo cambio, y esa modificación constante de las “reglas del juego” hace necesario que “los jugadores” sean capaces de reinventarse; por lo que el emprendedor es aquel que cuenta con las capacidades precisas para llevar a cabo esa reinención.

## **5.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **JUSTIFICACION METODOLOGICA**

La importancia que tiene el presente estudio; es que se asume el compromiso de efectuar una investigación de tipo experimental (Pre experimental), que tuvo que ver con el problema relacionado a la falta de competencias emprendedoras, considerado como problema de estudio que se caracterizó por ser significativo y viable. Ya que la institución educativa no contaba con las capacitaciones y motivaciones correspondientes.

Los resultados del informe que fueron expuestos; servirán de marco de referencia para futuras investigaciones como fuente de consulta sobre el tema de estudiantes de psicología, psicólogos, pedagogos y cualquier persona interesada en el tema.

### **JUSTIFICACION SOCIAL**

Toda investigación de carácter social, presenta su justificación y opinión social basada a la adaptación y opinión pública, ya que toda investigación está sujeto al problema de la investigación para poder hacer la mejora ya que es de acuerdo a la opinión pública, que las capacidades emprendedoras requieren de un aliciente de ayuda a los estudiantes para motivar su capacidad empresarial.

### **JUSTIFICACION CIENTIFICA**

Toda investigación de carácter científica, presenta su justificación respondiendo a las interrogantes del ¿por qué? y el ¿para qué?; Respondiendo a la primera, se considera que la investigación se proyecta frente a la presencia de problemas referidos a la falta de formación en competencias y capacidades emprendedoras que muestran la gran mayoría de estudiantes para poder iniciarse en la actividad empresarial y responder

en las mejores condiciones a las expectativas y demandas personales, familia y de la comunidad.

### **JUSTIFICACION PRÁCTICA**

Desde el nivel práctico; esta investigación permitió manipular la variable independiente (Programa Formativo Innovador), a través de sus dimensiones de motivador, estructural, temático y metodológico; para determinar efectos en la variable de competencias emprendedoras, hecho que permitió desarrollar conocimientos, actitudes, espíritu y cultura emprendedora.

### **JUSTIFICACION TEORICA**

Por otro lado, la investigación se justificó a nivel teórico, toda vez que por las propias características e implicancias de las variables de estudio correspondiente al programa innovador de formación y las capacidades emprendedoras correspondieron su estudio al campo de la Psicología, como disciplina científica que trata sobre la conducta del hombre.

## **5.3. PROBLEMA**

¿Cómo es un programa de formación innovadora y cuáles son las competencias emprendedoras de los estudiantes del 5° C de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR” de Huaraz en el 2017?

## **5.4 MARCO REFERENCIAL**

### **5.4.1. MARCO CONCEPTUAL**

**Programa innovador de formación:**

**Gutiérrez Cruz E. (2009)**, Es un programa formativo en competencias y capacidades que es considerado como novedoso por ser nuevo y de aplicación reciente que surge para solucionar problemas de formación y/o capacitación.

#### **Competencias emprendedoras:**

**Saravia Vergara E. (2014)**, Las competencias emprendedoras; son aquellas condiciones que permiten a los sujetos desarrollar un proyecto emprendedor con el que generan crecimiento económico y cohesión social, configurándose de esta manera un social integrado.

#### **5.4.2. Operacionalización de las variables:**

##### **Ideas de Negocios:**

**Organización Internacional del Trabajo. (1999)**. Es una descripción corta y precisa de las operaciones básicas de un negocio que se piensa abrir. Un buen negocio empieza con una buena idea de negocios. Antes de que usted pueda empezar un buen negocio, es necesario tener una idea clara de la clase de negocio que desea operar.

##### **Plan de Negocio:**

**Velasco, F. (2007)**. Es una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como punto de partida para un desarrollo empresarial. Lo realiza por escrito una persona emprendedora y en él plasma sus ideas, el modo de llevarlas a cabo e indica los objetivos que alcanzar y las estrategias que utilizar. Consiste en redactar, con método y orden, los pensamientos que tiene en la cabeza. Mediante el plan de negocio se evalúa la calidad del negocio en sí. En el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al incidir sobre ésta de una determinada manera, se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha. (p.11)

### **Conocimientos Técnicos Específicos:**

**Grosso C. (2014).** Hace referencia a aquel conjunto de habilidades prácticas e instrumentales que permiten la transformación de los conocimientos científicos en acciones que permitan solucionar determinadas necesidades. Este tipo de conocimiento puede ser transmitido de una generación a otra mediante el uso de la palabra oral o escrita, y se desarrolla en las personas mediante el estudio, la repetición y la práctica. Generalmente es adquirido a través del modelado de personas con el dominio técnico.

### **Implementación:**

**Ucha F. (2012).** Permite expresar la acción de poner en práctica, medidas y métodos, entre otros, para concretar alguna actividad, plan, o misión, en otras alternativas.

### **Producción:**

**Ucha F. (2009).** Es muy utilizado a instancias de nuestra lengua y se lo usa para referir diversas cuestiones en diferentes contextos. En todos los sentidos de su uso está estrechamente vinculado con la acción de desarrollar y fabricar algo, ya sea nuevo o algo ya hecho pero que es necesario seguir generando por la demanda que ostenta.

### **Conocimientos de Gestión:**

**Fuentes B. (2010).** Es un concepto aplicado en las organizaciones. Tiene el fin de transferir el conocimiento desde el lugar donde se genera hasta el lugar en dónde se va a emplear, e implica el desarrollo de las competencias necesarias al interior de las organizaciones para compartirlo y utilizarlo entre sus miembros, así como para valorarlo y asimilarlo si se encuentra en el exterior de éstas.

### **Diseño de Estrategias:**

**Aramayo A. (2005).** No es otra cosa que el conjunto de orientaciones, metas y medios que se identifican con la finalidad de definir un derrotero a la empresa. Es como un gran paraguas bajo el cual se establecen todas las acciones, tácticas y operativas, de aquella. Es el marco de referencia que delimita el campo de acción corporativo y que permite integrar las actividades y propósitos de las diversas áreas de la empresa y del personal, en particular, al señalarle los alcances, limitaciones y prioridades del qué hacer empresarial y su incidencia en las actividades de cada uno.

#### **Gestión Financiera:**

**Nunes P. (2016).** Es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, hallada en cualquier organización, compitiéndole los análisis, decisiones y acciones relacionadas con los medios financieros necesarios a la actividad de dicha organización. Así, la función financiera integra todas las tareas relacionadas con el logro, utilización y control de recursos financieros.

#### **Capacidades emprendedoras:**

**Silva Guerra, H. (2008),** Son aquellas potencialidades que permite a las personas, identificar oportunidades de negocios, crear, organizar y desarrollar proyectos innovadores y viables. Estas se cimentan en la interrelación de procesos cognitivos, socio afectivos y motores.

#### **Pensamiento Creativo:**

**García Calvo, I. (2017).** Puede definirse como la capacidad de tomar caminos alternativos a nivel cognitivo. Poner en marcha el pensamiento creativo implica potenciar lo que los expertos denominan pensamiento lateral o divergente (el famoso “think outside the box“), es decir, abandonar las ideas preconcebidas. El pensamiento creativo destaca por su carácter rompedor y original. Esta faceta nos permite

innovar, huyendo de la lógica, para afrontar retos de manera distinta y salir de la rutina.

### **Pensamiento Resolutivo:**

**Bembibre C. (2012).** El término resolutivo es un adjetivo de tipo calificativo que se utiliza para hacer referencia a un tipo de acción o de personalidad, de carácter que permite que las cosas se resuelvan fácil y rápidamente. Usualmente, el término se usa para describir a una persona aunque también puede utilizarse para designar a un objeto como algún implemento tecnológico o quizás un medicamento, en otras palabras, para cualquier elemento que tenga como objetivo resolver situaciones problemáticas.

### **Actitudes emprendedoras:**

Rodríguez Ramírez, (2009), Es una forma de comportamiento o una manera de actuar de las personas, que se caracterizan por la posesión y manejo de ciertas condiciones que motivan a los demás a apoyar su causa, a correr riesgos y perseverar, hasta lograr el objetivo deseado.

### **Confianza:**

**Bembibre C. (2010).** Es una cualidad de los seres vivos que supone creer y tener seguridad de que una situación es de determinada manera, o que una persona actuará de determinada forma. La confianza supone seguridad en uno mismo como en otros ya que implica la creencia de que ciertos resultados o consecuencias serán alcanzados en determinadas situaciones. La confianza se relaciona entonces con un sentimiento que pone sus miras en una acción futura que todavía no ha sucedido y sobre la cual no se tiene una certeza empírica.

### **Voluntad:**

**Ucha F. (2010).** Es uno de los rasgos psicológicos de los seres humanos, que en buena medida convendrá en determinar sus acciones, no solamente conociéndolas sino también dirigiéndose intencionalmente hacia el fin que cada cual se proponga. Básicamente es la facultad que disponemos las personas de hacer o no algo.

#### **Espíritu Emprendedor:**

**Riquelme M. (2018).** Es la capacidad que posee una persona para desarrollar sus ideas y llevarlas a la realidad, en busca de mejores condiciones.

Es una peculiaridad inherente al ser humano, que le brinda cualidades y habilidades especiales como; poder de decisión, confianza en sí mismo, autocrítica y autocontrol, humildad, audacia, disposición a enfrentar riesgos, tenacidad para levantarse hasta lograr sus fines, pasión por lo que se hace, positivismo para hacer frente a los problemas, ver el lado bueno de las situaciones y aprender de las malas situaciones, responsabilidad, creatividad, voluntad para todo lo que se propone convertirlo en realidad y otras muchas características que hacen del emprendedor una persona activa y resolutiva frente a las circunstancias que le rodea.

#### **Necesidad de Logro:**

**Kumari (1996).** Es la necesidad psicológica de tener éxito, ya sea en la escuela, en el trabajo o en cualquier otro ámbito de la vida. Aunque el concepto de motivación de logro ha sido muy estudiado, en años recientes se ha revitalizado el concepto, demostrando que la motivación de logro es más compleja de lo que originalmente se pensaba. Los primeros trabajos formales sobre motivación de logro, la retrataban como una fuerza psicológica uniformemente positiva, la motivación que le permitió a mucha gente lograr su sueño financiero y de éxito ocupacional. Más recientemente, ha quedado claro que cada

persona tiene diferentes definiciones de “éxito”, así como motivos distintos para querer lograr su versión de éxito.

### **Liderazgo:**

**Builes J. (2016).** Es el conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser o actuar de las personas o en un grupo de trabajo determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo hacia el logro de sus metas y objetivos.<sup>1</sup> También se entiende como la capacidad de delegar, tomar la iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar un proyecto, de forma eficaz y eficiente, sea éste personal, gerencial o institucional (dentro del proceso administrativo de la organización).

### **Programa:**

**Gutiérrez Cruz, E. (2009),** Instrumento rector derivado de la planificación institucional, destinado al cumplimiento de las funciones de una organización, por el cual se establece el orden de actuación, así como los objetivos o metas, cuantificables o no (en términos de un resultado final), que se cumplirán a través de la integración de un conjunto de esfuerzos y para lo cual se requiere combinar recursos humanos, tecnológicos, materiales y financieros; especifica tiempos y espacio en los que se va a desarrollar y atribuye responsabilidad a una o varias unidades ejecutoras debidamente coordinadas.

### **Innovador:**

**Rivas, M. (2005).** Es alguien capaz de generar una idea, tener un pensamiento que aporta, como indica el adjetivo, algo nuevo, una manera novedosa de hacer o plantear las cosas, por ejemplo, proponer que se puede dar un servicio a muy bajo coste o incluso gratuito, porque existen otros clientes, en otra vertiente del mercado, que indirectamente lo van a pagar.

### **Contenido temático:**

**Alonso, S. (1991)**, Es el conjunto de temas o contenidos considerados para el desarrollo de un programa, ciclo de capacitación, de un plan de estudios o elementos de syllabus con los temas y subtemas a desarrollarse durante una jornada de trabajo.

## MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM
<b>FORMACIÓN INNOVADOR</b>	<b>Gutiérrez Cruz E. (2009)</b> , Es un programa formativo en competencias y capacidades que es considerado como novedoso por ser nuevo y de aplicación reciente que surge para solucionar problemas de formación y/o capacitación.	Es el conjunto de secuencias previamente establecidas en función a objetivos y metas predeterminadas que se orientan a promover cambios de conducta y comportamiento en los participantes; para que a su vez se conviertan en potenciales indicadores de cambios para conseguir otros fines.	Planificación de negocios	Ideas de negocios	¿Qué entiendes por idea de negocio?
				Plan de negocio	¿Para ti que es un plan de negocio?
			Conocimientos técnicos específicos	Implementación	¿Cómo consideras tú la implementación de recursos?
				Producción	¿En qué consiste la producción?
			Conocimientos de gestión	Diseño de estrategias	¿Qué diseños de estrategia utilizas para tener una buena planificación?
				Gestión financiera	¿Cuál es el financiamiento adecuado para tu negocio?
		Son los conocimientos, capacidades, experiencias		Pensamiento creativo	¿Por qué crees que la originalidad es importante en el pensamiento para el desarrollo del programa?

<b>COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS</b>	<b>Saravia Vergara E. (2014)</b> , Las competencias emprendedoras; son aquellas condiciones que permiten a los sujetos desarrollar un proyecto emprendedor con el que generan crecimiento económico y cohesión social, configurándose de esta manera un social integrado.	adquiridas, información recibida por diferentes medios, las cuales necesitas para proyectar una empresa de éxito. Estas habilidades requieren de un proceso de entrenamiento y adquisición de conocimientos, que, aplicándolos de manera continua, van mejorando y te permiten fortalecer tus competencias. Esto requiere por sobre todo de una actitud positiva hacia el cambio. El secreto es optimizar tu tiempo aprendiendo nuevas habilidades, y perfeccionando aquellas con las que te sientes identificado, serán tus mayores fortalezas.	Capacidades emprendedoras	Pensamiento resolutivo	¿Qué entiendes por visión prospectiva?
			Actitud emprendedora	Confianza	¿Cuándo desarrollas una idea ¿Cómo motivas a los demás para que apoyen?
				Voluntad	La voluntad para revertir los fracasos y convertirlos en triunfos
			Espíritu emprendedor	Necesidad de logro	¿Cómo puede superar las limitaciones que dificultan el logro de tus metas y objetivos emprendedores?
				Liderazgo	Si tú eres el líder como diriges tu equipo

--	--	--	--	--	--

## **5.5. HIPÓTESIS**

### **5.5.1. HIPÓTESIS GENERAL**

Un programa de formación innovadora prescribe significativamente en las competencias emprendedoras de los estudiantes del 5° C de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR” de Huaraz en el 2017

## **5.6. OBJETIVOS**

### **5.6.1. OBJETIVO GENERAL**

Analizar y determinar de qué manera un programa de formación innovadora, prescribe en las competencias emprendedoras de los estudiantes del 5° C de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR” de Huaraz en el 2017.

### **5.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

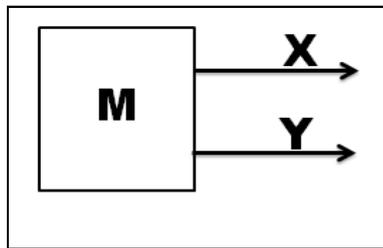
- Determinar los contenidos de planificación de negocios del programa innovativo de formación para mejorar las capacidades de emprendimiento de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR “de Huaraz en el 2017.
- Determinar los contenidos técnicos específicos del Programa Innovador para promover la formación de las actitudes emprendedoras de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR” de Huaraz en el 2017.
- Determinar los contenidos técnicos de gestión del programa innovador para formar el espíritu emprendedor de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR” de Huaraz en el 2017.

## 6. METODOLOGIA

### 6.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación tuvo un enfoque cuantitativo, descriptivo, de tipo no experimental, de campo y transversal.

El diseño de investigación se representó en la siguiente figura



Dónde:

M: Muestra

X: Programa de Formación innovadora

Y: Competencias emprendedoras

### 6.2. POBLACION - MUESTRA

#### POBLACIÓN

La población de la investigación estuvo conformada por la totalidad de estudiantes del 5° de secundaria de la I.E. "SIMON BOLIVAR", que en total son 180 estudiantes entre varones y mujeres.

#### Cuadro N° 1

### Distribución de la población del estudio según secciones y sexo

SECCIÓN	VARONES	MUJERES	TOTAL DE ALUMNOS
A	16	13	29
B	15	16	31
C	16	14	30
D	14	16	30
E	13	15	28
F	14	18	32
TOTAL	88	92	180

Fuente: nóminas de matrícula de la I.E. "SIMON BOLIVAR" 2017.

### MUESTRA DE ESTUDIO

Mediante un muestreo no probabilístico; se determinó la muestra de estudio conformada por los 30 estudiantes de la sección: "C" del 5° de secundaria de la I.E. "SIMON BOLIVAR" Huaraz.

La técnica de muestreo correspondió al no probabilístico, optándose por el muestreo intencionado en función a las facilidades obtenidas en la sección del 5° "C" secundaria de la I.E." SIMON BOLIVAR" Huaraz.

### Cuadro N° 2

### Distribución de la población del estudio según secciones y sexo

SECCION	VARONES	MUJERES	TOTAL
"C"	16	14	30
TOTALES	16	14	30

Fuente: nóminas de matrícula de la I.E. "SIMON BOLIVAR" 2017.

### **6.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Para el presente estudio de investigación, se utilizó como técnica la encuesta; y como instrumento de investigación el cuestionario. La encuesta como técnica fue estructurado según las dimensiones e indicadores de cada variable de estudio; el mismo que fue validado por el juicio de expertos (tres).

### **6.4. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACION**

Para el procesamiento de datos de la presente investigación se siguió el procedimiento siguiente:

- La recolección de datos se hizo mediante encuesta realizadas por el investigador.
- Se procesó la información utilizando el paquete estadístico Statistical Package for Social Science (SPSS) versión 21.00 para Windows.

## 7. RESULTADOS

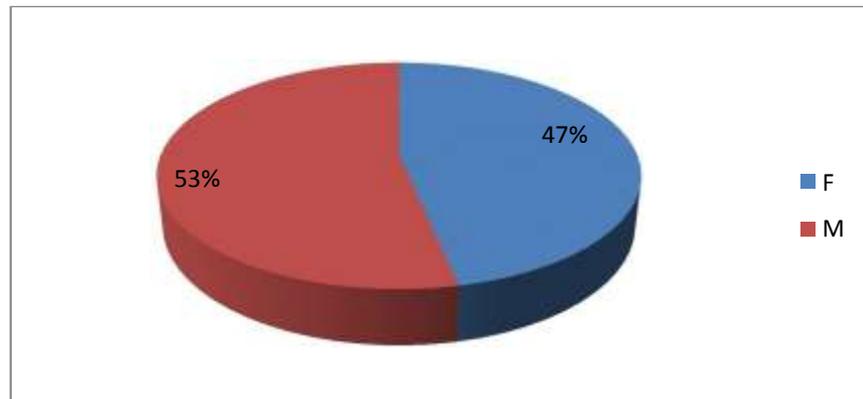
**TABLA**

**Genero**

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
F	14	46,70 %	46,70 %	46,70 %
M	16	53,30 %	53,30 %	100,00 %
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>	

Fuente: Cuestionario

**FIGURA**



Fuente: Cuestionario

**Interpretación:**

El 53% de los estudiantes encuestados, son de sexo masculino; y el 47% son del sexo femenino.

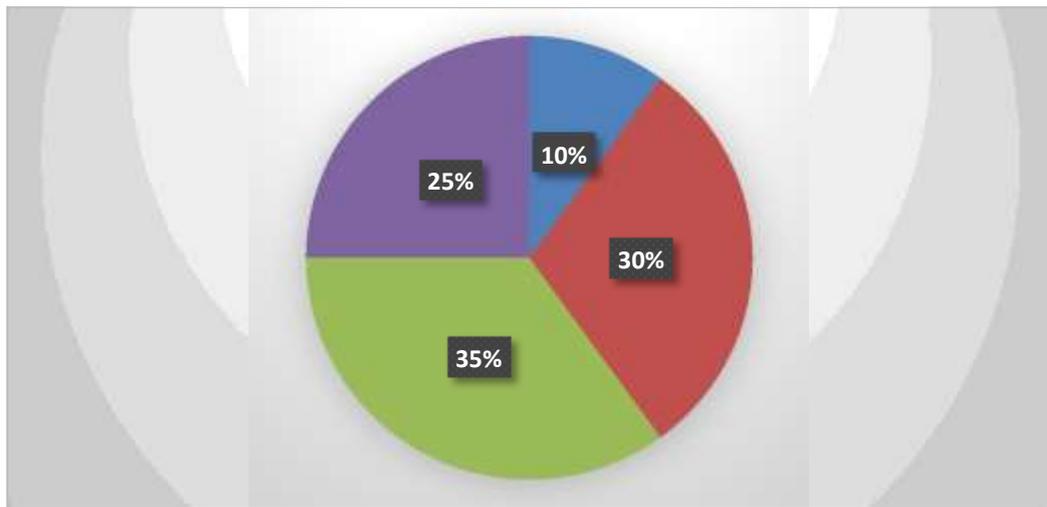
**TABLA N° 01**

*¿Qué entiendes por idea de negocio?*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Es tener una tienda	4	10,00 %	10,00 %	10,00 %
Tener ideas nuevas sobre el negocio	9	30.00%	30.00%	40.00%
Conocimiento empírico para establecer un negocio	10	35.00%	35.00%	75.00%
Proceso de planeación para crear un negocio	7	25.00%	25.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>	

Fuente: Cuestionario

**FIGURA N° 01**



Fuente: Cuestionario

**Interpretación:** Observamos que un 35% tienen un conocimiento empírico para establecer un negocio; un 30% tienen ideas nuevas sobre el negocio, un 25% saben del proceso de planeación para crear un negocio y finalmente un 10% dice que es tener una tienda.

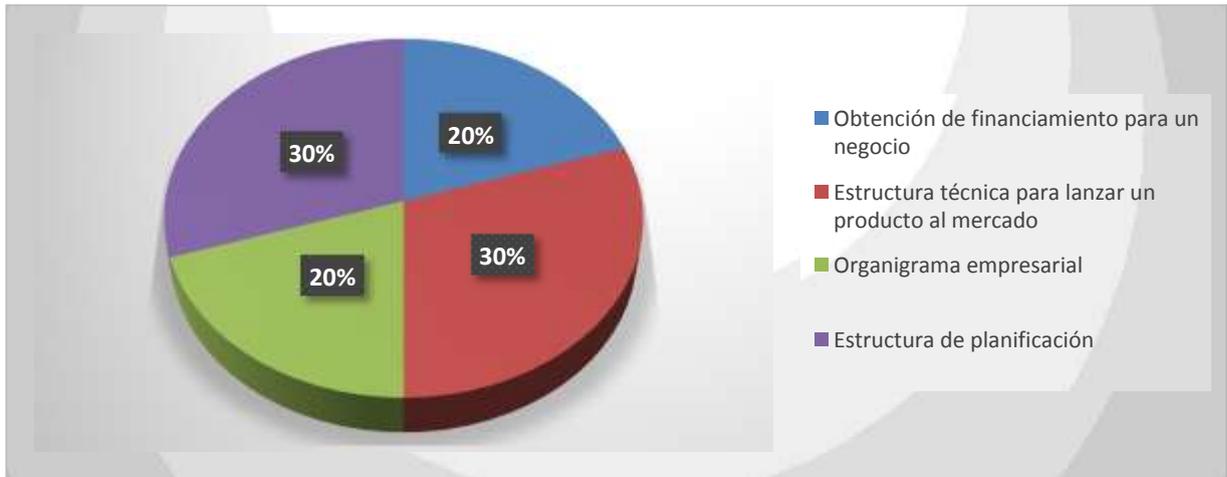
**TABLA N° 02**

¿Para ti que es un plan de negocio?

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Obtención de financiamiento para un negocio	6	20,00 %	20,00 %	20,00 %
Estructura técnica para lanzar un producto al mercado	9	30.00%	30.00%	50.00%
Organigrama empresarial	6	20.00%	20.00%	70.00%
Estructura de planificación	9	30.00%	30.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>	

Fuente: Cuestionario

**FIGURA N° 02**



Fuente: Cuestionario

**Interpretación:** Observamos que un 30% consideran un plan de negocios, que son estructuras tanto de planificación como técnicas para lanzar un producto al mercado; y finalmente un 20% consideran que es un organigrama empresarial y es la obtención de financiamiento para un negocio.

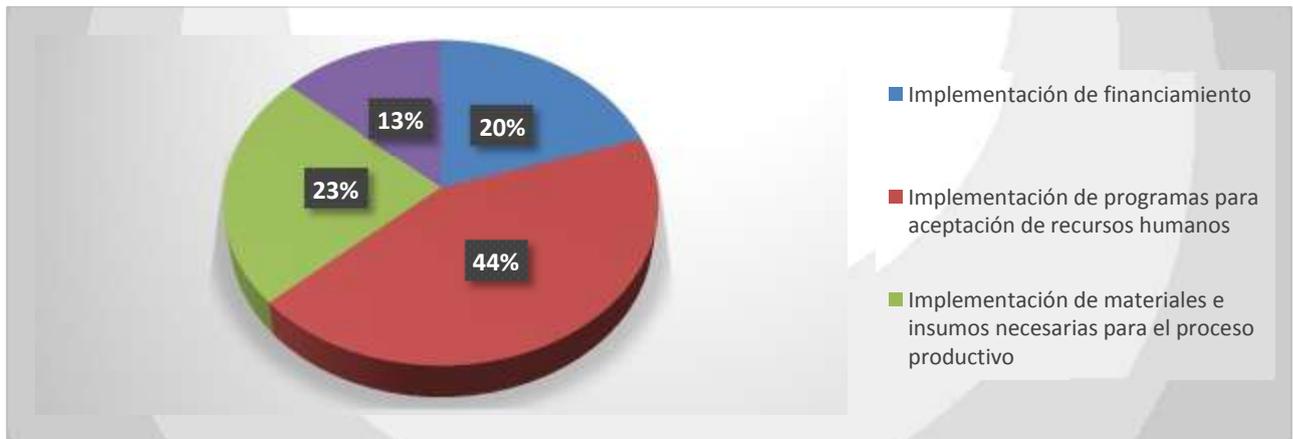
**TABLA N° 03**

*¿Cómo consideras tú la implementación de recursos?*

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Implementación de financiamiento	6	16,00 %	16,00 %	16,00 %
Implementación de programas para aceptación de recursos humanos	13	48.00%	48.00%	64.00%
Implementación de materiales e insumos necesarias para el proceso productivo	7	26.00%	26.00%	90.00%
Implementación de stock para la empresa	4	10.00%	10.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>	

Fuente: Cuestionario

**FIGURA N° 03**



Fuente: Cuestionario

**Interpretación:** Observamos que un 48% indica que la implementación de recursos, es la implementación de programas para aceptación de RR.HH; el 26% indica que son materiales e insumos para el proceso productivo; el 16% indica que es para financiamiento; y finalmente un 10% indica que es el stock para la empresa.

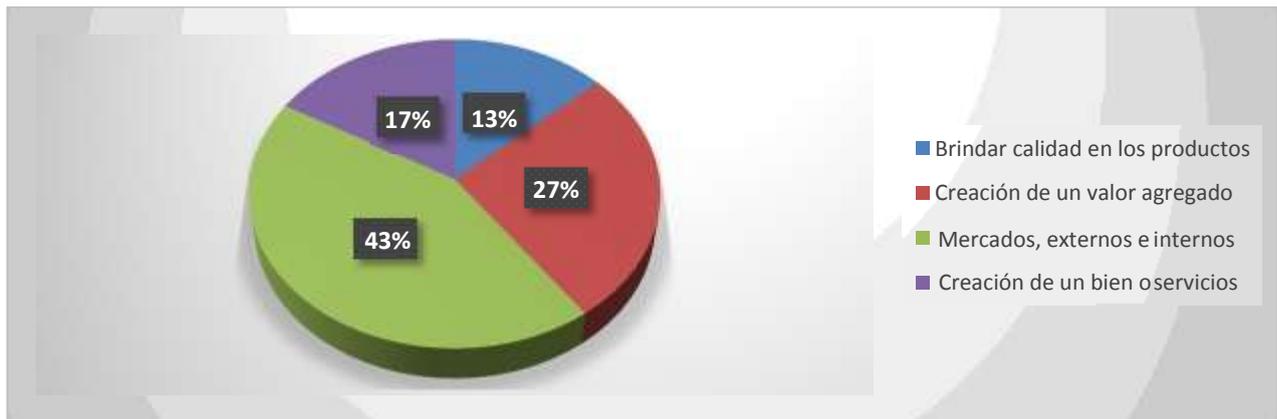
**TABLA N° 04**

*¿En qué consiste la producción?*

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Brindar calidad en los productos	4	10,00 %	10,00 %	10,00 %
Creación de un valor agregado	8	30.00%	30.00%	40.00%
Mercados, externos e internos	13	45.00%	45.00%	85.00%
Creación de un bien o servicios	5	15.00%	15.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>	

Fuente: Cuestionario

**FIGURA N° 04**



Fuente: Cuestionario

**Interpretación:** Observamos que un 45% indica que la producción son mercados externos e internos; el 30% indica que es la creación de un valor agregado; el 15% indica que es la creación de un bien o servicio; y finalmente el 10% cree que es brindar calidad en los productos.

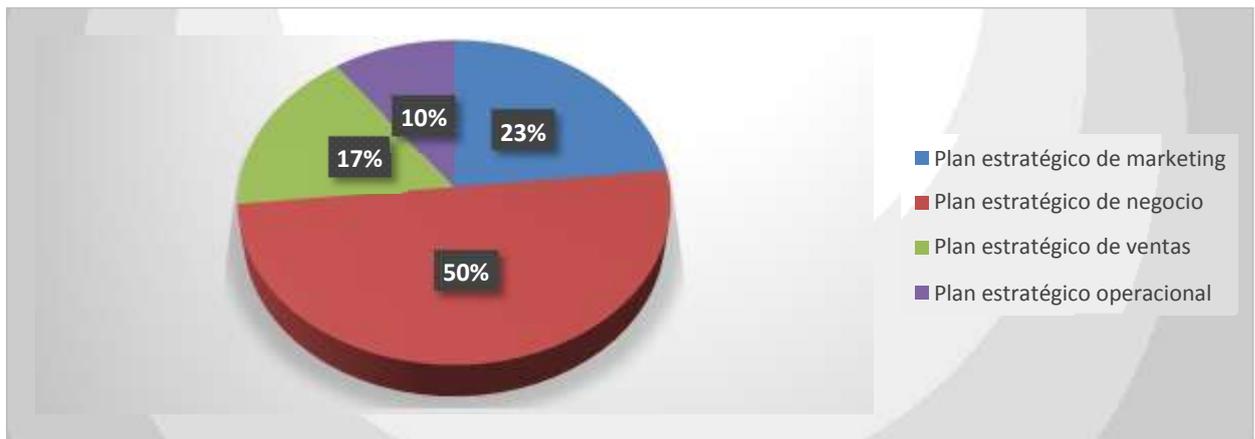
**TABLA N° 05**

*¿Qué diseños de estrategia utilizas para tener una buena planificación?*

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Plan estratégico de marketing	7	25,00 %	25,00 %	25,00 %
Plan estratégico de negocio	15	55.00%	55.00%	80.00%
Plan estratégico de ventas	5	15.00%	15.00%	95.00%
Plan estratégico operacional	3	5.00%	5.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>	

Fuente: Cuestionario

**FIGURA N° 05**



Fuente: Cuestionario

**Interpretación:** Observamos que el 55% utiliza planes estratégicos de negocios, como diseños de estrategia para tener una buena planificación; el 25% utiliza planes estratégicos de marketing; el 15% utiliza planes estratégicos de ventas; y finalmente el 5% utiliza planes estratégicos.

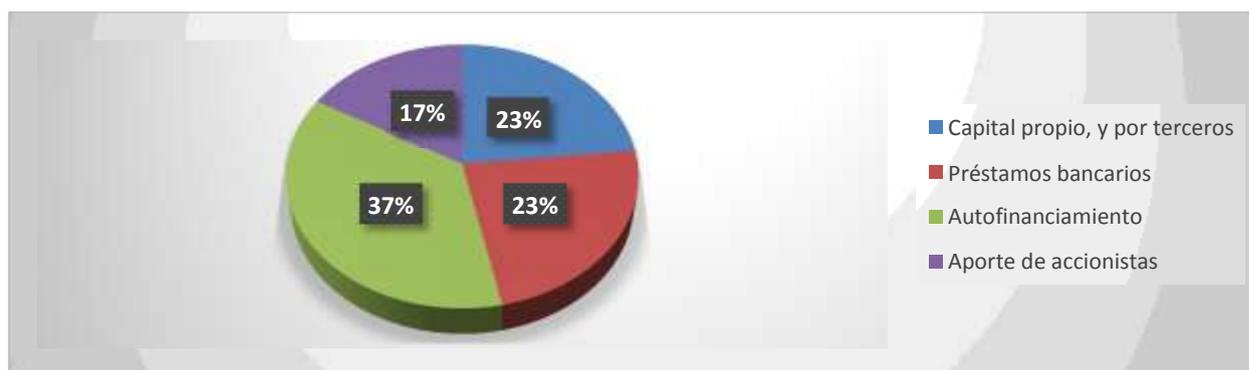
**TABLA N° 06**

*¿Cuál es el financiamiento adecuado para tu negocio?*

ALTERANATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Capital propio, y por terceros	7	25,00 %	25,00 %	25,00 %
Préstamos bancarios	7	25.00%	25.00%	50.00%
Autofinanciamiento	11	35.00%	35.00%	85.00%
Aporte de accionistas	5	15.00%	15.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>	

Fuente: Cuestionario

**FIGURA N° 06**



Fuente: Cuestionario

**Interpretación:** El 35% indica que el autofinanciamiento, es el financiamiento adecuado para su negocio; el 25% cree que es el capital propio y de terceros; el 25% cree que es préstamos bancarios; y, finalmente un 15% cree que el aporte de los accionistas.

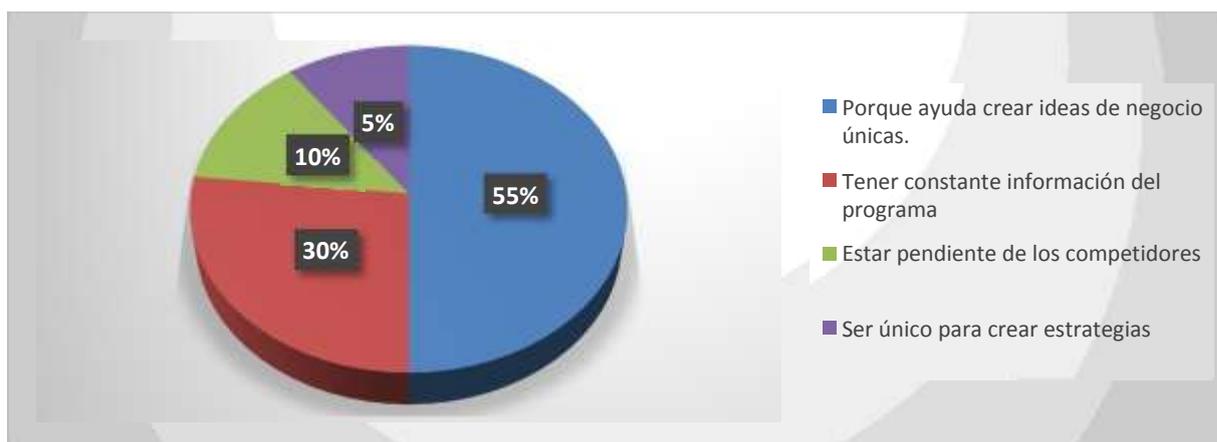
**TABLA N° 07**

*¿Por qué crees que la originalidad es importante en el pensamiento para el desarrollo del programa?*

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Porque ayuda crear ideas de negocio únicas.	15	55,00 %	55,00 %	55,00 %
Tener constante información del programa	8	30.00%	30.00%	85.00%
Estar pendiente de los competidores	4	10.00%	10.00%	95.00%
Ser único para crear estrategias	3	5.00%	5.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>	

Fuente: Cuestionario

**FIGURA N° 07**



Fuente: Cuestionario

**Interpretación:** Observamos que el 55% considera, *la originalidad es importante en el pensamiento para el desarrollo del programa, porque ayuda a crear ideas de negocios únicas*; el 30% a tener constante información del programa; el 10% a estar pendiente de los competidores; y finalmente un 5% a ser único para crear estrategias.

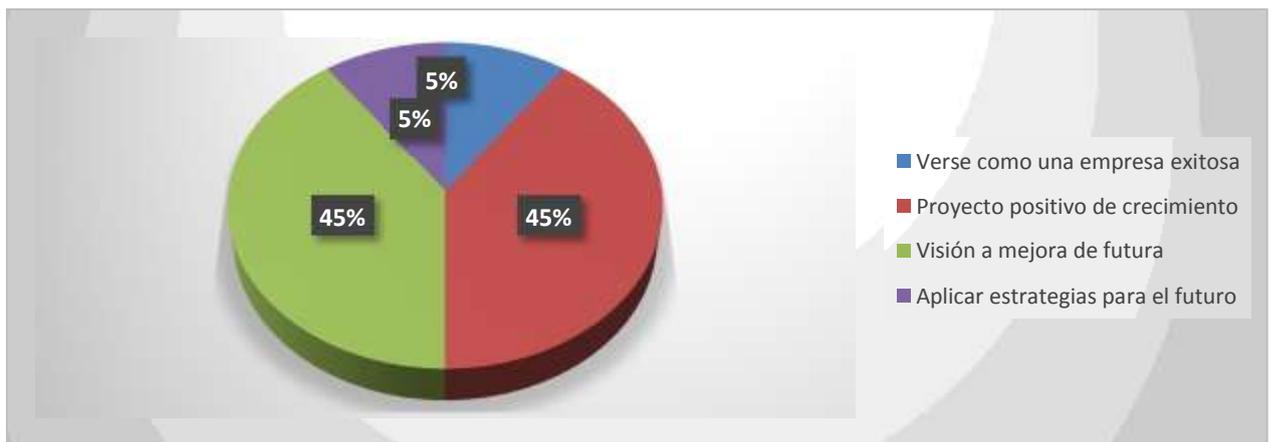
**TABLA N° 08**

*¿Qué entiendes por visión prospectiva?*

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Verse como una empresa exitosa	3	5,00 %	5,00 %	5,00 %
Proyecto positivo de crecimiento	12	45.00%	45.00%	50.00%
Visión a mejora de futura	12	45.00%	45.00%	95.00%
Aplicar estrategias para el futuro	3	5.00%	5.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>	

Fuente: Cuestionario

**FIGURA N° 08**



Fuente: Cuestionario

**Interpretación:** El 45% consideran como visión prospectiva, el proyecto positivo de crecimiento y la visión a mejora de futuro, respectivamente; y finalmente un 5% lo consideran verse como una empresa exitosa y aplicar estrategias para el futuro respectivamente.

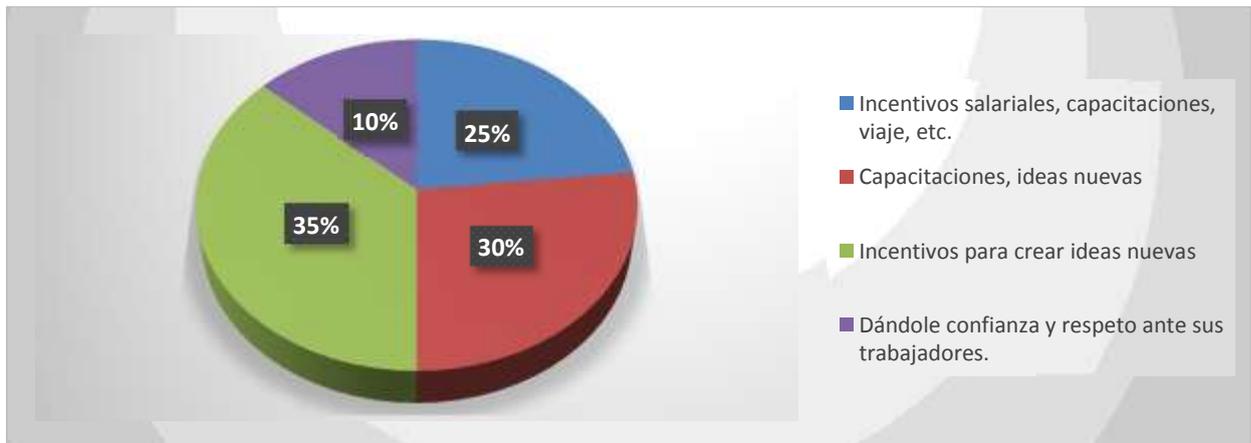
**TABLA N° 09**

*Cuando desarrollas una idea ¿Cómo motivas a los demás para que apoyen?*

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Incentivos salariales, capacitaciones, viaje, etc.	7	25,00 %	25,00 %	25,00 %
Capacitaciones, ideas nuevas	8	30.00%	30.00%	55.00%
Incentivos para crear ideas nuevas	11	35.00%	35.00%	90.00%
Dándole confianza y respeto ante sus trabajadores.	4	10.00%	10.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>	

Fuente: Cuestionario

**FIGURA N° 09**



Fuente: Cuestionario

**Interpretación:** Observamos que el 35%, cuando desarrollan una idea de negocio, consideran los incentivos para crear ideas nuevas, cuando motivan a los demás para que apoyen; el 30% a las capacitaciones e ideas nuevas; el 25% incentivos salariales, viajes, etc.; y finalmente un 10% dándole confianza y respeto ante sus trabajadores.

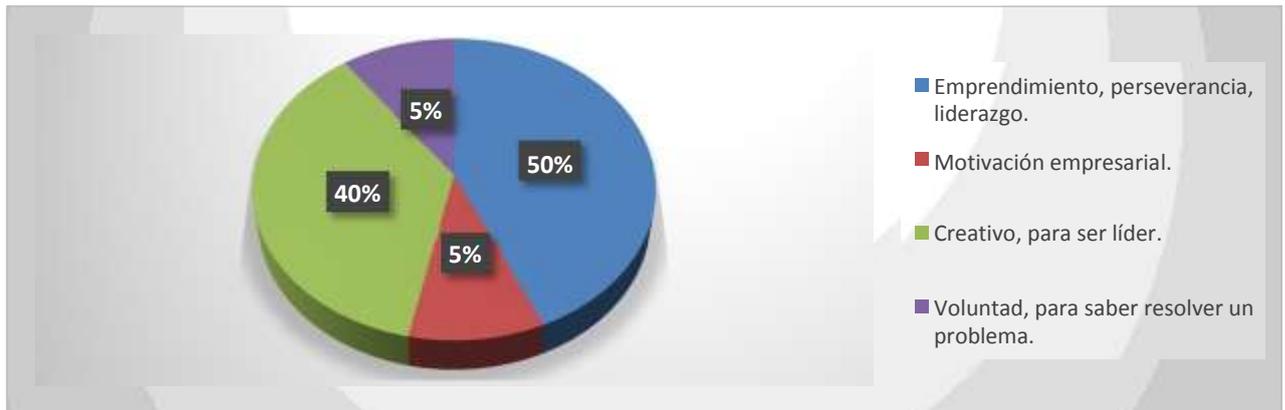
**TABLA N° 10**

*¿La voluntad para revertir los fracasos y convertirlos en triunfos?*

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Emprendimiento, perseverancia, liderazgo.	13	50,00 %	50,00 %	50,00 %
Motivación empresarial.	3	5.00%	5.00%	55.00%
Creativo, para ser líder.	11	40.00%	40.00%	95.00%
Voluntad, para saber resolver un problema.	3	5.00%	5.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>	

Fuente: Cuestionario

**FIGURA N° 10**



Fuente: Cuestionario

**Interpretación:** Observamos que el 50% indica el emprendimiento, perseverancia y liderazgo, como voluntad para revertir los fracasos y convertirlos en triunfos; el 40% creativo para ser líder, y finalmente un 5% a la motivación empresarial y voluntad para saber resolver un problema.

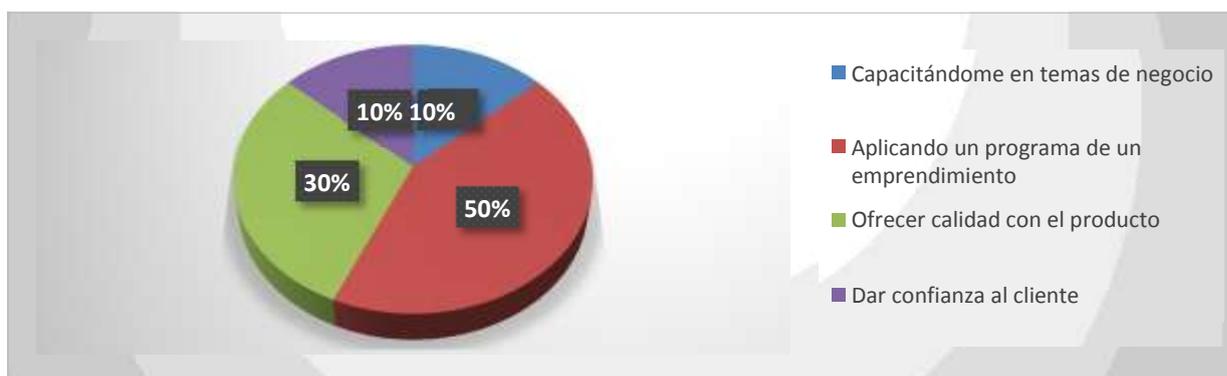
**TABLA N° 11**

*¿Cómo puede superar las limitaciones que dificultan el logro de tus metas y objetivos emprendedores?*

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Capacitándome en temas de negocio	4	10,00 %	10,00 %	10,00 %
Aplicando un programa de un emprendimiento	13	50.00%	50.00%	60.00%
Ofrecer calidad con el producto	9	30.00%	30.00%	90.00%
Dar confianza al cliente	4	10.00%	10.00%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>	

Fuente: Cuestionario

**FIGURA N° 11**



**Interpretación:** Se observa que el 50% de los encuestados, superan las limitaciones que dificultan el logro de sus metas y objetivos emprendedores, aplicando un programa de emprendimiento; el 30% superan sus limitación a través de ofrecer calidad en el producto; y finalmente el 10% a través de capacitarse en temas de negocio, así como el dar confianza al cliente, respectivamente.

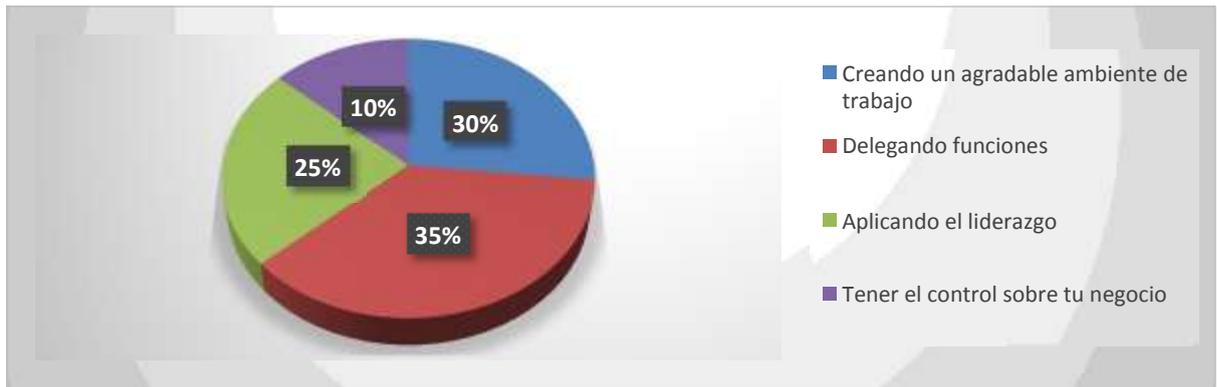
**TABLA N° 12**

*¿Si tú eres el líder como diriges tu equipo?*

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Creando un agradable ambiente de trabajo	8	30,00 %	30,00 %	30,00 %
Delegando funciones	11	35,00%	35,00%	65,00%
Aplicando el liderazgo	7	25,00%	25,00%	90,00%
Tener el control sobre tu negocio	4	10,00%	10,00%	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>	

Fuente: Cuestionario

**FIGURA N° 12**



**Interpretación:** Observamos que el 35% delega funciones, cuando son líderes y dirigen sus equipo; el 30% crea un agradable ambiente de trabajo; el 25% aplica el liderazgo; y finalmente el 10% tiene el control sobre su negocio.

## 8. ANALISIS Y DISCUSION

- ✓ Observamos que un 35% tienen un conocimiento empírico para establecer un negocio y un 30% tienen ideas nuevas sobre el negocio. Según **Soldi Luís (2003)**, en su estudio elaborado para la ONUDI desarrollo la capacidad empresarial para que la población tenga conocimiento de la idea de negocio, de acuerdo a ello establecer su negocio, En opinión del investigador, es notorio el desconocimiento de lo que es realmente una idea de negocio, dando pie a pensar que idea de negocio equivale al negocio en sí, cuando la idea de negocio es nombrar una actividad económica sobre la cual se va a desarrollar. (Ver tabla N° 01)
  
- ✓ Apreciamos que un 30% consideran que son estructuras tanto de planificación como técnicas para lanzar un producto al mercado, y finalmente un 20% consideran que es un organigrama empresarial y es la obtención de financiamiento para un negocio. Según **Bolaños Cerrillo, Nicolás (2009)**, en su tesis titulada “*Las actitudes empresariales*” ayuda que los estudiantes tendrán más conocimientos técnicos para implementar más producción de recursos. En opinión del investigador Los estudiantes tienen cierta idea de lo que es un plan de negocio en sí, puesto que al emplear el término planificación, implica los estudiantes conocen que existe una actividad previa a la realización de la actividad empresarial en sí. (Ver tabla N° 02)
  
- ✓ Podemos observar que un 48% indica que es la implementación de programas en RR.HH., un 26% indica que son materiales e insumos para el proceso productivo. Según **Martínez Sáez, Natalia (2004)**, en su trabajo “*Análisis de la capacidad emprendedora*” indica que cada individuo tiene ideas propias para enfrentar la competencia y ser más creativo para implementar los recursos para su negocio. En opinión del investigador, podemos analizar que cada grupo de estudiante tiene una apreciación diferente sobre todo aquello que se

necesita para la puesta en marcha de un negocio, aunque complementaria, sobre lo que es un negocio o actividad innovadora. Cabe destacar que no es que un grupo conozca más que otro, significa que cada grupo de estudiantes prioriza, conforme a su experiencia familiar o de grupo, cierto tipo de recursos; para algunos será más importante los recursos humanos, para otros el dinero, para otros serán las mercaderías, etc. (Ver tabla N° 03).

- ✓ Podemos apreciar que un 45% indica que son mercados externos e internos, un 30% indica que es la creación de un valor agregado. Según **Barrios Romero, Olga (2003)** en su trabajo titulado “*Origen y Perfil del joven emprendedor*” destaca como los jóvenes estudiantes se sienten frustrados, porque teniendo una educación de primera no tiene un espíritu emprendedor, pero con este programa los estudiantes tienen otro perfil como empezar con un negocio donde acudir para su financiamiento: En opinión del investigador los estudiantes tienen diversos puntos de vista respecto de lo que es la producción y lo contextualizan conforma factores internos como a factores externos. Aunque se debe destacar que casi la mitad de los estudiantes lo relacionan directamente con los mercados en un contexto de comercio nacional como internacional. Esto es positivo puesto que la visión de un negocio que tienen los negocios lo amplían hacia mercados internacionales. (Ver tabla N° 04).
  
- ✓ Observamos que un 55% se debe a planes estratégicos de negocios, un 25% a planes estratégicos de marketing. Según **Amador Freyre, María (2006)**, en su tesis titulada “*Creación de una asociación estudiantil de jóvenes emprendedores*” en la que logra que los estudiantes tengan los planes estratégicos como utilizar el marketing para sobre salir en el mercado, en opinión del investigador, Los estudiantes relacionan a la Planificación como planes estratégicos entendida como aquellas acciones conducentes al aseguramiento del éxito empresarial. Más de la mitad de las estudiantes tienen

una noción sobre estrategia y saben que es vital para ingresar a un mercado empresarial o en su defecto para mantenerse en él. (Ver tabla N° 05).

- ✓ Apreciamos que un 35% indica el autofinanciamiento, un 25% tanto capital propio, por terceros y préstamos bancarios. Según **Vargas Sánchez, Daniel (2003)** en su trabajo titulado “*Origen y Perfil del joven emprendedor*” se logra obtener que los estudiantes tienen más estrategias como emprendedor en el mercado por ejemplo utilizando el plan de estrategia de ventas será más rentable para obtener sus ingresos en un negocio, en opinión del investigador, este punto, si bien es cierto que el dinero es vital para el inicio de una actividad empresarial, los estudiantes consideran como alternativa el financiamiento externo, vale decir, dinero no propio; solo un 25% indican que se autofinanciarán. (Ver tabla N° 06).
  
- ✓ Podemos observar que un 55% considera que ayuda a crear ideas de negocios únicas, un 30% a tener constante información del programa. Según **Kraus, Catherine (2011)**, en su investigación titulada “*Actitudes emprendedoras*” los estudiantes con esta investigación conocieron lo que es la empresa, y d poder trabajar en empresas internacionales aplicando la estrategia y ser originales, en opinión del investigador, La originalidad va de la mano con la innovación, innovación entendida como una actividad que aún no se desarrolla, es nueva. Si la idea es original, entonces es innovadora, por lo tanto, van a satisfacer una necesidad insatisfecha, están aprovechando un nicho de mercado. Ahora bien, cabe destacar que la originalidad no solamente debe ser un requisito previa a la existencia del negocio o que sirva para elaborar programas de negocios, será un requisito también para mantenerse en el mercado, innovando constantemente al producto o servicio que se viene ofreciendo. (Ver tabla N° 07).

- ✓ Podemos apreciar que un 45% consideran proyecto positivo de crecimiento y visión a mejora de futuro, y finalmente un 5% consideran verse como una empresa exitosa y aplicar estrategias para el futuro. Según **Jaramillo y Parodi (2003)**, en su trabajo de investigación “*Jóvenes emprendedores*” señala que con esta investigación los estudiantes teniendo un pensamiento creativo ya se distingue con la originalidad en lo que su negocio será un éxito en el mercado, la opinión del investigador, El término Visión Prospectiva puede ser complejo para los estudiantes, sin embargo sus respuestas indican que existe una noción sobre él. Casi la mitad d estudiantes lo relacionan con un proyecto exitoso que se desarrollará a futuro. (Ver tabla N° 08).
  
- ✓ Observamos que un 35% considera incentivos para crear ideas nuevas, un 30% a las capacitaciones. Según **Carrasco, (2005)**. *Las empresas deben de saber enfrentar los riesgos y dar solución a un problema que se les presenta teniendo pensamiento resolutivo y confianza tener una visión prospectiva se puede salir de un problema*. En la opinión del investigador Los estudiantes tienen claro que necesitan del apoyo de tercera persona, de allí que para algunos consideran que lo más importante son el aporte con ideas nuevas, para otros la forma de cómo atraer apoyo es mediante beneficios económicos y para otros será el clima laboral. (Ver tabla N° 09).
  
- ✓ Observamos que un 50% indica emprendimiento, perseverancia, liderazgo, un 40% creativo para ser líder. Según **Bravo Arce, Susana; (2003)** en su trabajo titulado “Origen y Perfil del joven emprendedor” si los estudiantes se sienten frustrados por los obstáculos que se les presenta de acuerdo a este trabajo teniendo la voluntad los fracasos son revertidos en triunfos teniendo la voluntad del espíritu y la actitud emprendedora, la opinión del investigador Los estudiantes son conscientes que existe una posibilidad de fracasar al momento de poner en práctica la idea de negocio. Al consultárseles sobre cómo reaccionarían ante posibles fracasos, los estudiantes tienen una idea de

cómo hacerles frente. Las respuestas pueden o no ser las más adecuadas pero lo que sí queda claro es que existe la conciencia de fracaso y la reacción inmediata frente a ella, ninguno respondió quedarse con las manos cruzadas o abandonar la actividad empresarial. (Ver tabla N° 10).

- ✓ Apreciamos que un 50% aplica un programa de un emprendimiento, un 30% ofrece calidad con el producto. **Según Pellicer (2013)**; Habla de un concepto multidimensional, que aplicando un programa de emprendimiento incluye valores personales, ser creativos y confianza en uno mismo, la opinión del investigador se complementa con la anterior es tener conciencia de que existirán limitaciones diversas para poner en práctica la idea de negocio inclusive existe la noción de calidad como estrategia para vencer obstáculos o para superar limitaciones, otros estudiantes afirman que lo que contribuye a seguir con el negocio es el grado de emprendimiento del nuevo empresario. (Ver tabla N° 11).
  
- ✓ Podemos observar que un 35% delega funciones, un 30% crea un agradable ambiente de trabajo. Según **Agulló (2010)**, señala que el espíritu emprendedor es el mejor modo de enfrentar la incertidumbre de un entorno cambiante, para mejorar el liderazgo y la innovación para iniciativa al mercado, de acuerdo a la opinión del investigador las respuesta se relacionan con lo que realmente hace o debe hacer quien dirige un negocio, tal vez en la primera etapa del desarrollo de una idea de negocio lo más importantes será tener el control del negocio aunque conforme la actividad empresarial va evolucionando, será otras prioridades o estrategias las que emplee quien dirige el negocio o, mejor aún, todas ellas. (Ver tabla N° 12).

## 9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones:

Tras el análisis de los resultados, en la investigación sobre la formación innovadora y competencias emprendedoras en los estudiantes del 5° de secundaria “Simón Bolívar” Huaraz – 2017, se ha podido llegar a las siguientes conclusiones:

- Según el resultado el conocimiento empírico para establecer un negocio, es el 35% en la cual podemos determinar que el conocimiento empírico es lo más adecuado en las ideas de los estudiantes de 5° C de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR” de Huaraz en el 2017. Y el 10% de los estudiantes no toman ningún interés en tener las ideas emprendedoras, ya que fueron encuestados y mediante entrevista así que con toda confianza se debe aplicar lo que se obtuvo mediante los resultados positivos.
- La idea de un plan de negocio nos da el resultado positivo, estructura técnica para lanzar un producto al mercado con un 30 % de posibilidades y estructura de planificación también con un 30 % de rentabilidad para planear un negocio. Mediante este resultado podemos observar que se determina el significado de un espíritu emprendedor, los estudiantes del 5° C de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR” de Huaraz en el 2017.
- La implementación de programas para la aceptación de recursos humanos es positiva con un 48% en la dimensión ¿Cómo consideras tú la implementación de recursos? En la que mediante el resultado podemos aplicar de 1 % más alto de la tabla. Ya que es lo más importante el recurso humano porque sin ello no se podría iniciar nada de los programas de emprendimiento en los estudiantes del 5° C de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR” de Huaraz en el 2017. nunca perder la actitud emprendedora para seguir con todo su objetivo.
- La producción nos resulta más alto porcentaje con un 45 % para ser aplicado para esta pregunta. Es favorable en el mercado externo e interno ya que se dice que una producción se debe promover en ambos lugares, con este se lograría la planificación de negocios ese espíritu donde los

estudiantes estarían iniciando su parte emprendedor para ir al mundo de un negocio, por eso les recomiendo a los estudiantes del 5° C de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR” de Huaraz en el 2017. Que sigan prescribiendo sin temor a nada lo que importa es hacer todo lo necesario con una mente positiva.

- El financiamiento adecuado para tu negocio De acuerdo a los resultados es el autofinanciamiento con un 35% para empezar tu negocio sería lo más rentable. Obtener un préstamo bancario y un pequeño capital ya que de esa manera no pagarían más interés, es allí donde los estudiantes del 5° C de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR” de Huaraz en el 2017. Utilizan la capacidad emprendedora ya que es estratégico al utilizar e analizar para su autofinanciamiento e iniciar su negocio, es allí donde se obtiene la capacidad emprendedora y la competencia en los estudiantes
- La visión prospectiva es una igualdad como el resultado más alto proyecto positivo de crecimiento y visión a mejora de futura con un 45 % como resultados positivos. Cuando se habla de visión prospectiva se determina la formación de mejorar la capacidad ya que es una idea pero en un futuro será ya todo estipulado y concretado para ser lanzado al mercado, los estudiantes del 5° C de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR” de Huaraz en el 2017. Tienen las visiones más originales por ser jóvenes es donde hay que aprovechar y explorar todo el conocimiento que ellos tienen, se les recomienda empezar a visionarse para así cuando ya están preparados el resultado será positivo.
- Cuándo desarrollas una idea ¿Cómo motivas a los demás que apoyen? De acuerdo al resultado más alto es incentivos para crear ideas nuevas con un 35%, hay que incentivar a los estudiantes del 5° C de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR” de Huaraz en el 2017. Con un presente o mostrarles proyectos ya realizados que se obtuvo con mucho sacrificio, pero de manera factible e idealizarlos que siempre deben asistir a charlas para seguir alimentando sus capacidades a favor, es por eso que les recomiendo que nunca pierdan su espíritu emprendedor.

- Ser líder de tu equipo, esto funciona más, delegando funciones con un 35% y creando un agradable ambiente de trabajo con un 30%. Siendo muy estratégico allí se determina la competencia emprendedora, el estudiante que debe ser líder tiene que ser muy estratégico según la tabla de resultado es cuando se delega las funciones, pero eso si nunca debe dejar de hacer sus cosas aparte de delegar funciones, le recomiendo a los chicos que siendo un líder debe mantener una postura e personalidad para resolver cada obstáculo que se presente estar allí siempre tenga en mente de dar solución nunca rendirse a ningún obstáculo.

## **Recomendaciones:**

- La institución educativa debe implementar un programa de Formación innovadora acorde con las necesidades de los estudiantes de la zona, asimismo acorde a su nivel de preparación. Ubicar al programa dentro del contexto donde se va a desarrollar así poder ayudarlos en los conocimientos empíricos.
- Se debe de agregar capacitaciones sobre Formulación y Evaluación de Proyectos de inversión económica. Para seguir fomentando lo que significa la idea de negocio, el siguiente paso debe ser la elaboración de un proyecto, no se recomienda que se ponga en práctica la idea de negocio puesto que ello podría implicar riesgos altos de fracaso.
- La institución, en lo mayor posible, debe fomentar la generación no solo de ideas de negocio, sino que éstas deben ser innovadoras, deben apuntar hacia negocios que no existan o que existiendo se planteen de modo diferente. Cabe recalcar que la zona donde se ubica el colegio tiene condiciones para desarrollar ciertas actividades empresariales, pero no todas. Dirigir a los estudiantes hacia la formulación de ideas de negocios que sean posibles, dentro de su zona de acción. Y tener muy en cuenta que sin la participación de los recursos humanos no se llegaría hacer nada, por lo tanto, primero se anticipa a los estudiantes.
- Se deberá concientizar tanto al cuerpo docente, cuerpo administrativo, estudiantes, y sociedad en general que el éxito de una actividad empresarial no solo implica un beneficio para el empresario, sino que este éxito se expande hacia toda la nación. Tomar en cuenta que una actividad empresarial significa generación de riqueza, generación de fuentes de trabajo, impuesto, desarrollo para la comunidad, etc.
- También se debe de enfatizar el los conocimientos sobre economía y finanzas. Sobre aspectos económicos, entender y aplicar las leyes de oferta y demanda, los agentes del mercado, etc.; sobre finanzas, entender el costo del dinero llamado tasa de interés, las diversas fuentes de financiamiento que existen, etc.

- Se debe de inducir al estudiante a un pensamiento emprendedor, si el estudiante logra pensar como emprendedor, entonces será perseverante, vencerá obstáculos y limitaciones, reaccionará positivamente ante fracasos, estarán en la búsqueda constante del éxito
- Difundir la cultura emprendedora, ya que es uno de los pilares la visión perspectiva con lo que los estudiantes cuenta con la visión ya que la institución debe promover en capacitaciones e idealizarlos con todo el programa para que los estudiantes tengan la mente positiva e salir de la institución con algo ya determinado.
- Se recomienda preocuparse por seguir impulsando en los docentes el espíritu emprendedor, dado que ellos son quienes transmiten directa o indirectamente, a través de la teoría y la práctica, los conocimientos referentes a las competencias emprendedoras, y son ellos quienes deben tener claro el desarrollo emprendedor para que los estudiantes sigan con sus objetivos.

## **10. AGRADECIMIENTO**

En primer lugar agradecer a Dios por haber permitido llegar hasta este punto y haber dado salud, ser el manantial de vida y darnos lo necesario para seguir adelante día a día para lograr mi objetivo, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que hoy en día les ha permitido ser persona de bien, por su amor incondicional. Por los ejemplos de perseverancia y constancia que los caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor. Y a todos aquellos que me apoyaron directa o indirectamente a realizar este trabajo.

Al Mg. Jorge Alejandro Lujan Torres por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales, por habernos transmitido los conocimientos obtenidos y habernos llevado paso a paso en el aprendizaje.

**ALISA NORMA REYES LEON**

## 11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso Tapia, J. (1991). *Motivación y Aprendizaje en el Aula. Cómo enseñar a pensar*. Madrid: Santillana.
- Amador Freyre, M. (2006), México, Tesis presentada a la Universidad de las Américas de Puebla, titulado “*Creación de una asociación estudiantil de jóvenes emprendedores que ponga en práctica talleres de laboratorios empresariales con los criterios aprendidos*”.
- Banco de Desarrollo de América Latina (2013). *Emprendimientos en América Latina: Desde la subsistencia hacia la transformación productiva*. Uruguay: RED 2013.
- Barrios, O.; Bravo, S. y Vargas D. (2003). *Origen y Perfil del joven emprendedor chileno*. Santiago: Universidad de Chile.
- Bolaños, N. (2009). *Las actitudes emprendedoras empresariales de los estudiantes del VI al X ciclos del Programa Académico Profesional de Ingeniería Industrial de la Universidad Andina del Cusco*. Cusco: Universidad Andina.
- Builes Maya, Juan Fernando (diciembre de 2016). «El líder de producción». *C&E*. Consultado el 11 de septiembre de 2017.
- Bulnes, J. (2011). *El emprendedurismo y su formación estratégica en la educación básica*. Bogotá: Fondo de Desarrollo económico.
- Bustos, A.; Coll, C. y Engel, A. (2009). “Presencia docente distribuida en redes asíncronas de aprendizaje. Definición teórica y perspectiva multimétodo para su estudio”, en Díaz Barriga, F.; Hernández, G. y Rigo, M. (Eds.) *Aprender y enseñar con TIC en educación superior: contribuciones del socio constructivismo*. Cd. de México: Facultad de Psicología, DGAPA/ Universidad Nacional Autónoma de México.
- Canduelas, V. (2005). *Las actitudes emprendedoras y la formación empresarial*. Buenos Aires: Kapelusz.
- Carrasco, P. (2005). *Los programas educativos sus fines, objetivos, desarrollo y evaluación*. México: Trillas.
- Castel, R. (1997). *Las metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del salariado*. Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina.
- César, R. (2010). *Bases conceptuales y metodológicas para la capacitación de emprendedores*. México: Santillana.

Consejo Nacional de Discapitados- Sede Huaraz (2013). *Red de emprendedores inclusivos. Recuperado de <http://www.conadisperu.gob.pe/20-conadis/noticias/noticias-regionales/921-conadis-organiza-%E2%80%99Cred-de-emprendedores-inclusivos-en-ancash.html>*.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía  
<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/coesme/referencias/defpro.asp?s=est&c=1432>.

Fuentes Morales, Bulmaro Adrián (2010). «La gestión de conocimiento en las relaciones académico-empresariales. Un nuevo enfoque para analizar el impacto del conocimiento académico. Tesis PhD. España». *Universitat Politècnica de Valencia. Departament de Organització de Empreses - Departament d'Organització d'Empreses*: 278. Consultado el 12/sep./2010.

García, R., Traver, J.A. y Candela, I. (2001). *Aprendizaje cooperativo. Fundamentos, Características y técnicas*. Madrid: Editorial CCS.

Gutiérrez, A., Cancela, J. M. y Zubiaur, M. (2009). De la “minusvalía” visual a la “Discapacidad” visual. *Revista de investigación en educación*, 3, 33-50

Grosso, Claudio, “El conocimiento técnico (y la cultura tecnocrática moderna): aportes del Realismo” (2014). En Biblioteca digital de la Universidad Católica Argentina. Recuperado el 08 de agosto de 2019 en Biblioteca digital de la Universidad Católica Argentina: [bibliotecadigital.uca.edu.ar](http://bibliotecadigital.uca.edu.ar)

Herruzo Gómez, Ezequiel. (2005) *Escuela Politécnica Superior*. Universidad de Córdoba. Recuperado de: <http://www.uco.es/organizacion/eees/documentos/nuevastitulaciones/reguladas/Actitud-emprendedora.pdf>

Jaramillo, M.,; Parodi, S. (2003). *Jóvenes emprendedores: evaluación de programas de promoción*. Lima: Instituto Apoyo.

Kraus, C. (2011). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay*. Montevideo: UCU.

La Fuentes, C. y Salas, M. (2007). *La educación en la formación emprendedora*. Madrid: Oikos.

Liseras, N., De Rearte, G. y Graña, F. (2003). *Factores asociados a la vocación emprendedora en alumnos universitarios*. VIII Reunión Anual Red Pymes Mercosur.

- Martínez, N. (2004). *Análisis de la capacidad emprendedora de los microempresarios del sector turismo – Chile*. Chile: Universidad Austral de Chile.
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for ‘intelligence’, *American Psychologist*, 28, 1, 423-447.
- McClelland, D. C. (1998). Identifying competencies with behavioral-event interviews, *Psychological Science*, 9, 5, 331-339.
- Nevado de Zelaya, M. (2002). Guatemala, Tesis presentada a la Universidad Francisco Marroquín de Guatemala, titulado “*Implementación de un enfoque emprendedor en la carrera de administración de empresas*”.
- Ochoa, R. (2013). *Acción comunicativa desarrollada por la oficina de relaciones públicas de la Municipalidad distrital de Socavaya en el fortalecimiento de las actitudes emprendedoras en los participantes de los Programas Sociales de la municipalidad de Arequipa en el 2012*. Universidad Nacional San Agustín de Arequipa.
- Organización Internacional del Trabajo. (1999). *microfinanzas.org*. Recuperado el 25 de Abril de 2013, de <http://www.microfinanzas.org/uploads/media/1223.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo (2013). *Informe diagnóstico de la actividad empresarial*. Viena: Producciones OIT.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE: 2012). *Políticas de promoción a la generación de pequeñas y microempresas*. Paris: Producciones OCDE.
- Pellicer, C. (2013). ¿Qué es el espíritu emprendedor? Recuperado de <http://www.ceide-fsm.com/2013/03/que-es-el-espiritu-emprendedor/>
- Pozo, A. (2001). *Los programas educativos formativos e integrales*. Madrid: Oikos.
- Psicopedagogía.com (2007). Naturaleza de un programa educativo: <http://www.psicopedagogia.com/definicion/programa%20educativo>.
- Rodríguez, N. (2004). *Guerra en las aulas*. Madrid: Temas de Hoy.
- Rodríguez Piedra, R., Seoane Lago, A. y Pedreira Massa, J. L. (2006). Niños contra niños: el bullying como trastorno emergente. *Anales de Pediatría*, 64(2), 162-166.
- Rivas, M. (2005, jun. 17). Centauros del desierto. En *El País* [versión electrónica]. Recuperado el 20 de octubre de 2015, de: [http://elpais.com/diario/2005/06/17/cine/1118959214\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2005/06/17/cine/1118959214_850215.html)

- Silva, J. (2008). *Emprendedor, crear su propia empresa*. Bogotá: Alfa omega.
- Soldi, L. (2003). *Desarrollo de la capacidad empresarial de la población rural y las mujeres*. Viena: organización de las naciones unidas para el desarrollo industrial.
- SUNAT (2011). *Situación de empresas en la Región Ancash*. Huaraz: Boletín Informativo.
- Universidad ESAN (2013). *Informe del emprendedurismo en el Perú*. Lima: ESA
- Vega, H. (2009). *Las capacidades y actitudes emprendedoras en el área de Educación para el Trabajo*. Lima: Dirección Regional de Educación de Lima.
- Velasco, Félix. *Aprender a elaborar un plan de negocio*, Editorial Paidós, 2007.

## LINKOGRAFIA

- <https://www.emprendedores.es/casos-de-exito/a25284/inspirit4/>
- [https://www.researchgate.net/publication/277558049 Practicas de formacion evaluacion y analysis 2](https://www.researchgate.net/publication/277558049_Practicas_de_formacion_evaluacion_y_analysis_2)
- <http://revistas.up.edu.pe/index.php/business/article/view/56/57>
- <https://www.definicionabc.com/general/implementar.php>
- <https://www.definicionabc.com/economia/produccion.php>
- <https://www.gestiopolis.com/disenio-estrategia-empresarial/>
- <https://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestion-financiera/>
- <https://blog.cognifit.com/es/pensamiento-creativo/>
- <https://www.definicionabc.com/general/resolutivo.php>
- <https://www.definicionabc.com/general/confianza.php>
- <https://www.definicionabc.com/general/voluntad.php>
- <https://www.webyempresas.com/espíritu-emprendedor/>
- [https://www.um.es/sabio/docs-cmsweb/aulademayores/desarrollo\\_de\\_las\\_motivaciones\\_de\\_afiliacion\\_y\\_poder.ppt](https://www.um.es/sabio/docs-cmsweb/aulademayores/desarrollo_de_las_motivaciones_de_afiliacion_y_poder.ppt)

# **Apéndice y Anexos**

**EVALUACIÓN A LOS ESTUDIANTES DE LA I.E. “SIMON BOLÍVAR” 5TO  
GRADO “A”, “B” Y “C”**

**INDICACIONES**

Estimados estudiantes la presente evaluación trata de medir el nivel de aceptación del programa de formación innovadora para el desarrollo de competencias emprendedoras de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E “SIMON BOLIVAR” para lo cual necesitamos su apoyo, contestando con la mayor veracidad posible los enunciados que se formulan a continuación:

**DATOS PERSONALES:**

Apellidos y nombres.....

**GENERO:**

Masculino  Femenino

**1.- ¿Qué entiendes por idea de negocio?**

- a) Es tener una tienda
- b) Tener ideas nuevas sobre el negocio
- c) Conocimiento empírico para establecer un negocio ...
- d) Proceso de planeación para crear un negocio

**2.- ¿Para ti que es un plan de negocio?**

- a) Obtención de financiamiento para un negocio
- b) Estructura técnica para lanzar un producto al mercado....
- c) Organigrama empresarial
- d) Estructura de planificación

**3.- ¿Cómo consideras tú la implementación de recursos?**

- a) Implementación de financiamiento
- b) Implementación de programas para aceptación de recursos humanos
- c) Implementación de materiales e insumos necesarias para el proceso productivo
- d) Implementación de stock para la empresa

**4.- ¿En qué consiste la producción?**

- a) Brindar calidad en los productos
- b) Creación de un valor agregado
- c) Mercados, externos e internos
- d) Creación de un bien o servicios

**5.- ¿Qué diseños de estrategia utilizas para tener una buena planificación?**

- a) Plan estratégico de marketing
- b) Plan estratégico de negocio
- c) Plan estratégico de ventas
- d) Plan estratégico operacional

**6.- ¿Cuál es el financiamiento adecuado para tu negocio?**

- a) Capital propio, y por terceros
- b) Préstamos bancarios
- c) Autofinanciamiento
- d) Aporte de accionistas

**7.- ¿Por qué crees que la originalidad es importante en el pensamiento para el desarrollo del programa?**

- a) Porque ayuda crear ideas de negocio únicas.
- b) Tener constante información del programa
- c) Estar pendiente de los competidores
- d) Ser único para crear estrategias

**8.- ¿Qué entiendes por visión prospectiva?**

- a) verse como una empresa exitosa
- b) proyecto positivo de crecimiento....
- c) visión a mejora de futura
- d) aplicar estrategias para el futuro

**9.- Cuando desarrollas una idea ¿Cómo motivas a los demás para que apoyen?**

- a) Incentivos salariales, capacitaciones, viaje, etc.
- b) Capacitaciones, ideas nuevas
- c) Incentivos para crear ideas nuevas
- d) Dándole confianza y respeto ante sus trabajadores.

**10.- La voluntad para revertir los fracasos y convertirlos en triunfos**

- a) Emprendimiento, perseverancia, liderazgo.
- b) Motivación empresarial.
- c) Creativo, para ser líder.
- d) Voluntad, para saber resolver un problema.

**11.- ¿Cómo puede superar las limitaciones que dificultan el logro de tus metas y objetivos emprendedores?**

- a) Capacitándome en temas de negocio
- b) Aplicando un programa de un emprendimiento
- c) Ofrecer calidad con el producto
- d) Dar confianza al cliente

**12.- Si tú eres el líder como diriges tu equipo**

- a) Creando un agradable ambiente de trabajo
- b) Delegando funciones
- c) Aplicando el liderazgo
- d) Tener el control sobre tu negocio

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OBJETO DE ESTUDIO	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
<p style="text-align: center;"><b>FORMACIÓN INNOVADORA Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS EN LOS ESTUDIANTES DEL 5° SECUNDARIA “SIMON BOLIVAR” HUARAZ – 2017</b></p>	<p style="text-align: center;">¿De qué modo la aplicación del programa de formación innovador permitirá desarrollar las competencias emprendedoras de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR” de Huaraz en el 2017?</p>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Demostrar que aplicando el programa de formación innovador, se conseguirá desarrollar las competencias emprendedoras de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR” de Huaraz en el 2017.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>a. Desarrollar los contenidos de planificación de negocios del programa innovador de formación para mejorar las capacidades de emprendimiento de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR”, de Huaraz en el 2017.</p> <p>b. Desarrollar los contenidos técnicos específicos del Programa Innovador para promover la formación de las actitudes emprendedoras de los estudiantes del 5° de educación secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR” de Huaraz en el 2017.</p> <p>c. Desarrollar los contenidos técnicos de gestión del programa innovador para formar el espíritu emprendedor de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR” de Huaraz en el 2017.</p>	<p>Si se aplica el Programa de Formación Innovador; entonces se desarrollará las competencias emprendedoras en los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E. “SIMON BOLIVAR” de Huaraz en el 2017?</p>	<p style="text-align: center;">FORMACION INNOVADORA Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS</p>	<p style="text-align: center;">Es una investigación cuantitativa, experimental (pre experimental); De tipo Descriptivo Transversal.</p>

## **VALIDACION DE EXPERTOS**