

UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN

Enrique Guzmán y Valle

*Alma Máter del Magisterio Nacional*

FACULTAD DE TECNOLOGÍA

Escuela Profesional de Tecnología del Vestido, Textiles y Artes Industriales



**TESIS**

**Proyectos productivos y las características empresariales personales de los estudiantes de la Especialidad de Industria del Vestido del Cetpro de “Santa Cruz” - distrito de Huarochirí - 2017**

**PRESENTADA POR:**

Ana Lucia CUÉLLAR AGUIRRE

Gladys Rocio PALACIOS CISNEROS

**Asesora**

Dra. María Angélica VALENZUELA RODRÍGUEZ

Para optar al Título Profesional de Licenciado en Educación

Especialidad: Tecnología del Vestido

Lima, Perú

2018

TESIS

**Proyectos productivos y las características empresariales personales de los  
estudiantes de la Especialidad de Industria del Vestido del Cetpro de  
“Santa Cruz” - distrito de Huarochirí - 2017**



-----  
Dra. María Angélica VALENZUELA RODRÍGUEZ  
**ASESORA**

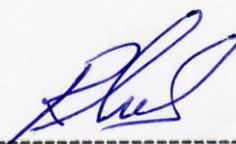
**Designación de Jurado Resolución N° 0359-2018-D-FATEC**



-----  
Dra. Eva Esther ESPINOZA ZAVALA  
**PRESIDENTA**



-----  
Dra. Pilar MITMA MAMANI  
**SECRETARIA**



-----  
Mg. Rosa María ARIAS JULCA  
**VOCAL**

Línea de investigación: Tecnología y soportes educativos.

**TESIS**

**Proyectos productivos y las características empresariales personales de los  
estudiantes de la Especialidad de Industria del Vestido del Cetpro de  
“Santa Cruz” - distrito de Huarochirí - 2017**

**Dedicatoria**

El presente trabajo está dedicado, a Dios por darnos la vida, a nuestros familiares padres, hermanos y profesores por brindarnos su apoyo moral y económico.

### **Reconocimiento**

La presente tesis, no se hubiera culminado sin la ayuda de nuestra profesora la Dra. María Angélica Rodríguez, gracias por brindarnos sus conocimientos y dedicación durante el trabajo de investigación.

## CONTENIDO

Portada.....	iii
Contraportada.....	iii
Título.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Reconocimiento.....	v
Contenido.....	vi
Lista de tablas.....	ix
Lista de figuras.....	x
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii
Introducción.....	xiii
<b>TÍTULO PRIMERO: ASPECTOS TEÓRICOS.....</b>	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEORICO.....</b>	<b>16</b>
1.1 Antecedentes de la investigación.....	16
1.1.1 Antecedentes Internacionales.....	16
1.1.2 Antecedentes Nacionales.....	22
1.2 Bases teóricas.....	27
1.2.1 Subcapítulo 1: proyectos productivos.....	27
1.2.2 Subcapítulo 2: características empresariales personales.....	42
1.2.3 Educación Técnico - productiva.....	58
1.2.3 Definición de términos básicos.....	61

CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	64
2.1 Determinación del problema.....	64
2.2 Formulación del problema.....	66
2.2.1 Problema general.....	66
2.2.2 Problemas específicos.....	66
2.3 Objetivos.....	67
2.3.1 Objetivo general.....	67
2.3.2 Objetivos específicos.....	67
2.4 Justificación de la tesis.....	68
2.5 Limitaciones de la investigación.....	69
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	70
3.1 Hipótesis.....	70
3.1.1 Hipótesis general.....	70
3.1.2 Hipótesis específicas.....	70
3.2 Variables.....	71
3.2.1. V1. Proyectos Productivos.....	71
3.2.2. V 2. Características Empresariales Personales.....	71
3.3 Operacionalización de variables.....	72
TÍTULO SEGUNDO: TRABAJO DE CAMPO.....	73
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA.....	74
4.1 Tipo de investigación.....	74

4.2 Método de investigación .....	75
4.3 Diseño de la investigación .....	76
4.4 Población y muestra .....	77
4.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	79
4.6 Elaboración y validación de instrumentos .....	80
4.6.1 Validez y confiabilidad de los instrumentos .....	80
4.6.2 Validación de los Instrumentos .....	80
4.6.3 Validez de los Instrumentos de recolección de datos.....	81
4.6.4 Confiabilidad de los instrumentos.....	83
4.7 Procedimiento de recolección de datos.....	85
4.8 Tratamiento estadístico e interpretación de datos .....	87
4.9 Aspecto ético.....	89
CAPÍTULO V: RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	90
5.1 Presentación y análisis de los resultados (tablas, gráficos, histogramas, etc.).....	90
5.2 Constrastación de la hipótesis.....	95
5.2.1 Prueba de hipótesis.....	95
5.3 Discusión de resultados: .....	105
5.4 Conclusiones .....	107
5.5 Recomendaciones. ....	108
REFERENCIAS .....	109
APÉNDICES .....	113

**LISTA DE TABLAS**

Tabla 1 Nivel de validez de las encuestas según juicio de expertos.....	82
Tabla 2 Confiabilidad del instrumento.....	84
Tabla 3 Prueba de la hipótesis general.....	96
Tabla 4 Prueba de la hipótesis específica $h_1$ .....	99
Tabla 5 Prueba de la hipótesis específica $h_2$ .....	102
Tabla 6 Prueba de la hipótesis específica $h_3$ .....	104

**LISTA DE FIGURAS**

<i>Figura 1:</i> Respuesta de los estudiantes en la variable proyectos productivos.....	90
<i>Figura 2:</i> Respuesta de los estudiantes en la dimensión estudio de mercado.....	91
<i>Figura 3:</i> Respuesta de los estudiantes en la dimensión procesos productivos.....	92
<i>Figura 4:</i> Respuesta de los estudiantes en la dimensión comercialización.....	93
<i>Figura 5:</i> Respuesta de los usuarios en la variable Características empresariales Personales.....	94
<i>Figura 6:</i> Versus entre las variables.....	97

## Resumen

La presente investigación ha tenido como objetivo determinar la relación que existe entre los proyectos productivos y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO de Santa Cruz - distrito de Huarochirí – 2017, la muestra aplicada es probabilística aleatoria simple dando de manera igual independiente con cada estudiante del CETPRO de la especialidad. Para evaluar la variable proyectos productivos utilizamos la técnica encuesta, de instrumento el cuestionario, con la escala tipo Likert como instrumento de la investigación. Con la realización del trabajo de campo, y los resultados estadísticos se afirma que la hipótesis general es aceptada y que los proyectos productivos se relacionan de manera directa con las características empresariales personales de los alumnos de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO Santa Cruz - distrito de Huarochirí - 2017. Debido a que en el resultado existe una buena correlación que arroja el coeficiente de Spearman igual a 0,82. Para la contrastación de la hipótesis, se realiza el análisis de p valor o sig. Asintótica (Bilateral) = 0,015 que es menor que 0,05, por lo que se niega la hipótesis nula y por consiguiente se acepta la Hg.

Se concluyó el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis general.

Palabras clave: Proyectos, proyectos productivos, características empresariales personales.

### **Abstract**

The objective of this research was to determine the relationship between the productive projects and the personal business characteristics of students of the clothing industry specialty of CETPRO of Santa Cruz - Huarochirí district - 2017, the applied sample is simple random probabilistic giving equally independent with each CETPRO student of the specialty. To evaluate the productive projects variable, we used the survey technique, instrument questionnaire, with the Likert scale as a research instrument. With the realization of the field work, and the statistical results, it is affirmed that the general hypothesis is accepted and that the productive projects are directly related to the personal business characteristics of the students of the clothing industry specialty of CETPRO Santa Cruz - district of Huarochirí - 2017. Because in the result there is a good correlation that yields the Spearman coefficient equal to 0.82. For the testing of the hypothesis, the p value or sig analysis is performed. Asymptotic (Bilateral) = 0.015 which is less than 0.05, so the null hypothesis is denied and therefore  $H_0$  is accepted.

We concluded the rejection of the null hypothesis and the acceptance of the general hypothesis.

Keywords: Projects, productive projects, personal business characteristics.

## INTRODUCCIÓN

La investigación titulada *Proyectos productivos y las Características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO de Santa Cruz - distrito de Huarochirí - 2017*, tuvo como objetivo poder determinar la relación entre los proyectos productivos y las características empresariales personales de los alumnos de la especialidad de Tecnología del Vestido del CETPRO de Santa Cruz. Es así como surgió la idea de plantear en el presente trabajo de investigación, ya que en todo el mundo existen personas, que tienen la creatividad de elaborar diversos proyectos productivos, de acuerdo con el entorno de su comunidad y según sus características empresariales personales. En el presente trabajo, se demuestra el proceso seguido y los resultados obtenidos, lo cual se plasma en siete capítulos.

1º Capítulo, se da a conocer el marco teórico, en donde formulamos, los antecedentes nacionales, internacionales con respecto a nuestras variables, las bases teóricas sobre los textos consultados, las dimensiones y términos básicos.

2º Capítulo, realizamos el planteamiento del problema, la determinación del problema, el objetivo (general y específico), justificación de la tesis y limitaciones de la investigación.

3º Capítulo, detallamos la hipótesis (general, específicos) y la definición operacional de las variables.

4° Capítulo desarrollamos la metodología que describe el método, el diseño de la investigación, la población y la muestra, la validez, la confiabilidad de los instrumentos de la investigación, donde referimos, además, el tratamiento estadístico e interpretación de datos y aspecto ético.

5° Capítulo, se muestran los resultados, discusión de resultados, contrastación de la hipótesis, conclusiones y recomendaciones.

Luego mencionamos las referencias, que sirvieron en la descripción del marco teórico del presente trabajo de investigación.

Y por último se incluye los apéndices, muestra de la realización del presente trabajo de investigación.

**TÍTULO PRIMERO**  
**ASPECTOS TEORICOS**

## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO

#### 1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

##### 1.1.1 Antecedentes Internacionales

Benavides, O. Orozco, L. Vanegas, M. (2008) desarrolló la investigación titulada

*“Características personales de cinco empresarios de la ciudad de Medellín que crearon empresa en los últimos quince años y su relación existente con éxito empresarial y asertividad”*, en la Universidad de Medellín. Los autores llegaron a las siguientes conclusiones.

- 1- Las características personales mencionadas, cumplen una labor en el desempeño laboral, de muchos empresarios, como el logro de sus objetivos trazados, y el éxito que puedan obtener en las empresas.
  
- 2- Del estudio que realizaron los investigadores once fueron de su interés, y once variables se presentan en los perfiles de los empresarios evaluados ya sea en mayor o menor grado.

3- Estas son las características que los empresarios evaluados presentan.

- Asertividad.
- Orden.
- Eficacia.
- Método.
- Metas.

4- Una pareja de grandes empresarios fueron evaluados, (empresarios 4 y5) esto permitió poder observar resultados diferentes, el puntaje de uno de ellos presentaba debilidad, mientras el otro presentaba fortaleza.

5- La característica personal evaluada como fortaleza obtuvo resultados similares o iguales en la pareja de empresarios.

6- En la evaluación de las mujeres empresarias el nivel de autoeficacia es más elevado que el de los hombres.

7- Las características como no asertividad y el asertividad indirecto se presentaron en empresarias mujeres.

8- La toma de decisiones es una característica de mayor debilidad en las empresarias.

- 9- La, edad, estado civil, escolaridad, etc., son variables sociodemográficas que no presentan influencia para crear una empresa.
- 10- Para que una empresa tenga éxito, el empresario debe dedicarle tiempo y presencia.
- 11- En la evaluación de empresarios, los empresarios más jóvenes en edad y en creaciones de empresas, presentaron mayor puntuación en las variables variedad, autoeficacia y metas, de tal manera que no garantiza que el negocio tenga éxito.
- 12- Uno de los empresarios de mayor edad y mayor tiempo en crear empresas obtuvo las características metas y variables más bajas.
- 13- Si una empresa presenta un tiempo de creación de años en el mercado no va a potencializar las características personales de estos empresarios.
- 14- El comportamiento cotidiano del empresario, igual que el empeño, así como la dedicación, la visión y el entusiasmo son los que aportan el éxito a sus empresas.

Velásquez, L. (2012) desarrolló la investigación titulada “*Capacidad empresarial para la innovación en los sectores comercio, Servicios y turismo. Estudio comparativo de Tijuana (México) y Medellín (Colombia)*”, los autores concluyeron que:

- 1- Los conjuntos de normas, creencias y comportamientos de las familias como su cultura acortan las capacidades de sus objetivos.  
  
Esta cultura empresarial está presente en los actores locales, tiene en la mira a sus miembros del mercado laboral para así obtener una visión empresarial, por lo tanto tener conocimientos y habilidades ayuda al territorio aumentar el éxito empresarial.
- 2- Las personas con capacidades e iniciativa intercambian ideas para tener novedades en los factores de producción, así potencian sus regiones.
- 3- En Medellín, como se manifiesta en dicho trabajo, tiene una infraestructura apropiada para el desarrollo empresarial como su cultura empresarial, la participación gubernamental y la iniciativa, lo cual no permite conectarse con otras capitales del país.
- 4- El rendimiento educativo (el perfil) del empresario, de los modelos están reducidamente relacionados con el sector de la actividad en el que él se descarga. El sector de mayor valor agregado (servicios y turismo) está formado por empresarios con un nivel educativo medio – superior, mientras en el comercio obtienen empresarios con un nivel educativo básico – medio.

- 5- La influencia de los factores externos hizo que las capacidades de los empresarios sea muy innovadora.

Por lo cual, la informalidad, las incitaciones financieros públicos, la capacidad de la empresa, el sector de actividad y la inversión en innovación tienen un resultado demostrativo sobre la idea empresarial, mientras que los factores internos a la empresa (nivel educativo del empresario, experiencia en el sector y asociacionismo) no tuvieron un efecto demostrativo sobre la evaluación. Consecuentemente, se reafirma las capacidades para la innovación en ambas ciudades para desarrollar las capacidades empresariales.

Vargas, M. (2008) desarrolló la investigación titulada “*Análisis de la capacidad empresarial de pequeños productores del Cantón de Guácimo, Costa Rica El caso de los productores inscritos al Programa de Desarrollo Comunitario de la Universidad EARTH*”, en la Escuela de Posgrado, Programa de Educación para el Desarrollo y la Conservación del Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza”, los autores llegaron a las siguientes conclusiones:

- 1- Las capacidades empresariales de las personas se pueden obtener, de modo próximo, a través de la medida de las características que la componen, para esto es preciso la indagación y elección detallista de cada una de ellas.
- 2- Se realizan instrumentos sencillos que puedan calcular las características de la capacidad empresarial, como se expone en este trabajo. La ventaja de estos instrumentos es el

equilibrio de los datos recolectados, porque los interrogantes son las mismas para todos los entrevistados.

- 3- Los trabajadores que pertenecen al Programa de Desarrollo Comunitario de la EARTH, descendientes en las comunidades Las Lucha, los Hogares y las Argentinas, presentan características idénticas en orden de la capacidad empresarial.
- 4- Las características como necesidades de responsabilidad, independencia, de un apoyo social familiar, de motivaciones y perseverancia, son de un valor mayor de los niveles de capacidades de productores evaluados, lo cual difiere de las indicadas por los productores exitosos.
- 5- Las características, las capacidades, los conocimientos, las innovaciones, las creatividades, las comunicaciones y el liderazgo, toman las decisiones y responsabilidades que han sido las que, según trabajadores de mucho éxito, son consideradas para el éxito empresarial, pero eso no significa que sean los más importantes.
- 6- Para poder aplicarlos con mayor peso las características de acuerdo con jerarquía de los trabajadores triunfantes permitió visualizar una capacidad empresarial más real de los fabricantes estudiados. Asimismo, se estableció con mayor precisión cuáles características son las que corresponden ser mayormente fortalecidas.

### 1.1.2 Antecedentes Nacionales

Charre, A. (2011) desarrolló la investigación titulada. “*Aplicación del método de proyectos productivos como estrategia didáctica en la formación técnica en una IE de EBR de Lima-Norte*”, en la Escuela de Posgrado de la Universidad Católica del Perú, obtuvo las siguientes conclusiones:

- 1- El autor nos indica que los docentes de la I.E. de Lima-Norte no cuentan con una definición bien organizada en los métodos de los proyectos productivos, pero si cuentan con los conceptos y las finalidades bien claro, destacando que los métodos consiste en fabricar un producto o llegar a realizar servicios, y genere mucha demanda en los mercados, esto genera aprendizajes y competencias emprendedoras y laborales en los estudiantes.
- 2- Tienen presente que el método proyectos productivos es el camino para que los estudiantes logren los aprendizajes significativos, desarrollando sus conocimientos, actitudes y habilidades relacionadas al desempeño laboral, esto mejora la vida de los estudiantes de dos maneras: en termino de sus estudios la inserción laboral.
  - El empleo en una empresa.
  - Autoempleo, realización de su propia empresa.
- 3- El docente siempre será la guía de los aprendizajes, en tanto el estudiante al recibir ese aprendizaje va a construir sus conocimientos.

- 4- A los estudiantes no se les da a conocer el proceso del proyecto de una manera sistematizada, lo que el docente realiza es dar pautas con claridad.
- 5- Tienen presente que el proyecto a realizarse debe estar vinculado a la demanda existente del mercado, existen docentes que realizan el diseño partiendo de la demanda del mercado de los proyectos y servicios de los clientes, otros docentes diseñan con sus estudiantes en la I.E. para clientes aun no identificados. La programación curricular es flexible lo cual permite el desarrollo de estos proyectos en ambos casos.
- 6- Se impulsa a los estudiantes para que realicen un estudio entorno productivo, de esta manera puedan identificar ideas sobre proyectos que puedan ser vendibles:
  - Visitar empresas.
  - Revisar catálogos.
  - Buscar información en internet.
  - Realizar consultas a los futuros clientes.
- 7- El trabajo en equipo se prioriza de esta manera:
  - Desarrollan sus capacidades.
  - Se organizan.
  - Tienen responsabilidades.
  - Criterio propio (intercambio de ideas).
  - Toman decisiones.
  - Autoevaluación.

- 8- Para consolidar la formación del estudiante se estaría complementando con el trabajo individual, para que el proyecto realizado tenga éxito, nos aseguramos que el estudiante tenga capacidades, cuente con experiencias e información tecnológica.

Medina, N. (2013) desarrolló la investigación titulada. “*Los proyectos productivos y el aprendizaje significativo de los estudiantes de la especialidad de confecciones textiles del CETPRO Fe y Alegría N° 23 Villa María del triunfo-2012*”, en la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, llegaron a las siguientes conclusiones:

- 1- El estudio ha podido determinar que el proceso de la productividad en los talleres de confecciones textiles tienen influencias significativas en los logros académicos de todos los estudiantes de la especialidad de Confecciones Textiles del CETPRO Fe y Alegría N° 23 de Villa María del Triunfo. De la encuesta realizada a los estudiantes un gran porcentaje considera que los logros académicos demostraron a los estudiantes que se debe a los proyectos productivos desarrollados en los talleres de la especialidad de confecciones textiles.
- 2- Finalmente, se ha establecido que la aplicación de los procesos productivos les permite a los estudiantes empoderarse de conocimientos de capacidades productivas, por lo tanto, tienen influencias favorables en los aprovechamientos académicos de los alumnos en la especialidad de confecciones textiles del CETPRO Fe y Alegría N°23. Los alumnos son conscientes que la generación de bienes se debe al aspecto académico que reciben por parte de los docentes.

Machicado, G. (2008), desarrolló la investigación titulada. “*Factores que contribuyen a un proyecto productivo de bienes y de servicios en los Centros de Educación Técnico Productivo de la provincia mariscal nieto de Moquegua, en el período 2007*”, en la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann - Tacna, llegó a las siguientes conclusiones:

En las formulaciones de Proyectos Productivos de Bienes y Servicios es orientada hacia factores y así poder tener muchos éxitos en los campos empresariales, pues que parte de los procesos de enseñanzas, aprendizajes en los Centros Educativos Técnico Productivo en la Provincia Mariscal Nieto de la Región de Moquegua.

- 1- En los factores de producciones: equipamiento e infraestructura, llega a cumplir teniendo en consideración un pequeño requerimiento conforme a los avances tecnológicos.
- 2- En los factores de producciones: las capacitaciones docentes, posteriormente busca adaptarse a los reglamentos de la educación técnica productiva, teniendo en consideración docentes con capacitación especializada y variantes técnicas.
- 3- En los factores de producciones: los estudios de mercados, se aplican teniendo presente las necesidades laborales, empresariales de la provincia Mariscal Nieto con visión de expandir y crecer en el mercado.

- 4- En los factores de producciones: en los recursos financieros, son aceptables en las bases de los ingresos de las matrículas y de los convenios con las entidades públicas y privadas para la realización de proyectos de producción de los bienes y servicios.
  
- 5- En los factores de producciones: en los marketing publicitarios, busca expandirse en el mercado de manera atrayente y atractiva con estrategias de mercado.

## **1.2 BASES TEÓRICAS**

### **1.2.1 SUBCAPÍTULO 1: PROYECTOS PRODUCTIVOS**

#### **1.2.1.1 Proyecto**

El poder realizar un proyecto significa la obtención o logro de metas, objetos los cuales no pueden ser creados de manera espontánea por ellos se logró elaborar o sistematizar conocimientos de manera que se organicen las actividades necesarias para así poder lograrlo. Se necesita la toma de varias decisiones para la creación de un proyecto, sobre las diversas opciones que se presentan, existe un sinnúmero de posibles soluciones para alcanzar la realidad que se desea. Un proyecto es: la búsqueda de una solución al planeamiento para resolver un problema, satisfacer una necesidad u oportunidades para poder lograr un beneficio lo cual va a contribuir al desarrollo económico y social de los participantes. El proyecto es el esfuerzo temporal que se lleva a cabo para cumplir objetivos, tiene un inicio y un final. La elaboración de un proyecto no solo es escribir o redactar un texto, la persona, empresa, comunidad o país debe planificar y diseñar a futuro con detalles que den origen a proyectos de generaciones futuras. Aliaga, W., Quilca, J. y Víctor, P. (2014, p. 12).

De acuerdo con Aliaga, W., Quilca, J. y Víctor, P. (2014, p. 12), el proyecto es el cumplimiento de una meta u objetivo de una persona, empresa, comunidad o país, la realización de un proyecto es algo secuencial es un proceso mientras realizamos las actividades del proyecto tomaremos las decisiones que se van presentando siendo un esfuerzo temporal porque todo proyecto tiene un inicio y un final.

Se puede definir a la palabra proyecto: como conjunto de diversas actividades que desarrollan las empresas o personas alcanzando un objetivo determinado. Las actividades se encuentran en interrelación y se desarrollan coordinadamente.

“Un proyecto es la búsqueda de solución inteligente al planteamiento de un problema pendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana” (Nassir y Reynaldo Sapag Chain, 2013). Todo proyecto debe involucrar un desarrollo enfocado principalmente en el bienestar humano.

Se realiza un proyecto con el objetivo de hacer posible la realización de una acción determinada, corriendo un riesgo menor a un fracaso, permitiendo los mejores usos de recursos disponibles. Córdova, M. y Sánchez, D. (2015, p. 8).

De acuerdo con Córdova, M. y Sánchez, D. (2015, p. 8), nos dice que el proyecto son actividades coordinadas que desarrollamos las personas y así poder alcanzar un objetivo (Nassir y Reynaldo Sapag Chain, 2013). Los proyectos son la solución a un problema, una necesidad humana que deseamos resolver como persona, o país.

Todo proyecto es un esfuerzo temporal y se lleva a cabo para la creación de un, resultado único o servicio. La naturaleza temporal de estos proyectos indica un principio y un final. Se alcanza el final cuando se logran los objetivos del proyecto, el proyecto se da por terminado porque sus objetivos no se cumplirán o no exista la necesidad que origino la creación del proyecto. Peña, F. (2011, p. 296).

De acuerdo con Peña, F. (2011, p. 296), todo proyecto es temporal en la creación de un producto, por lo tanto, tiene un inicio y un final definido, hasta lograr el objetivo planificado.

### 1.2.1.2 Proyectos Productivos

Los proyectos productivos son la aplicación de las metodologías aprobadas de enseñanzas aprendizajes, permiten las ejecuciones de los trabajos, que el participante aprenda haciendo como organizar, planificar y ejecutar la tarea en grupo. Se tiene como propósito que se aprenda el método permitiendo promover en los participantes en los desarrollos de las competencias laborales mediante la realización de proyectos productivos: Estudio del mercado, procesos productivos y comercialización. Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 24).

De acuerdo a Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 24), los proyectos productivos son una enseñanza práctica ya que el participante aprende haciendo. Todo eso promueve desarrollo de competencias laborales.

Los proyectos productivos tienen por objetivo, impulsar el establecimiento y desarrollo de microempresas, que estimulen la generación de empleos, mejoren el nivel de vida y fomenten el arraigo de los beneficiarios en su tierra.

Es importante a su vez reconocer las características del sector productivo, para comprender quiénes están llamados a desarrollar estos proyectos.

Desarrollan los proyectos productivos las personas y empresas que realizan actividades relacionadas con la agricultura, pesca, industria y artesanía.

En los proyectos productivos desarrollan bienes materiales destinados a satisfacer la necesidad humana.

Se basan en diferentes tipos de relaciones o producción y utilizan diversas tecnologías.

Proyectos productivos es planificar, consisten en conjuntos de actividades que se encuentran coordinadas y orientadas para alcanzar el objetivo específico dentro de los límites que propone el presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo definido. Son proyectos que su objetivo es generar rentabilidad económica y obtener ganancias en dinero. Aliaga, W., Quilca, J. y Víctor, P. (2014, p. 13).

De acuerdo con Aliaga, W., Quilca, J. y Víctor, P. (2014, p. 13), el objetivo del proyecto productivo es impulsar un negocio o crear una microempresa que genere un ingreso económico rentable, utilizando las últimas tecnologías.

Proyecto es un ordenamiento de recursos y actividades, se realiza con el fin de producir, pueden ser servicios o bienes, y así resolver problemas para satisfacer las necesidades. La definición de proyectos es un pensamiento de ejecutar algo. Los proyectos son el modelo de emprendimiento a ser realizado con las previsiones de recursos, el tiempo de ejecución y resultados esperados. Los proyectos productivos impulsan el desarrollo de actividades que generan bienes y servicios, necesarios para nuestra comunidad. Córdova, M. y Sánchez, D. (2015, p. 12).

De acuerdo con Córdova, M. y Sánchez, D. (2015, p. 12), el proyecto es la ejecución de una determinada actividad, sobre los proyectos productivos entendemos que son actividades útiles que generan bienes, servicios, y así podemos satisfacer las necesidades de la comunidad.

El objetivo de los proyectos productivos es poder impulsar el establecimiento para desarrollar microempresas, que fomenten empleos y mejorar la calidad de vida, de los beneficiarios. Es importante identificar las características de los sectores productivos, para así saber quiénes pueden desarrollar dichos proyectos: Las empresas y personas que vienen realizando las actividades como las pescas, artesanías, industrias y agriculturas, son quienes desarrollan los proyectos productivos. En los proyectos productivos se desarrollan bienes materiales destinados a mejorar las necesidades humanas. *CEASE, FIP, AVSI*, Universidad Católica Sedes Sapientiae (2011, p. 18).

De acuerdo a *CEASE, FIP, AVSI*, Universidad Católica Sedes Sapientiae (2011, p. 18), el objetivo de proyectos productivos es impulsar el establecimiento y el desarrollo de las microempresas y así se vayan mejorando el nivel de vida, desarrollándose con personas, empresas que realicen posibles actividades relacionadas para satisfacer las necesidades humanas.

#### **1.2.1.2.1 Estudio del mercado**

Choque, W., Valdivia, E. y Arcaya, G. (2013, p. 69), sostiene que “el estudio del mercado es detectar y medir la necesidad actual de un bien o servicio, las posibilidades del proyecto de colocar diversas cantidades del producto a diversos niveles de precios a través del tiempo”.

De acuerdo Choque, W., Valdivia, E. y Arcaya, G. (2013, p. 69), nos dice que el estudio del mercado es muy importante, porque se detecta y se mide las necesidades existentes que requiere la comunidad.

Al desarrollar los proyectos productivos es de mucha estudiar los mercados al cual queremos ingresar, las características en números como cualidades que tenga es de mucha ayuda. Es el punto donde se puede realizar el análisis de los entornos externos de los proyectos y también se determinan los precios en función a los mercados.

“El estudio de mercado, considera la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta presente y futura, análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Por otra parte, también es importante analizar a los proveedores, quienes en muchos casos constituyen un factor crítico tanto como el del consumidor. Esto se puede deber a que muchos proyectos tienen una dependencia externa de la calidad, cantidad, oportunidad de la recepción y el costo de materiales. El estudio de los proveedores es más complejo de lo que puede parecer, que deberían estudiarse todas las condiciones de compra, sustitutos, perecibilidad, necesidades de infraestructura especial para su almacenamiento”.

Los estudios de los mercados es más que los análisis y determinación de las ofertas y demandas o de los precios del proyecto. A través de él también se pueden determinar muchos costos a futuro, así como, las estrategias de las comercializaciones en introducciones y puestas en marcha de los proyectos.

Aliaga, W., Quilca, J. y Víctor, P. (2014, p. 37).

De acuerdo con Aliaga, W., Quilca, J. y Víctor, P. (2014, p. 37), el estudio del mercado es importante para poder analizar los precios y estudios de la comercialización para así poder

determinar una idea de oferta, demanda y los costos a futuro según el tipo de consumidor q se encuentre en el mercado.

#### **a. Análisis de Mercado**

Se realiza una investigación de mercado: nuestros clientes tipo, segmento de mercado y competencia.

El estudio de mercado se podrá realizar mediante encuestas, observación, visitas, entrevistas, etc. Gracias a ese estudio del sector, se pondrá avanzar una estrategia de lanzamiento que permita conseguir una cuota de mercado, teniendo muy claro quiénes serán los clientes potenciales a los cuales dirigiremos nuestra actividad para saber qué es lo que necesitan realmente. Es conveniente segmentar el mercado, es decir, asociar a los clientes en conjuntos con diferentes características en función de variables objetivas (sociológicos, criterios geográficos, demográficos, etc.) o variables subjetivas (comportamiento, estilo de vida, calidad de vida, etc.). Vásquez, B. (2009, p. 298).

De acuerdo a Vásquez, B. (2009, p. 298), antes de emprender un negocio, microempresa o empresa debemos realizar un estudio de mercado conocer si el producto a ofrecer ya existe, conocer a nuestros futuros clientes para saber a qué sector nos estamos dirigiendo con esa información podremos ingresar al mercado y así nuestro producto podrá tener mayor demanda de la que esperábamos.

### **b. Necesidades y características del mercado de la zona**

La realización de un estudio de la falta de bienes y de servicios en la localidad, da ideas sobre lo que es necesario en la zona. A través de la investigación realizada el grupo se pueden dar a conocer las necesidades existentes (...).

Como tener conocimiento en los tipos de servicios y productos que requiere dicha comunidad.

Se relacionan los productos o servicios de los sectores productivos que corresponda, como llegar a descubrir los gustos e intereses de los clientes. Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 27).

De acuerdo con Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 27), las necesidades y Características del mercado es necesario para poder descubrir los productos y servicios según requiera la comunidad.

### **c. Análisis de la situación productiva**

Derkau, W. y Saavedra, N. (2004) sostuvo que “el análisis o estudio de los recursos y de las diversas actividades productivas o de servicios existentes en la zona, facilitará la determinación y la selección de proyectos convenientes para la formación de los participantes” (p. 25),

De acuerdo con Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 25), al analizar el mercado se selecciona el tipo de proyecto que se realizara y que pueda salir al mercado. Con éxito.

#### **d. Determinación de la idea**

Lo más importante es elegir un proyecto y que mejor que genere un ingreso económico y produzca un bien o brinde un servicio. Los proyectos deben generar muchas competencias laborales, por eso son educativos. Tiene que ser negociable para obtener un ingreso garantizado. Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 35).

De acuerdo con Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 35), al determinar la idea del proyecto debemos tener en cuenta el ingreso económico, debe promover competencias laborales y el producto tiene que ser comerciable.

#### **1.2.1.2.2 Proceso Productivo**

Es donde la investigación busca poner en práctica las alternativas para así poder producir los bienes o servicios que queremos dar a conocer, para eso es muy importante reunir toda la información sobresaliente respecto a las diferentes Técnicas o modos de producción del bien. Con la realización del estudio conoceremos los procesos y los tipos de producción, por lo tanto va ser el camino eficientemente para poder desarrollar los productos con costos reducidos.

Mayormente en los casos, lo mejor es lograr combinaciones de las tecnologías adecuadas y tecnologías no obsoletas de alto rendimiento. Particularmente los equipos se debe dar a conocer, las tecnologías y las herramientas, en lo que se va utilizar y como se lo va operar, como realizar diseños de la planta, fábricas o empresas. Aliaga, W., Quilca, J. y Víctor, P. (2014, p. 42).

De acuerdo con Aliaga, W., Quilca, J. y Víctor, P. (2014, p. 42), el proceso productivo es el camino que se realiza para elaborar un producto reduciendo el costo, a través de las combinaciones de las tecnologías.

Por proceso productivo se entiende a la forma de realizar las transformaciones de los inputs en outputs mediante unos conjuntos estructurados y operaciones organizados.

Sería prácticamente imposible poder mencionar los diferentes procesos productivos que se presentan en el mercado, pues dependerán de los inputs (mano de obra) que se emplea en la producción y de los outputs generados, donde en cada uno de ellos dependerán de un gran número de combinaciones de procesos.

Una clasificación de los procesos productivos en empleo del uso de los inputs pueden ser empleados:

- **Procesos manuales:** Las manos de obras es el input tienen que ser empleado como factores de trabajos.
- **Procesos mecánicos:** los factores trabajos son las combinaciones entre las manos de obras y las máquinas.
- **Procesos automáticos:** En las manos de obras se limita a labores de vigilancia y control, siendo las maquinarias los elementos principales de los factores de trabajo. García, F. (2013, p. 29).

De acuerdo con García, F. (2013, p. 29), el proceso productivo se realiza con determinados inputs como la materia prima, mano de obra, etc., y con transformación se convierten en output.

#### **a. Planificación del proyecto**

Permite visiones sobre las herramientas necesarias para la planificación de un proyecto. En el primer paso planificamos, posteriormente realizamos la organización y programación y de los proyectos para realizar su ejecución.

Planificar todo nos permite la ejecución de proyectos, en las formaciones de las destrezas. Sin planificación la ejecución del proyecto sería una desorganización.

Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 39).

De acuerdo con Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 39), es muy importante la planificación del proyecto, porque de ahí depende la clasificación y organización para así ejecutar el proyecto con éxito.

#### **b. Desarrollo del modelo o patrón**

Derkau, W. y Saavedra, N. (2004)) sostuvo que “un modelo patrón sirve para verificar y comparar con él, el trabajo hecho por los participantes. Esta comparación de la confección de un producto con el modelo patrón es útil para lograr calidad” (p. 52).

De acuerdo con Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 52), para realizar un proyecto es necesario verificar el primer modelo patrón, para poder detectar errores, mejorar según el diseño que se realiza, así poder obtener un buen acabado y una buena calidad de producto.

### **c. Elaboración del producto**

Los participantes deben revisar a diario el avance de su trabajo, realizando una comparación de lo desarrollado con el plan de ejecución. Esto ayudará a los desarrollos de las responsabilidades y la autonomía de los participantes: puesto que la organización de los trabajos son dirigidas por quienes siguen en el plan elaborado en conjunto.

Las ejecuciones es la realización de la planificación, los éxitos dependerán de los proyectos cuando todo esto logren suficientes ingresos y las satisfacciones de los clientes para futuras inversiones. Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p.53).

De acuerdo con Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p.53), al elaborar el producto el participante debe estar revisando constantemente su plan de ejecución, para poder obtener con más facilidad y responsabilidad un buen producto, así lograr satisfacer a sus clientes y poder obtener más ingresos a futuro.

### **d. Control de la calidad del producto**

Las calidades de los servicios o productos se logran mediante las aplicaciones de las medidas, de las normas determinadas, haciendo las comparaciones del realizado con los modelos. Las calidades de buenos producto se van a lograr con mayores facilidades realizándolos con mucha concentración, habilidades y cuidando cada parte de los procesos productivos. Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 53).

De acuerdo con Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 53), el control de calidad del producto es muy importante porque de ahí dependerá la aceptación del producto en el mercado, por eso se realiza constantemente el control de calidad.

### **1.2.1.2.3 Comercialización**

Por lo tanto, para evaluarlo la comercialización es recomendable comparar sus componentes con las planificaciones. El costo de los productos o servicios, pueden ser evaluados por los éxitos de la misma venta. Si se logró vender rápido, puede parecer que el precio era muy satisfactorio para el comprador. Es innumerable las variedades de los productos y servicios que pueden realizar, siendo imposible obtener una ficha única para poder evaluar la comercialización por las cantidades de especificaciones de cada producto o servicios. Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 56).

De acuerdo con Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 56), para la comercialización el producto, debe ser evaluado por el éxito que se logró en la venta, la variedad y calidad de productos, por lo cual es difícil la elaboración de una ficha de ventas para especificar cada producto.

#### **a. Presentación del producto**

Se recomienda que el grupo encargado realice una exposición de dichos productos, como la materia prima y productos en proceso. En la exposición se deben mostrar en los tres momentos las claves de todo el proceso: los inicios, las materias primas, los procesos de los productos y los productos ya terminados. La

exposición podría ser realizada también en ferias. Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 55).

De acuerdo con Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 55), para informar más al cliente sobre el producto que consume se debe realizar exposiciones en diferentes ferias, explicando el proceso de elaboración: de todos los productos, para que el cliente pueda consumir más seguido y con más seguridad.

### **b. La publicidad**

Debemos dar a conocer a los clientes de manera precisa y clara sobre las características y ventajas de los productos o servicios. En el papel de la propaganda debemos poner los precios, las direcciones donde se va conseguir los productos o servicios, la información de los productos en venta, el nombre del equipo de productores y el tiempo de atención o venta en el local. Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 54).

De acuerdo con Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 54), la publicidad tiene que ser clara y precisa para que atraiga al cliente, ya sea por el diseño, precio, calidad y por los diversos productos que se ofrece en el mercado.

### **c. El lugar de venta**

Deben ser limpios y agradables, que promuevan las ventas y anime a los posibles compradores. Tenemos que ser conscientes que tanto el lugar de las ventas, como los vendedores están exclusivamente a los servicios de los clientes.

- Tener buena ubicación.
- Presentar seguridad.
- Los muebles tienen que ser apropiados.
- El local tiene que ser cómodo para los clientes.
- El local debe estar arreglado para una buena presentación.

Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 54).

De acuerdo con Derkau, W. y Saavedra, N. (2004, p. 54), es muy importante el lugar de venta ya que depende de eso la venta de los productos que se ofrece en la comunidad.

## **1.2.2 SUBCAPÍTULO 2: CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES**

### **PERSONALES**

#### **1.2.2.1 El empresario:**

Las personas que detectan oportunidades son emprendedoras, se informan, toman la iniciativa, reúnen los recursos necesarios, están convencidos y convencen sobre la rentabilidad de su proyecto, conocen y encuentran un mercado y, finalmente, se conocen a sí mismos, a sus colaboradores y a su entorno.

Es un emprendedor quien inicia un negocio. Es persistente y visionario.

#### **1.2.2.2. El Entorno del Empresario**

Una característica importante de los empresarios es que saben detectar las oportunidades. Las oportunidades están y tienen que ser descubiertas por nosotros. Los productos pueden encargarse a los vendedores para su venta. También la administración del negocio se puede encargar. Pero uno mismo tiene que identificar las oportunidades.

Quien descubre las oportunidades, las evalúa y finalmente las aprovecha es el empresario.

#### **1.2.2.3. ¿Quiénes son los empresarios?**

Los empresarios son personas que tienen valores particulares y sobre todo son innovadores. Todos los empresarios que tienen ideas y presentan novedades son empresarios que hacen crecer a las empresas, a sus empresas. Una de las características de los empresarios es su afán innovador. Sánchez, G. (p. 17).

De acuerdo con Sánchez, G. (p. 17), el emprendedor es una persona que se conoce a sí mismo, tienen una mente con una misión y visión definida sobre lo que quiere lograr, para realizar una microempresa, debe tener iniciativa, conocer el entorno donde ofrecerá el producto, saber qué es lo que falta en ese lugar, buscando una oportunidad de emprender algo nuevo e innovador, no dejándose vencer por el primer fracaso, sino ser una persona perseverante, asumiendo riesgos y compromisos.

#### **1.2.2.4 Rasgos y características del creador de empresas**

- a. Fijación continúa de objetivos:** El empresario tratara de definir muchas metas claras, compatibles y con los intereses alcanzables, el empresario que siempre se plantea nuevos retos, alcanza el éxito.
  
- b. Perseverancia:** Es cuando una persona se esfuerza constantemente para alcanzar la meta, sin importar las barreras que se encuentre en el camino.
  
- c. Conocimiento del negocio:** Se trata de conocer todo acerca del negocio comprender a la perfección los funcionamientos de las compañías, así como las responsabilidades que los colaboradores realizan.
  
- d. Fuerza ante el fracaso:** Reconoce los fracasos son partes de los éxitos y no se siente mal ante ello, de este modo transforma su experiencia en algo positivo.

- e. **Autonomía:** tratan de obtener buenos criterios formados, inteligentemente y responsablemente para pensar y decidir por sí mismo.
  
- f. **Toma moderada de riesgo:** los empresarios deben medir las oportunidades e identificar los riesgos. Para decidir si la meta es real o no.
  
- g. **Persistencia en la resolución de problemas:** Es donde juegan las imaginaciones de los individuos, poniendo en práctica sus creativities e ingenio. Es frecuente que lleguen varios problemas al mismo tiempo, es aquí donde se demuestra la capacidad y disposición de solucionar un problema.
  
- h. **Iniciativa:** El creador de empresas demuestra confianza en sí mismo; además se pone a prueba así mismo ante situaciones que se presentan.
  
- i. **Empuje y energía:** El empresario de éxito demuestra su energía al momento de trabajar largas jornadas.
  
- j. **Acepta que no lo sabe todo:** Sabe reconocer que necesita ayuda, que no es un experto.
  
- k. **Salud física:** No sólo es gozar de buena salud, se trata de mantenerse en forma ya que al estar a la cabeza de organizaciones.

- l. Salud mental y emocional:** El ambiente de los empresarios es de mucha tensión y los desequilibrios mentales son comunes. El empresario exitoso debe contar con un buen entorno familiar y social.
  
- m. Maneja la incertidumbre:** Comprende que no es un empleado, que es un empresario y sabe que la incertidumbre es algo natural del negocio.
  
- n. Retroalimentación:** Es asiduo en todos los niveles.
  
- o. Auto competencia:** Compite con otros empresarios, también está a prueba consigo mismo.
  
- p. Responsabilidad:** Sabe que es responsable de los resultados de la empresa y del proceso de ella.
  
- q. Confianza:** Tiene fe en sí mismo. Cree en sus propias capacidades, confronta el infortunio con la fuerza y las habilidades que provienen de él mismo.
  
- r. Versatilidad:** Demuestra que tiene capacidad de poder cumplir con diversas funciones al mismo tiempo.
  
- s. Deseo de independencia:** Busca ser su propio jefe.

**Fantasías positivas:** Permite que su mente vuele. (Valera, et al., 2011, p. 4).

De acuerdo con (Valera, et al., 2011, p. 4), es importante saber los rasgos y características del empresario, para que los estudiantes puedan aplicarlo en el CETPRO “santa cruz” Huarochirí y así poder obtener buenos emprendedores.

Crear es una de las actividades más importantes de las personas. La capacidad de crear es la que ha permitido mejorar la humanidad, avanzar y desarrollarse, transformando todos los aspectos de la vida aumentando su calidad, desde la vivienda, al transporte, las comunicaciones, la salud, el ocio, etc. En este proceso de transformación participan muchas personas con diversas habilidades. El emprendedor es el que identifica las oportunidades, se anticipa y las hace realidad asumiendo un riesgo. El espíritu emprendedor está estrechamente ligado a la iniciativa y a la acción. Las personas dotadas de espíritu emprendedor poseen la capacidad de innovar; tienen voluntad de probar cosas nuevas o hacerlas de manera diferente; son creativas y flexibles. Hay emprendedores en todos los ámbitos: en lo económico, en lo científico, en lo político.

En el ámbito económico el espíritu emprendedor se identifica con el espíritu empresarial. Crear una represa implica identificar una oportunidad de negocio, organizar los recursos necesarios para su puesta en marcha y hacerla realidad. Los costes de poner en marcha el proyecto deben ser menores que el valor que generan a la sociedad, de esta forma el empresario obtiene beneficios de su actividad emprendedora.

### **1.2.2.5 Las cualidades de los emprendedores.**

#### **a. Creatividad:**

Tener facilidad para imaginar ideas y proyectos nuevos.

Proponer soluciones originales.

Saber analizar e investigar.

#### **b. Autonomía:**

Funcionar sin necesidad de una supervisión inmediata.

Tomar iniciativas y decisiones.

Tener confianza en uno mismo

Percibirse de forma positiva.

Apostar por las propias aptitudes y capacidades.

Confiar en los propios recursos y posibilidades.

#### **c. Tenacidad:**

Continuar con constancia y perseverancia, empeño en lo que se desea emprender.

#### **d. Sentido de la responsabilidad:**

Cumplir con las obligaciones consigo mismo y con el grupo de personas.

#### **e. Capacidad para asumir riesgos:**

Actuar con decisión ante las situaciones que presentan dificultades.

#### **f. Liderazgo**

Es involucrar a todos los participantes en el proyecto a realizarse, contando con sus conocimientos, habilidades y cualidades.

**g. Espíritu de equipo**

Es trabajar en colaboración con los demás, compartiendo métodos de actuaciones y objetivos.

**h. Solidaridad**

Es quien asume la responsabilidad de las elecciones de la organización o grupo.

Asencio, E. y Vásquez, B. (2009, p. 4).

De acuerdo con Asencio, E. y Vásquez, B. (2009, p. 4), toda persona con espíritu emprendedor, tiene iniciativa y acción para lograr lo que se propone, debe ser una persona innovadora y creativa al momento de tomar decisiones para el proyecto a realizar en su empresa, buscando oportunidades de que el producto que ofrece al mercado sea aceptado por los futuros clientes, debe presentar autonomía y confianza en sí mismo, en lo que se propone adquiriendo valores como el respeto y la responsabilidad al asumir las obligaciones de la empresa, todo empresario debe estar preparado para tomar la decisión que sea conveniente con la empresa, siendo un líder, trabajando en equipo, reconociendo a las personas que trabajan con él, resaltando sus cualidades y lo importante que son para la empresa porque si los trabajadores se sienten bien en su lugar de trabajo, tienen un buen ambiente laboral van a generar más producción y el beneficio sería para todos.

**1.2.2.6 Características Empresariales Personales**

Es una cualidad y comportamientos individuales inevitables para poder ser un gran empresario.

Son autónomos en su capacidad y rúbrica donde está ubicada una empresa, cada empresario desafía periódicamente conflictos que debe solucionar. Conflictos

procedentes del ambiente económico nacional o internacional así como de la propia empresa (personal, situación financiera, desorganización) para considerar simplemente algunos. CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 01 p. 03).

De acuerdo con CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 01 p. 03), las características empresariales personales se presentan de acuerdo al problema que debe resolver cada empresario, según las necesidades que requiera su empresa.

## **A. Capacidad De Logro**

### **a. Búsqueda de Oportunidades**

Reconoce y procede en búsqueda de nuevas oportunidades de negocios.

Indaga oportunidades inusualmente para conseguir financiamiento, equipos, propiedades, mano de obra o consejos.

Las oportunidades se ven en todo momento, por cualquier parte. Tratan de ver y beneficiar en sus momentos. Las pruebas están que existen en miles de personas que supuestamente las observan y saben cómo aprovechar. Las oportunidades necesariamente no siempre van hacia ti, más bien tú tienes que salir a su encuentro y no es tema de obtener suerte. CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 03, p. 01).

Es semejante a la información, la oportunidad es algo coherente. Lo que es oportunidad para alguien no lo es para los demás, existe una determinación en los objetivos que se ha propuesto. Las actitudes de una emprendedora es la de orientar atención a cualquiera que tenga que ver con lo que me incumbe, tal cual de ser capaz de igualar cuando esta florezca. Equivalentemente, no se considera

como un componente de suerte, por lo cual se encuentra único del preparativo y el contexto imprevisto. *Programa de Fomento a la Empresarialidad* (2008, p. 11).

De acuerdo con CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 03, p. 01) y *Programa de Fomento a la Empresarialidad* (2008, p. 11), las oportunidades que se presentan no es cosa de suerte, tiene que ver mucho la comunicación, para informar lo que estamos buscando, o deseamos hacer y así poder identificar la oportunidad cuando aparezca.

### **b. Persistencia**

Se aplica acciones continuas u otras para sobrepasarse una dificultad.

Realizan sacrificios propios o ejecuta consumos extraordinarios para mejorar trabajos.

Se conservan fieles a sus convenientes maduresces frente a las oposiciones o la falta de éxito inmediato.

Persistencia es la palabra de esta aspiración de realización a lo largo de los tiempos, pues no todo se puede lograr de un solo golpe. No existe logro sin perseverancia, es la situación para cambiar las ideas en algo real. CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 03, p. 07).

Cuando se habla de constancia e insistencia como algo efectivo pero la realidad lo es, es bueno preguntarse hacia dónde queremos llegar. Se característica emprendedor, se le nombra perseverancia, y se requiere tener una capacidad de no perder una buena visión, tienen que proveer ser independientemente de lo adverso que sea el camino. Por lo tanto, se da el riesgo de “chocar con la misma piedra” y volver a caer en un círculo vicioso, rayando en la necedad que no nos lleva a

ningún lugar, en este caso se le llama persistencia. Si en cambio persistimos, pero siempre teniendo en consideración los aprendizajes positivos y negativos que nos dejen para enfrentarnos a la realidad, se le llama persistencia sensata. *Programa de Fomento a la Empresarialidad* (2008, p. 06).

De acuerdo con CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 03, p.07) y *Programa de Fomento a la Empresarialidad* (2008, p. 06), la persistencia es una manera de intentar realizar algo que deseamos, corriendo el riesgo de tropezar, debemos ser insistentes, siempre y cuando de no caer en una persistencia ciega para eso debemos tener en cuenta lo que pretendemos hacer y a donde pensamos llegar, haciendo una revisión de nuestros objetivos y metas.

### **c. Compromiso con el Contrato de Trabajo**

Reconoce las responsabilidades de los conflictos derivados para completar trabajos para los consumidores.

Perseveran con los productores o en su parte para cumplir con un trabajo.

Enuncian sus compromisos para las satisfacciones de los compradores.

Todo ello significa que las responsabilidades que se hace son primero que nada compromisos con uno mismo. CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 06, p. 01).

Para poder ser un buen emprendedor lo primordial es cumplir con las responsabilidades que se requiere con los demás, más aún cuando se trata de efectuar los que se adquiere con uno mismo, es decir, se envuelve totalmente con objetivos, planes y desafíos que se pueden involucrar. Precisamente no se necesita presiones externas para actuar de esta manera, su palabra está empeñada y ha de desempeñar en tiempo y forma con ella. Es muy conocido esta frase: “yo mismo

lo dije, yo soy quien decide” la motivación de poder cambiar la visión constantemente, postergar las cosas para posterior o desistir en cualquier instante por lo tanto es inverso a la manera de ser de una persona emprendedora.

*Programa de Fomento a la Empresarialidad* (2008, p. 09).

De acuerdo con CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 06, p. 01) y *Programa de Fomento a la Empresarialidad* (2008, p. 09), cuando realizamos un compromiso con una persona o empresa sobre algún trabajo a realizar, primero es un compromiso con uno mismo porque cada persona se garantiza realizando un buen trabajo, es una responsabilidad, es autoconfianza ante uno mismo y los demás.

#### **d. Demanda por Calidad y Eficiencia**

Procede para lograr o superar los modelos existentes de perfección o renovar sus performances primeros. Se esfuerzan para realizar mejor las cosas, más ligeros y precio más cómodo.

Eficacia se describe los usos de los recursos involucrados en la ejecución de un objetivo o metas, o más concretamente en las relaciones entre los recursos aplicados y el resultado conseguido. (...) Se emplea a cualquier otro recurso, siempre emparejado, aparentemente, a un resultado determinado.

La indagación de obtener buena calidad es una razón que se ve congruente por lo general, el ambiente y la fase final de un resultado. (...) El que realice un trabajo no interesa de qué índole provenga, la calidad tiene que siempre estar presente a lo largo de los procesos de producción como es consecutivo los pasos que

determinarán la calidad final de una producción. CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 06, p. 02).

De acuerdo con CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 06, p. 02) ser eficiente en la realización de un trabajo, presentarlo a tiempo y sin demoras, quiere decir que hace un buen recurso de las actividades, sin dejar la buena calidad de lado que debe estar presente en el trabajo final. Estos dos conceptos están relacionados en el ámbito empresarial, porque nos garantizamos a nosotros mismos y en segundo lugar a nuestros clientes que esperan un buen producto.

#### **e. Toma de riesgos**

Da referencia a situaciones que envuelven riesgos moderados, no obstante parezca una falsedad

“el riesgo” Es más frecuente en los aspectos de nuestras vidas y nos guarda persistentemente en el vaivén de nuestras labores frecuentes. Sucede que esta opinión que establece potentemente nuestra conducta, se nos hace vigente solo en sus formas extremas, por lo tanto en los otros casos, lo tomamos sin poder darnos cuenta. CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 05, p. 03).

De acuerdo con CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 05, p. 03) la toma de riesgo, siempre se presentará cuando vamos a iniciar algún proyecto, ya que existe la posibilidad al fracaso, no debemos temer, al asumir un trabajo planificado porque el riesgo a cometer será mínimo y no afectará al producto.

## **B. Capacidad de Planificación**

### **a. Establecimiento de Metas**

CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 04, p. 4).

“Establece objetivos claros y específicos a corto plazo.

Establece objetivos claros a largo plazo.

Una definición completa de una meta debe abarcar los siguientes criterios:

Medible, alcanzable, realista, específico y acotado”.

No obstante existe una especialidad emprendedora más importante que otra, la firmeza las metas es la que le da sentido a todas las restantes. Por ejemplo: ¿Te has interrogado hacia dónde vas con todo lo que planificas hacer? si no tienes una respuesta a esto simplemente ¿para qué sirve seguir sin rumbo? ¿Ya no tendría sentido un plan? ¿Cómo poder saber si la oportunidad es buena o no?

Cuando se pone de esta luminosidad seremos la capacidad de encaminar nuestro potencial emprendedor en esa trayectoria. *Programa de Fomento a la Empresarialidad* (2008, p. 06).

De acuerdo con CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 04, p. 4) y *Programa de Fomento a la Empresarialidad* (2008, p. 06), las metas y objetivos son la razón de nuestros esfuerzos, de ello depende hasta donde llegaremos.

### **b. Planificación sistemática y control**

Ejecutan y realizan planificaciones lógicas y en seguimiento para poder lograr sus objetivos.

Controlan el progreso de sus empresas pasan a realizar nuevas estrategias, si hubiese necesario, para poder obtener sus logros.

En este caso se tiene que identificar cuáles son nuestras prioridades para poder fortalecer nuestra empresa y tener claro sus objetivos (tanto personal como laboral), El tener claro los conjuntos de objetivos que persigue, nos hace ser más realista la hora de definir sus metas y así poder formar una buena empresa.

CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 04, p. 01).

De acuerdo con CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 04, p. 01) y *Programa de Fomento a la Empresarialidad* (2008, p. 09), para alcanzar nuestros objetivos debemos realizar pasos secuenciales de nuestras actividades, llamado planificación sistemática y para que sea efectiva realizar un seguimiento y un control, para saber si estamos cumpliendo con lo planteado de nuestros objetivos.

### **c. Búsqueda de Información**

Se indaga y se averigua información de los proveedores y competidores.

Se busca ayuda de especialistas para que puedan asesorar en el campo empresarial y técnica.

Siempre se está usando los contactos de las redes de información para así poder alimentar las actitudes de persistencias, las fuentes no son tan fácilmente detectables y accesibles. Son las razones que determinan el valor de la información (...) Por lo cual la información significa, el costo, es preciso proyectar las actividades en términos de las épocas, recursos, encargos, método y técnicas envueltas. Lo mencionado necesita un poco de referencia que guía a los

elementos de los procesos: el objetivo. CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 05, p. 01).

De acuerdo con CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 05, p. 01), al buscar información para un proyecto debemos tener en cuenta que no importa la cantidad sino la calidad de la información, esto no quiere decir que dejaremos de lado ninguna información sin analizarla, debemos recopilar la información útil, esto requiere ser persistente, ya que determina siempre el valor de la información necesaria.

### **C. Capacidad de Competencia**

#### **a. Persuasión y elaboración de Redes de Apoyo**

Se utiliza habilidades voluntarias para ser capaz y convencer a los demás.

Cada persona es una composición de fortalezas y debilidades. Las redes de apoyo tienen la ocupación de perfeccionar los lados flacos al buscar las fortalezas de otro o poner en disposición hacia nosotros. Por lo tanto, en este caso todos somos beneficiarios como integrantes de redes de apoyo. CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 07, p. 02).

De acuerdo con CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 07, p. 02) y *Programa de Fomento a la Empresarialidad* (2008, p. 07), las redes de apoyo son primordiales cuando queremos ofrecer nuestros trabajos, proyectos porque así hacemos conocer al cliente del producto, su calidad, existen diferentes redes de apoyo como crear una cuenta para ofrecer el producto ya que las personas se comunican más por redes sociales.

## **b. Autoconfianza**

Es tener creer en uno mismo y en nuestras habilidades que tenemos.

Enuncia sus autoconfianzas de sus habilidades tras las necesidades de cumplir una tarea difícil o realizar un desafío.

Autoconfianza es creer y confiar lo que siento en mi interior, creer en uno mismo, cuando nuestra voz interna nos dice “haz tal cosa” o “no te metas en eso, porque no podrás cumplir”. CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 07, p. 01).

De acuerdo con CAPLAB, COSUDE (2001, sesión 07, p. 01), tener autoconfianza en nosotros mismos no quiere decir que no podremos equivocarnos y tampoco que seamos capaz de todo. Sino que no tememos equivocarnos, que confiamos en nosotros mismos, aceptar un trabajo cuando sabemos que podemos cumplir y también saber decir no cuando no podremos cumplir eso nos hace más capaces de tomar nuestras decisiones y aumentar nuestra autoestima.

De acuerdo con CAPLAB, COSUDE (2001) y *Programa de Fomento a la Empresarialidad* (2008), nos quieren decir que las características empresariales personales forman parte de cada una de las personas, que sirven para el desenvolvimiento de una vida empresarial, para así tener conocimiento y con facilidad enfrentar los retos que se aproximen, usando estrategias que mejor se adapten al mercado donde deseamos vender nuestros productos.

Lo primordial es el mejoramiento de la calidad personal de cada empresario incrementando sus conocimientos, el programa de capacitación laboral nos dicen que cada una de las personas deben tener una percepción autocrítica, donde ellos mismos se den cuenta de los cambios que están adquiriendo para poder tener una visión empresarial.

### **1.2.3 EDUCACIÓN TÉCNICO - PRODUCTIVA**

Esta modalidad forma profesionales de competencias laborales y empresariales.

ETP por finalidad tiene, atender los individuos que buscan tener conocimiento en el mercado laboral.

#### **1.2.3.1 Objetivos de la educación técnico-productiva**

Brindar conocimientos en competitividades profesionales y capacidades emprendedoras.

Se encargan de la actualización de las competencias de los trabajadores que se encuentran en actividad, según los requerimientos que requieren en el mercado laboral.

Sembrar una cultura emprendedora y todo eso en la inserción laboral de los estudiantes y para así pueda crear su propio negocio.

#### **1.2.3.2 Ciclos De La Educación Técnico Productiva**

##### **a. Ciclo Básico**

Proporciona al alumno competencias laborales y capacidades, para realizar proyectos de menor complicación.

Pueden estudiar sin los requisitos escolares, previa caracterización de capacidades básicas para el aprendizaje en el mundo laboral.

Se organizan a través de módulos ocupacionales.

##### **✓ Objetivos Ciclo Básico**

- ✓ Se desarrollan sus capacidades para realizar proyectos de menor complejidad.
- ✓ Se desarrollan sus actividades productivas que le accedan ejecutar con eficacia una función de fabricación de bienes o carga de servicios.

- ✓ Tiene como objetivo formar a los estudiantes con capacidad para poder enfrentar responsabilidades y expectativas en el mundo del trabajo laboral.

### **b. Ciclo Medio**

Beneficia al alumno en competencias laborales para realizar proyectos especializados de una especialidad Técnico Productiva.

Los estudiantes tienen acceso: requerimiento de competencias semejantes al nivel de educación primario o al ciclo intermedio de la EBA.

Todo está organizado en módulos que manifiestan a un perfil Técnico de especialidad.

#### **✓ Objetivos Del Ciclo Medio**

- ✓ Ayudar a fortificar las capacidades del emprendimiento que le permita generar su propio trabajo.
- ✓ Ayuda a los estudiantes en las capacidades técnicas, comunicativas y sociales que favorezcan a su formación de especialidad.
- ✓ forman a los estudiantes para la actividad productiva en una especialidad, que les permita adaptarse a las reformas laborales que puedan provocar en el camino de la vida.
- ✓ fortalecer a los estudiantes en sus actitudes y valores que favorezcan a su relación personal, social en el centro de labor.

### **c. Cetpro Desarrolla Otras Actividades**

Las actividades a desarrollar del cetpro:

Capacitación (60 a 150 horas)

Actualización (60 a 100 horas)

Reconversión laboral (120 a 200 horas) Ministerio de educación, (2011)

### **1.2.3.3 Cetpro Santa Cruz De Huarochirí**

Está ubicado Jirón lima s/n, distrito Huarochirí, provincia Huarochirí, departamento Lima, el cetpro Santa Cruz está dirigido por un director, conformado por tres especialidades, donde se encuentra la especialidad Industria del Vestido, cuentan con 30 estudiantes, está a cargo de un docente donde se encarga de guiar a sus estudiantes profesionalmente, la categoría es escolarizada las clases se brindan en el turno tarde de 2 pm a 8 pm, los estudiantes son personas de la población, la mayoría son personas mayores por lo tanto la docente enseña individualmente a cada estudiante.

Su objetivo es fortalecer las capacidades adquiridas por el alumno en el transcurso del desarrollo de los módulos, pueden desempeñarse en una situación real de trabajo para que le permita insertarse a los mercados laborales. Ministerio de Educación (2009, p. 32).

De acuerdo con el Ministerio de Educación (2019, p. 32). Educación Técnica Productiva está orientada para lograr competencias laborales y empresariales, tiene como finalidad buscar personas que puedan tener una oportunidad en el mercado laboral, en esta educación se fortalece que sean una cultura emprendedora e innovadora que facilite la inserción laboral de los estudiantes, los ayude para formar su propio negocio o empresa.

### **1.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS**

#### **Capacidad**

De acuerdo con la Real Academia Española (RAE), significa capacidad, aptitud, cualidad que dispone a alguien para realizar el buen trabajo.

#### **Comercialización**

De acuerdo con (RAE), significa “dar a un producto condiciones y vías de distribuciones para su venta.” “Poner a la venta un producto”.

#### **Competencia**

Son consecuencias de la composición en formas coherentes de las actitudes (visión, misión, filosofía); las aptitudes (rutinas, políticas, aprendizaje); las capacidades (liderazgo, habilidades, experiencias); que nos admiten interactuar interna y extremadamente en forma eficientemente, beneficiando sus adaptaciones y facilitándoles en el trabajo en las competitividades tecnológicas e individuales.

#### **Creatividad**

De acuerdo con la Real Academia Española (RAE), proviene del verbo crear del latín “creare” “producir algo de la nada”. “Establecer, fundar, introducir por primera vez algo; concebir algo nuevo o brindarle la vida”.

#### **Ejecutar**

De acuerdo con la Real Academia Española (RAE), proviene de latín “exsequi” quiere decir “consumar”, “cumplir”. Se convierte en “Poner por obra algo”, “desempeñar con arte y facilidad algo”, etc.

Los métodos de los planes técnicos-productivos, el cumplimiento es el proceso mediante el cual origina un bien o un servicio. La ejecución de un servicio pertenece al periodo de la venta.

**Emprendedor**

En la Real Academia Española (RAE), significa que promueve con valor de acciones difíciles o arriesgadas.

**Emprender**

La Real Academia Española (RAE), significa acometer e iniciar unas obras, negocios, empeños, especialmente si encierran conflicto o riesgo.

**Empresa**

Es un trabajo arduo y difícil que valientemente se emprende. Hogar o corporación económico o industrial organizada para emprender o llevar a cabo una obra, asociaciones o proyectos de jerarquía. Es una obra que realizan cuando intervienen varias personas.

**Investigación**

Es una estrategia de las personas para poder obtener nuevos conocimientos y, por ese camino, casualmente dar salida a los conflictos e interrogaciones carácter científico. Es el suceso de llevar a cabo tácticas para revelar algo. Asimismo accede hacer acuerdo con el conjunto de actividades de índoles intelectuales y experimentales de caracteres sistemáticos con la intención de aumentar los conocimientos sobre un explícito tema.

**Organización**

De acuerdo con la Real Academia Española (RAE), significa operación y resultado de una organización.

Agrupación de individuos reglamentada por un conjunto de normas en función de explícitos fines.

**Planificación**

De acuerdo con la Real Academia Española (RAE), significa acción y efecto de

Planificar.

Los planes generales, metódicamente organizado y continuamente de gran amplitud, para obtener objetivos definitivos, así como el desarrollo unánime de un determinado lugar, el progreso económico, la indagación científica, los funcionamientos de las fabricaciones, etc.

### **Proyecto**

La Real Academia Española (RAE), significa "conjunto de escritos, cálculos y dibujos que se hacen para dar idea de cómo ha de ser y lo que ha de costar una obra de arquitectura o de ingeniería".

Es beneficioso porque sirve para originar fortunas, saberes y conocimientos obligatorios para tener una mejor calidad de vida.

## **CAPITULO II**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **2.1 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA**

En algunos países de América Latina, la enseñanza tecnológica se encuentra más desarrollada que en otros. En este contexto, por ejemplo, en Chile, Brasil, Argentina y Costa Rica la educación tecnológica está teniendo importancia, pero basado en la utilización de medios y materiales productivos, debido a los desarrollos tecnológicos que se dan actualmente.

En Perú, se ha dado cambios en el sistema educativo, pero le dan poca importancia, la Educación Tecnológica. Nuestro país al convertirse en una sociedad de consumo ha renunciado al desarrollo tecnológico, pero para estar acorde con la globalización existe la necesidad de relanzar una política agresiva en cuanto a educación tecnológica y la capacidad empresarial, para ello la formación profesional debe ser sólida. En ello travesea un papel muy significativo la revalorización de nuestra identidad cultural con proyectos productivos según las características empresariales personales.

En el distrito de Huarochirí, los estudiantes del CEPTRON Santa Cruz se encuentran inmersos a educar diferentes especialidades técnicas, como futuros emprendedores. Podemos encontrar la especialidad de Industria del Vestido donde la enseñanza se da a través de módulos, en el turno tarde, sección única, duración de 240 horas. Los estudiantes realizan confección de

prendas de vestir, asimismo confeccionan carteras y diversos proyectos, usando los telares elaborados con la lana que se obtiene de los animales como: ovejas, llamas, etc. Aplicando los bordados a mano según las enseñanzas del docente y la creatividad de cada estudiante.

El CETPRO Santa Cruz, la especialidad de Industria del Vestido, se encuentra en constante desarrollo intelectual y práctico debido a las enseñanzas que le brinda la docente de la especialidad.

Actualmente, los estudiantes del CETPRO Santa Cruz de Huarochirí adquieren conocimientos sobre proyectos productivos y características empresariales personales, brindada por la docente.

Nosotras queremos saber si las estudiantes, desarrollan y ponen en práctica lo aprendido durante los ciclos de estudio de esta manera puedan insertarse a las exigencias de la localidad.

El resultado que se obtendrá en este proyecto de investigación beneficiará a la institución, docentes y estudiantes para perfeccionar la eficacia de formación y aprendizaje.

## **2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **2.2.1 Problema general**

¿Qué relación existe entre los proyectos productivos y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO de Santa Cruz, distrito de Huarochirí, 2017?

### **2.2.2 Problemas específicos**

¿Qué relación existe entre el estudio de mercado y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO de Santa Cruz, distrito de Huarochirí, 2017?

¿Qué relación existe entre el proceso productivo y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO de Santa Cruz, distrito de Huarochirí, 2017?

¿Qué relación existe entre la comercialización y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO de Santa Cruz, distrito de Huarochirí, 2017?

## **2.3 OBJETIVOS**

### **2.3.1 Objetivo general**

Determinar la relación que existe entre los proyectos productivos y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO de Santa Cruz, distrito de Huarochirí, 2017.

### **2.3.2 Objetivos específicos**

Determinar la relación que existe entre el estudio de mercado y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO de Santa Cruz, distrito de Huarochirí, 2017.

Determinar la relación que existe entre el proceso productivo y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO de Santa Cruz, distrito de Huarochirí, 2017.

Determinar la relación que existe entre la comercialización y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO de Santa Cruz, distrito de Huarochirí, 2017.

## **2.4 JUSTIFICACIÓN DE LA TESIS**

### Justificación teórica:

Este proyecto se realiza con la finalidad de analizar y conocer, si los proyectos productivos que realizan las estudiantes, tienen un gran nivel de influencia o ausencia en sus características empresariales personales, adquiriendo una visión empresarial.

### Justificación práctica:

Al realizar el proyecto tuvimos la dificultad de conseguir información relacionada con nuestro tema, a pesar de eso continuamos con el proyecto de nuestra tesis.

### Justificación legal:

Este estudio ha sido desarrollado en atención a la norma legal, como lo establece la nueva Ley Universitaria 30220.

## **2.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

El trabajo de investigación proyectos productivos y característicos empresariales personales presentó algunas limitaciones.

-Son insuficientes los trabajos de investigación (tesis) referentes al tema planteado.

-Son insuficientes la información (libro) referentes al tema planteado.

-Las instituciones privadas (institutos) no permiten el ingreso a sus bibliotecas.

-El recurso económico para poder realizar el presente trabajo de investigación.

## **CAPÍTULO III**

### **HIPÓTESIS Y VARIABLES**

#### **3.1 HIPÓTESIS**

##### **3.1.1 Hipótesis general**

El proyecto productivo se relaciona directamente con las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO de Santa Cruz, distrito de Huarochirí, 2017.

##### **3.1.2 Hipótesis específicas**

El estudio de mercado se relaciona directamente con las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO de Santa Cruz, distrito de Huarochirí, 2017.

Los procesos productivos se relacionan directamente con las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO de Santa Cruz, distrito de Huarochirí, 2017.

La comercialización se relaciona directamente con las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO de Santa Cruz, distrito de Huarochirí, 2017.

## **3.2 VARIABLES**

### **3.2.1. V1. Proyectos Productivos**

Los proyectos productivos son las aplicaciones de metodologías aprobadas de enseñanza aprendizaje, permite la ejecución del trabajo que él participante aprenda haciendo a organizar, planificar y ejecutar la tarea en equipo.

### **3.2.2. V 2. Características Empresariales Personales**

Es una cualidad y comportamientos individuales inevitables para poder ser un gran empresario.

### 3.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**Proyectos productivos y las características empresariales personales de los estudiantes  
de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO de Santa Cruz, distrito de  
Huarochirí, 2017**

VARIABLES	DIMENSIONES	IINDICADORES
PROYECTOS PRODUCTIVOS	Estudio del mercado	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Necesidades y características del mercado de la zona.</li> <li>2. Análisis de la situación productiva.</li> <li>3. Determinación de la idea.</li> </ol>
	Proceso productivo	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Planificación del proyecto.</li> <li>5. Desarrollo del modelo o patrón.</li> <li>6. Elaboración del producto.</li> <li>7. Control de la calidad del producto.</li> </ol>
	Comercialización	<ol style="list-style-type: none"> <li>8. Distribución del producto.</li> <li>9. La publicidad.</li> <li>10. El lugar de venta.</li> </ol>
CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES PERSONALES	Capacidad de logro	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Buscar oportunidades y tener iniciativa.</li> <li>2. Ser persistente.</li> <li>3. Cumplir los contratos.</li> <li>4. Exigir eficiencia y calidad.</li> <li>5. Correr riesgos moderados.</li> </ol>
	Capacidad de planificación	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Fijar metas.</li> <li>7. Planificar sistemáticamente.</li> <li>8. Buscar información.</li> </ol>
	Capacidad de competencia	<ol style="list-style-type: none"> <li>9. Autoconfianza.</li> <li>10. Crear redes de apoyo.</li> </ol>

**TÍTULO SEGUNDO:**  
**TRABAJO DE CAMPO**

## **CAPÍTULO IV**

### **METODOLOGÍA**

#### **4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El camino cuantitativo (simboliza, como dijimos, un conjunto de conocimientos) es secuencial y demostrativo. Cada período antecede a la sucesiva y no logramos “brincar” o eludir pasos. El mandato es rigurosamente, aunque desde luego, tomamos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez limitada, se proceden objetivos e interrogaciones de indagación, se examina el lenguaje y se proyecta un marco o una representación teórica. De las interrogaciones se instituyen hipótesis y establecen variables, se ejecuta un plan para experimentar (diseño); se calculan las variables en un terminante contexto; se analizan la mediciones derivadas utilizando procesos estadísticos, y se extrae una serie de terminaciones con de la hipótesis. Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014, p. 4).

## 4.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El procedimiento trabajado en la presente investigación ha sido No Experimental Transaccional o transversales.

Carrasco, S. (2006), sostiene que “son aquellos cuyas variables independientes carecen de manipulación intencional, y no poseen grupo de control, y mucho menos experimental. Analizan y estudian los hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencia” (p. 71).

La indagación se ejecuta sin manejar intencionadamente variables. Quiere decir, se trata de estudios donde no hacemos la modificación de manera intencional la variable independiente para así ver el resultado sobre otras variables.

En cambio, en los estudios no experimentales no se forma ningún contexto, sino que se ven situaciones existentes, no incitadas intencionalmente en la investigación no experimental las variables independientes y todo eso es posible manejar, no se posee inspección directo sobre dichas variables independientes suceden y no es viable manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede intervenir en ellas, porque ya ocurrieron, equivalente sus efectos. Hernández, R. et al (2014, p. 152).

De acuerdo con Carrasco, S. (2006, p. 71) y Hernández, R. et al (2014, p. 152), las variables no necesitan manejo voluntario y no tienen grupo de control, solo se examinan y se estudia los hechos del ambiente del lugar que se va realizar la investigación.

### 4.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Es Descriptivo - Correlacional.

#### **Descriptivo:**

Según Carrasco, S. (2006), sostiene que “estos diseños se emplean para analizar y conocer las características, rasgos, propiedades y cualidades de un hecho o fenómeno de la realidad de un momento determinado del tiempo” (p. 72).

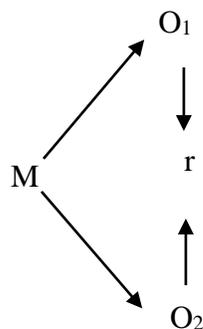
Según Hernández, R. et al (2014), sostiene que “los diseños transeccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc., y proporcionar su descripción” (p. 155).

#### **Correlacional:**

Carrasco, S. (2006), mantiene que “estos diseños tienen la particularidad de permitir al investigador, analizar y estudiar la relación de hechos y fenómenos de la realidad (variables), para conocer su nivel de influencia o ausencia de ellas, busca determinar el grado de relación entre la variables que se estudia” (p. 73).

Hernández, R. et al (2014), sostiene que “estos diseños describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en su momento determinado” (p. 157).

De acuerdo con Sergio Carrasco, S. (2006, p. 73), Hernández, R. et al (2014, p. 157), es diseño Descriptivo porque vamos a analizar y conocer los proyectos productivos y las características empresariales de los estudiantes del CETPRO de Santa Cruz, distrito de Huarochirí, 2017, es Correlacional porque permite conocer la influencia o ausencia entre variables.



Dónde:

M = Muestra

O<sub>1</sub> = Observación V.1. Proyectos productivos.

O<sub>2</sub> = Observación V.2. Características empresariales personales.

r = Correlación entre las variables Proyectos productivos y Características empresariales personales.

#### 4.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

##### **Población**

Carrasco, S. (2006, p. 236), sostiene que “población es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación”.

De acuerdo con Carrasco, S. (2006, p. 236), en este trabajo, la población está constituida por 30 estudiantes de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí.

**Muestra:**

Hernández, R. et al (2014, p. 175), sostiene “la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características a que llamamos población”.

**Tipo de Muestra: No Probabilística**

Hernández, R. et al (2014), afirma: “En los procedimientos no son mecánicos ni se apoyan en técnicas de probabilidades, sino obedece del trascurso de toma de disposiciones de los investigadores, las muestras escogidas cumplen a otras razones de investigación”, (p. 176).

De acuerdo con Hernández, R. et al (2014, p. 176), el tipo de muestra que hemos elegido es no probabilística ya que se trabajara con toda la población es decir que la muestra será idéntica a la población.

## 4.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### **Técnica: Encuesta**

Carrasco, S. (2006), sostiene que “la encuesta puede definirse como una técnica de investigación social para la indagación, exploración y recolección de datos, mediante preguntas formuladas directa o indirectamente a los sujetos que constituyen la unidad de análisis del estudio investigativo” (p. 314).

Para el autor Carrasco, S. (2006, p. 314), existen diferentes instrumentos de la técnica de encuesta, nosotros usaremos los siguientes:

### **Instrumento: Cuestionario.**

(...) Las preguntas para el cuestionario se transforman en la atención a las variables de la dificultad de la investigación, así como la estrecha relación con los itinerarios e índices que se han procedido de ellas. Y aún más y más, sin desperdiciar de vista cada una de la hipótesis, problemas y objetivos específicos del trabajo investigativo. Carrasco, S. (2006, p. 318).

Según Carrasco, S. (2006, p. 318), al aplicar la técnica encuesta recolectaremos datos mediante preguntas que realizaremos a través del instrumento cuestionario de respuesta directa.

### **Escala de Likert**

La escala de Likert es una distribución que representa un conjunto de ítems en forma de propuestas positiva (favorables), sobre hechos y anómalos sociales o naturales de la realidad, conductas propios y agrupados de personas o fundaciones de los cuales se pide que los individuos sometidas a observación expresen su opinión o actitud. Para ello es

preciso que cada ítem contenga una progresión escalonada de contestaciones, que van de lo más favorable a lo menos favorable, de tal modo que accedan a las personas observadas, expresar sus opiniones y padecerlas de formas objetivas y precisas. Carrasco, S. (2006, p. 296).

Según Carrasco, S. (2006, p. 296), la observación es la obtención, recopilación y registro de una información, en este caso usaremos el instrumento escala de Likert y así poder determinar si existe relación entre variables.

## **4.6 ELABORACIÓN Y VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS**

Según Hernández, R. et al. (2014), sostiene “la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida la mismo individuo u objeto produce resultados iguales” (152).

En los términos frecuentes, se trata al nivel en que un instrumento realiza las medidas efectivamente en la variable que proyecta medir.

### **4.6.1 Validez y confiabilidad de los instrumentos**

Se elaboraron dos instrumentos de investigación para legitimar las variables que son cuestionarios.

### **4.6.2. Validación de los Instrumentos**

Las validaciones de los instrumentos de recolección de datos se ejecutó mediante los siguientes procedimientos: Valor externa y confiabilidad interna.

Sabino, C. (1992) respecto a la Validez: “Para que una escala pueda considerarse como capaz de aportar información objetiva debe reunir los siguientes requisitos básicos: validez y confiabilidad” (p. 154).

En el texto anterior se especifica la validación de los instrumentos y se determina la capacidad de las preguntas para medir las situaciones para lo cual fueron edificados.

#### **4.6.3. Validez de los Instrumentos de recolección de datos**

La manera como se realiza a través de la evaluación de juicio de expertos, por lo tanto acudimos a profesores de una buena trayectoria, en la Cátedra de la Universidad “Enrique Guzmán y Valle”, donde determinaron la validez de los ítems de los instrumentos realizados en la investigación.

A los respectivos expertos otorgamos la matriz de consistencia, los instrumentos y la ficha de validación donde se establecieron: la correspondencia de los criterios, objetivos e ítems, calidad técnica de representatividad y la calidad del lenguaje.

En las bases de los procedimientos de validación descrita, los expertos concluyeron que es oportuno la existencia de una estrecha relación entre los criterios y objetivos del estudio y los ítems que tiene como elementos de los dos instrumentos de colección de la información.

En las cuantificaciones de las calificaciones de los expertos, se observa en la siguiente tabla:

**Tabla 1:** Nivel de validez de las encuestas según el juicio de expertos

<b>Expertos</b>	<b>Proyectos productivos</b>	<b>Características empresariales personales</b>
<b>Dra. Mitma-Mamani Pilar</b>	<b>82.5</b>	<b>82</b>
<b>Dra. Espinoza Zavala Eva Esther</b>	<b>92.5</b>	<b>92.5</b>
<b>Mg. Arias Julca Rosa María</b>	<b>82.5</b>	<b>83</b>

*Fuente: Instrumentos de opinión de expertos*

Los resultados en seguida de tabular la calificación emitida por los expertos, están reverenciadas a un nivel de validez muy bueno.

Los resultados son comprendidos mediante el siguiente cuadro que presentamos en la tabla:

<b>Valores de los niveles de validez</b>	
<b>VALORES</b>	<b>NIVELES DE VALIDEZ</b>
91 – 100	Excelente
81 – 90	Muy bueno
71 – 80	Bueno
61 – 70	Regular
51 – 60	Deficiente

Fuente: Cabanillas Alvarado, Gualberto (2004, p. 76).

La validez de los instrumentos del juicio de expertos, logramos concluir que dualidades instrumentos tienen Buena validez.

#### 4.6.4. Confiabilidad de los instrumentos

La confiabilidad interna de los instrumentos de investigación se ejecutó un trabajo piloto con 10 estudiantes, seleccionados al azar y se aplicaron la prueba estadística alfa de Cronbach ya que los instrumentos tienen contestaciones de tipo politómico bajo una escala de Likert.

De acuerdo con Hernández, Fernández & Baptista (2006, p. 35), se concreta como el grado en que un test es permanente ya que al aplicarla en otras instituciones del idéntico nivel se conseguirán resultados similares en el espacio tiempo, obteniendo ser extrapolable.

Los criterios de la confiabilidad de los instrumentos miden el nivel de exactitud en la medida, a más exactitud en el instrumento mínimo error en la recolección de datos.

El coeficiente de Alfa Cronbach, avanzado por J. L. Cronbach, por lo tanto, requiere de una sola administración de la herramienta de medida provoca valores que oscilan entre cero y uno. Es adaptable a escalas de varios valores posibles, pueden ser utilizados para determinar la confiabilidad en escalas cuyos ítems tienen como contestación más de dos dificultades (politómicas).

Coeficiente Alfa Cronbach:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

<b>K:</b>	El número de Ítems
$\sum Si^2$ :	Sumatoria de Varianzas de los Ítems
$S_T^2$ :	Varianza de la suma de los Ítems
<b><math>\alpha</math></b> :	Coefficiente Alfa de Cronbach

Los procedimientos se realizaron de la siguiente manera:

- a) Se estableció una muestra piloto de 10 estudiantes.
- b) Se empleó el instrumento validado anticipadamente por juicio de expertos.
- c) Los efectos logrados mediante estudios de la confiabilidad es el siguiente:

**Tabla 2:** Confiabilidad del instrumento

<b>Instrumento</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° de ítems</b>
<b>Proyectos productivos</b>	<b>0,84</b>	<b>15</b>
<b>Características empresariales personales</b>	<b>0,82</b>	<b>15</b>

En resultado, las herramientas de investigación son completamente aceptables y aplicables, como la tabla de valoración siguiente:

***Valores de los niveles de confiabilidad***

<b>VALORES</b>	<b>NIVEL DE CONFIABILIDAD</b>
0,53 a menor	Confiabilidad nula
0,54 hacia 0,59	Confiabilidad baja
0,60 hacia 0,65	Confiable
0,66 hacia 0,71	Muy confiable
0,72 hacia 0,99	Excelente confiabilidad
1,0	Confiabilidad perfecta

Fuente: Hernández Sampieri, Roberto & otros (2006, p. 438 – 439).

En la aplicación de las preguntas se consiguió el valor de 0,81 y 0,83 afirmando que las preguntas poseen una excelente confiabilidad y pueden ser aplicables.

#### **4.7 PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Recoger los datos involucra construir un plan detallado de operaciones que nos transporten a congregar datos con un propósito específico. Concurren varios tipos de instrumentos de medida, cada uno con características diferentes. Sin embargo, la manera general para construirlos y aplicarlos es semejante. Hernández, R. et al. (2014, p.210).

1. Hemos reevaluado las variables, Proyectos productivos y Características empresariales personales.

2. Según la información obtenida para poder medir de nuestras variables hemos optado por la técnica encuesta y el instrumento escala de Likert.
3. Una vez identificadas las dimensiones de las variables, se establecieron los itinerarios de cada dimensión.
4. Utilizamos la técnica encuesta, con el instrumento de forma indirecta denominado cuestionario que se realizó a cada estudiante en el CETPRO Santa Cruz del distrito de Huarochirí.
5. Construcción del instrumento: El instrumento cuestionario fue medido con la escala de Likert; cada ítem tuvo una graduación escalonada de respuestas, donde cada estudiante marcó la respuesta más favorable.
6. Prueba piloto: El cuestionario fue aplicado a un grupo de 10 estudiantes como prueba piloto para probar su validez y confiabilidad.
7. Desarrollar su versión definitiva: el instrumento cuestionario pasó la prueba piloto, lo que dio paso a su aprobación y aplicación.
8. Las investigadoras se capacitaron para la aplicación del instrumento de medición.
9. Nos presentamos ante las autoridades, para obtener el permiso necesario para la aplicación de los instrumentos de mediciones.
  - Director del CETPRO Santa Cruz de Huarochirí.
  - Profesora encargada de la especialidad Tecnología del Vestido.
  - Estudiantes del CETPRO.
10. Explicamos el motivo de nuestra presencia a las estudiantes y el porqué de la realización de la tesis en dicha institución agradeciendo su permiso y colaboración.

## 4.8 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO E INTERPRETACIÓN DE DATOS

En esta parte, se interpretan, estudian y demuestran las pruebas estadísticas más manejadas. Se muestran la sucesión de los análisis más comunes, con estadísticas descriptivas, análisis paramétricos, no paramétricos y multivariados. La totalidad de estos estudios, el rumbo del capítulo se concentra en los usos y la paráfrasis de las metodologías, más que en las operaciones de cálculos, debidos a los estudios todo ello se realizan con ayuda de los programas de las computadoras. Hernández, R. et al. (2014, p. 270).

### **Análisis cuantitativo**

1. Seleccionamos un software apropiado para analizarlas.
2. Ejecutamos los programas.
3. Exploramos los datos: analizamos y visualizamos por las variables de los estudios.
4. Evaluamos la seguridad y valor de los instrumentos seleccionados.
5. Llevamos los estudios estadístico descriptivo de cada variable del estudio.
6. Realizamos los estudios agregados.
7. Preparamos las consecuencias: Los estudios se realizan tomando en cuenta los niveles de medida de las variables a través de la estadística: Descriptiva e inferencial.

### **Descriptiva**

1. Repartición de frecuencias.
2. Medidas de disposición central (Media, Mediana, Moda).
3. Medidas de inestabilidad (Rango, Desviación estándar, Varianza).
4. Gráficas.

**Inferencial**

Vale para apreciar parámetros, examinar hipótesis

Se fundamentó en la repartición muestral.

1. Los exámenes paramétricos: Capacidades de correlación, Regresión lineal, Prueba de t, Prueba de la contraste proporciones, Estudios de Varianza, Estudios de covarianza.
2. Los exámenes no paramétrico: Coeficiente de Cronbach, Coeficiente de Spearman.

#### 4.9 ASPECTO ÉTICO

La investigación científica es una empresa social, es natural deducir que la humanidad está enferma, espiritualmente todo esto puede contagiar a los científicos. Esto no se trata la preocupación de las personas que están sujetos a la investigación, ni de las corporaciones consagradas a la investigación, la preocupación se da para las políticas de investigaciones estatales y también para los investigadores correspondieron concordar a un código de ética.

Según Ñaupas, P., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. (2013, p. 389).

De acuerdo con Ñaupas, H. et al. (2013, p. 389), el autor nos quiere decir que, si la humanidad adolece, puede ser contagioso para los investigadores. Parte de nosotros los investigadores ser personas responsables y sobre todo transparentes.

Con este estudio queremos lograr un resultado que ayude a los estudiantes, profesores e institución, donde vamos a realizar el trabajo de campo de nuestro proyecto de tesis.

Contamos con participantes en las encuestas, les brindaremos la información del propósito y del resultado del proyecto de investigación, que será para mejorar a un futuro la enseñanza y aprendizaje.

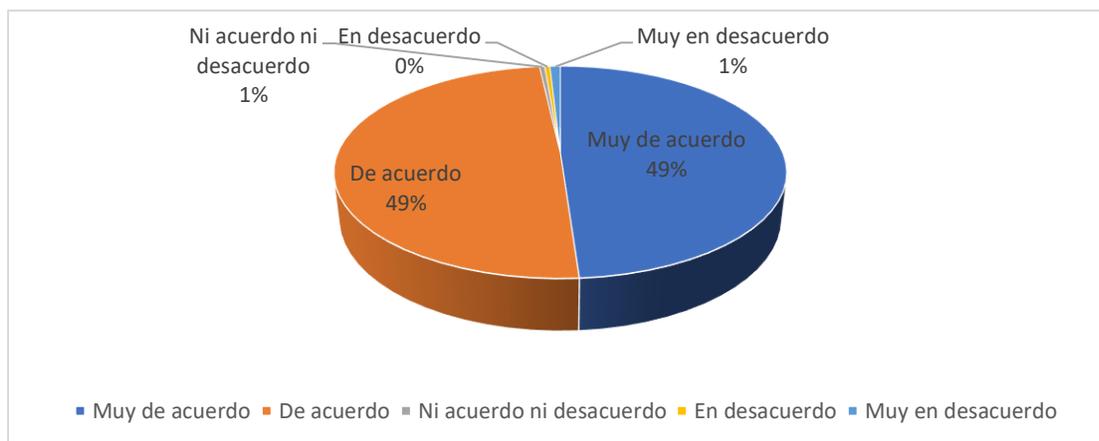
En la recolección de información para el contenido de la tesis, estamos basándonos en libros con autores que coinciden en su pensar.

## CAPÍTULO V

### RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS (TABLAS, GRÁFICOS, HISTOGRAMAS, ETC.)

##### Interpretación de datos Variable 1: Proyectos productivos

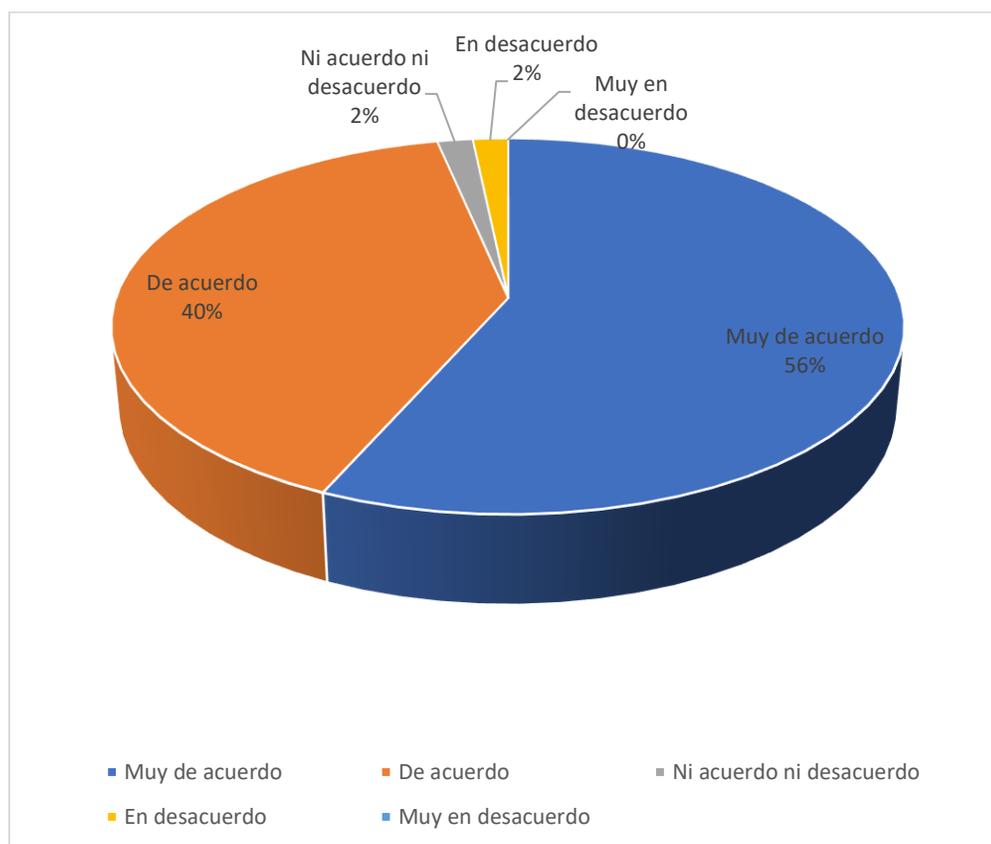


**Figura 1:** Frecuencia de Respuesta de los estudiantes en la variable proyectos productivos.

##### Comentario:

En la figura 1 se puede ver que el 49% de los estudiantes encuestados manifestaron como De acuerdo su respuesta que es la totalidad, también un 49% manifestaron como Muy de acuerdo su contestación, seguido de un 1% que es la minoría que respondieron lo inverso a su respuesta, por lo cual la variable proyectos productivos tiene una aceptación favorable.

### Dimensión: El estudio de mercado

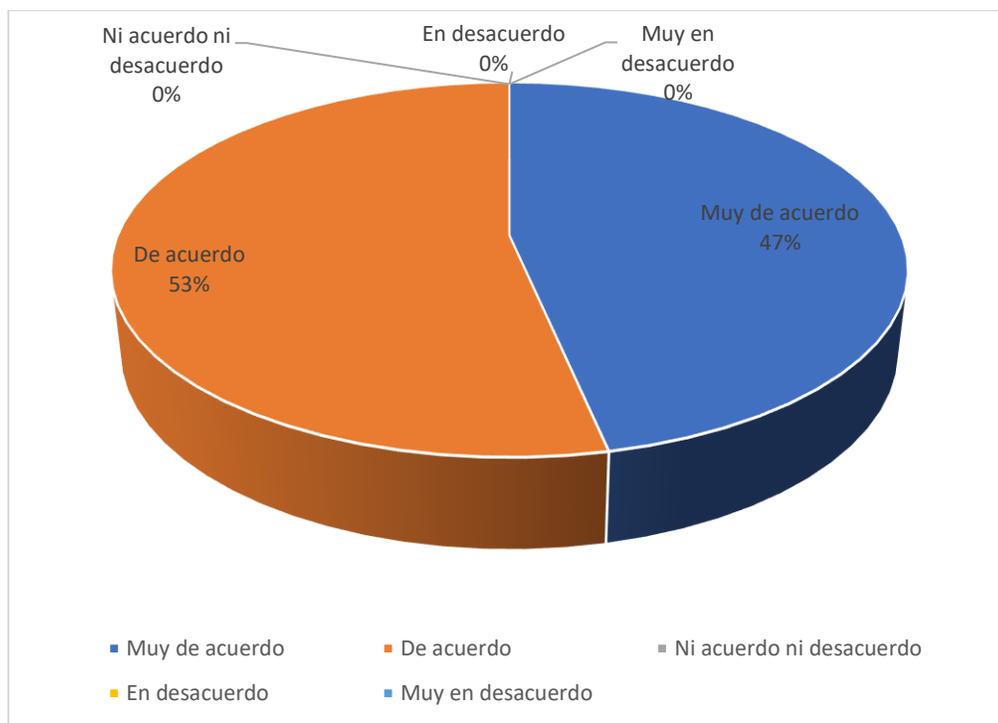


**Figura 2:** Frecuencia de Respuesta de los estudiantes en la dimensión estudio de mercado

#### Comentario:

En la figura 2 se logra ver que el 56% de los estudiantes interrogados manifestaron como Muy de acuerdo su contestación que es la totalidad, también un 40% respondieron como De acuerdo su contestación, seguido de un 2% que es la minoría que respondieron lo inverso su respuesta, por lo cual la dimensión estudio de mercado de la variable proyectos productivos presenta una aceptación favorable.

**Dimensión:** Los procesos productivos

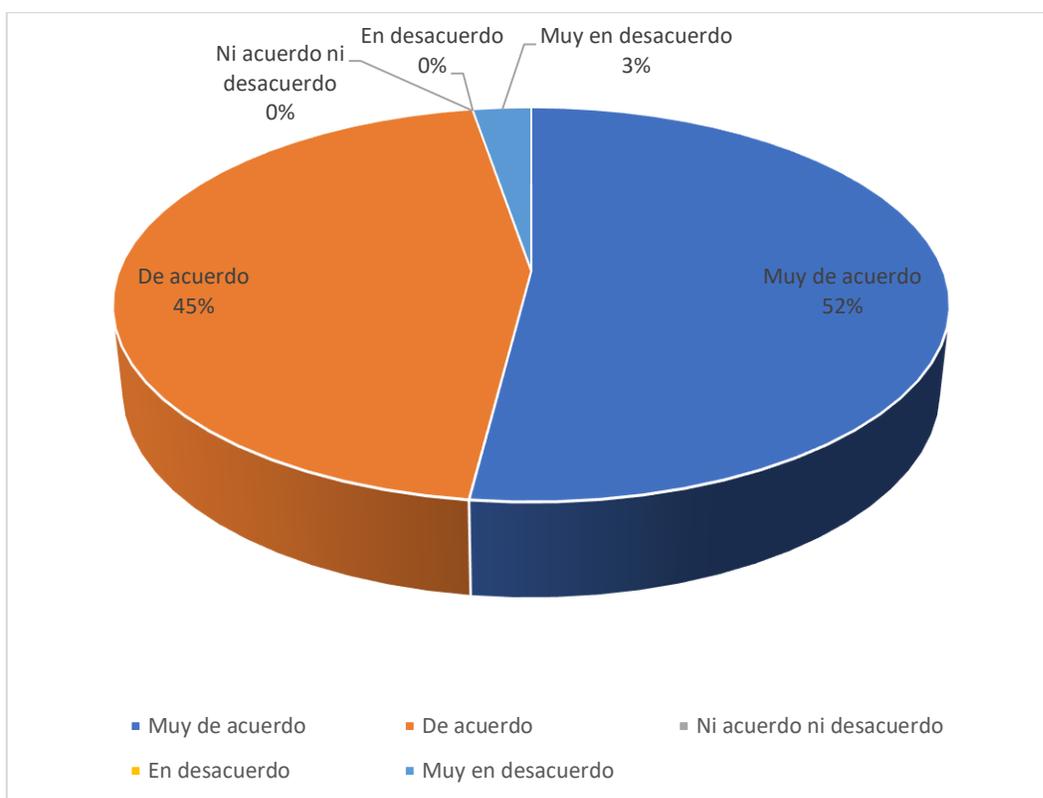


**Figura 3:** Frecuencia de Respuesta de los estudiantes en la dimensión procesos productivos

**Comentario:**

En la figura 3 se consigue ver que el 53% de los estudiantes interrogados manifestaron como De acuerdo su contestación que es la totalidad, además un 47% manifestaron como Muy de acuerdo su contestación, por lo cual la dimensión estudio de mercado de la variable proyectos productivos tienen una aceptación muy favorable.

### Dimensión: La comercialización

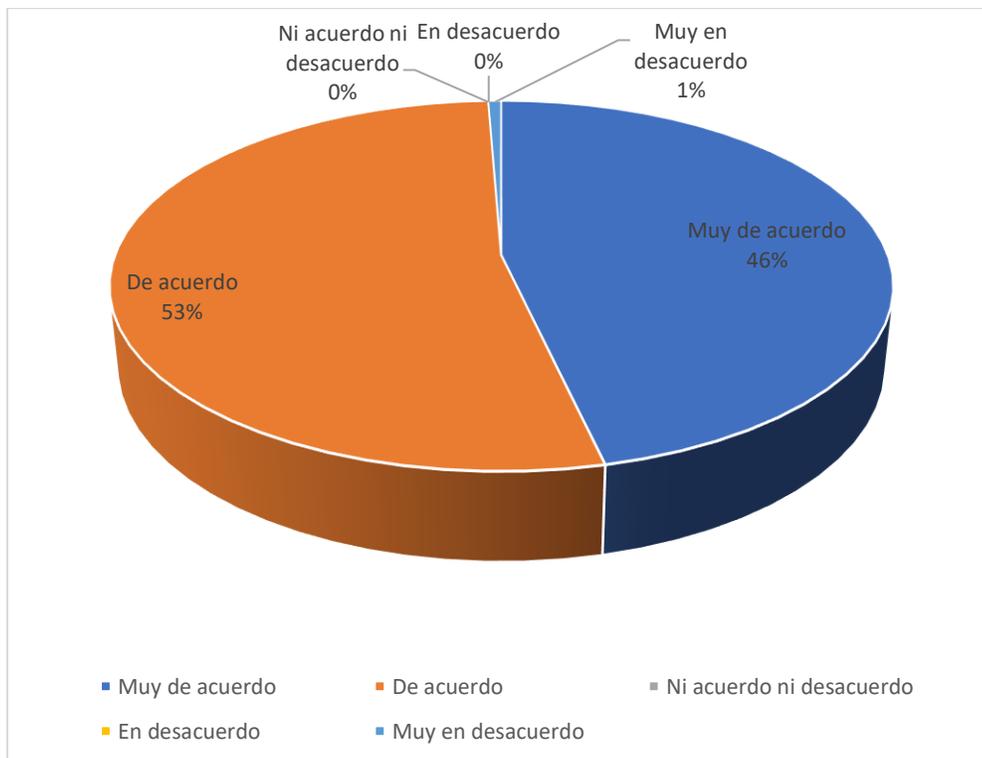


**Figura 4:** Frecuencia de Respuesta de los estudiantes en la dimensión comercialización

#### Comentario:

En la figura 4 se logra ver que el 42% de los estudiantes interrogados manifestaron como De acuerdo su contestación que es la totalidad, además un 52% respondieron como Muy de acuerdo su contestación, y un 3% respondió Muy en desacuerdo su contestación por lo que la dimensión comercialización de la variable proyectos productivos tiene una aceptación muy favorable.

**VARIABLE 2:** Características empresariales personales



**Figura 5:** Frecuencia de Respuesta de los usuarios en la variable Características empresariales personales

**Comentario:**

En la figura 5 se observa que el 53% de los estudiantes interrogados manifestaron como De acuerdo su contestación que es la totalidad, además un 46% manifestaron como Muy de acuerdo su contestación, y un 1% respondió inversamente su respuesta por lo que la variable Características empresariales personales tiene una aceptación muy favorable.

## 5.2. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS

### 5.2.1. PRUEBA DE HIPÓTESIS

#### HIPÓTESIS GENERAL

Hg:  $\rho \neq 0$ : El proyecto productivo se relaciona directamente con las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017

H<sub>0</sub>:  $\rho = 0$ : El proyecto productivo no se relaciona directamente con las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017

#### PRUEBA DE LA HIPÓTESIS GENERAL:

##### Hipótesis Estadística:

El valor de coeficiente de correlación r de Spearman determina una relación lineal entre las variables.

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum D_i^2}{N^3 - N}$$

Donde:

$D_i$  : Diferencia entre el i-ésimo par de rangos =  $R(X_i) - R(Y_i)$

$R(X_i)$ : es el rango del i-ésimo dato X

$R(Y_i)$ : es el rango del i-ésimo dato Y

N: es el número de parejas de rangos

El valor  $r_s$  de Spearman es  $r_s = 0,82$

Para ello, se aplica la prueba de hipótesis de parámetro  $\rho$  (rho).

Como en toda prueba de hipótesis, la hipótesis nula  $H_0$  establece que no existe una relación, es decir, que el coeficiente de correlación  $\rho$  es igual a 0. Mientras que la hipótesis alterna  $H_a$  propone que sí existe una relación significativa, por lo que  $\rho$  debe ser diferente a 0.

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_g: \rho \neq 0$$

### DECISIÓN ESTADÍSTICA:

De acuerdo con el resultado del procesamiento obtenido con el SPSS 22:

**Tabla 3:**

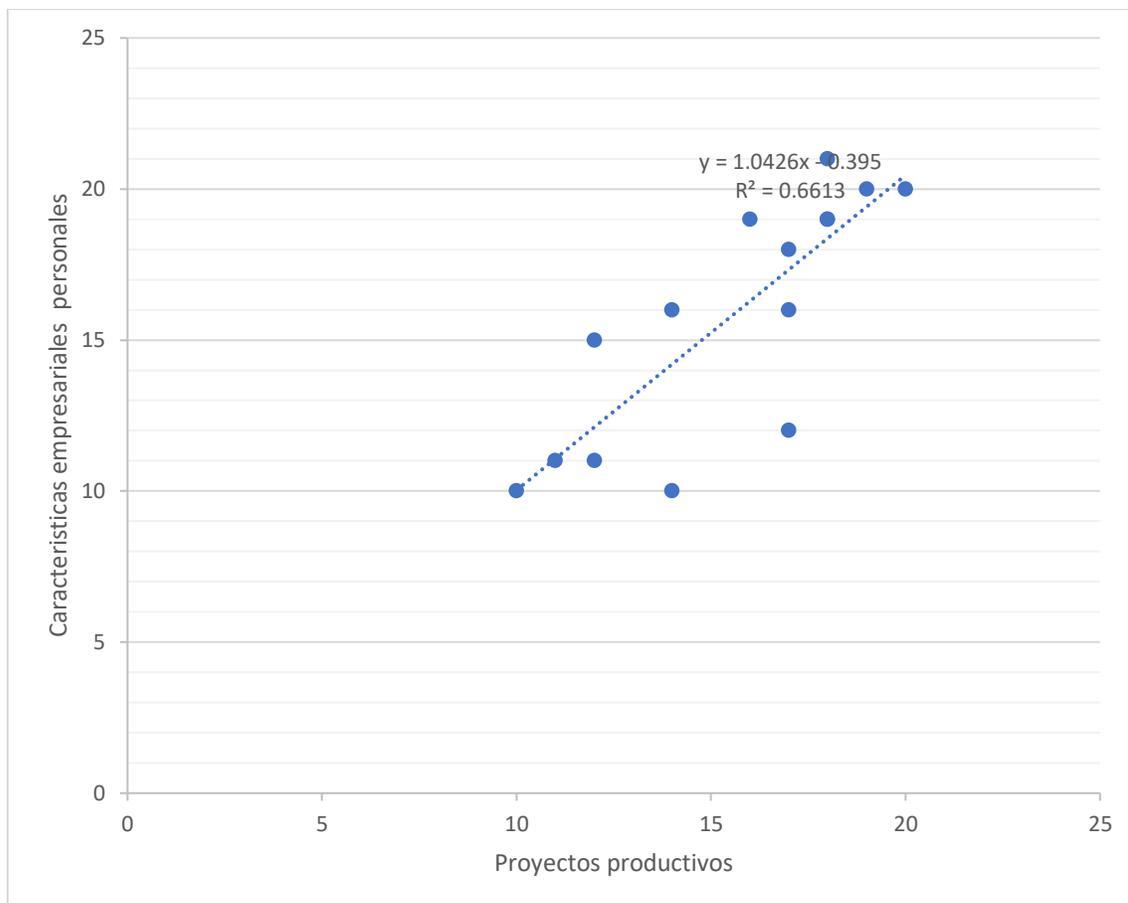
<b>Correlaciones</b>				
			Proyecto productivo	Características empresariales personales
Rho Spearman	proyecto	Coeficiente de correlación	1,000	,82**
	productivo	Sig. (bilateral)	.	,015
		N	30	30
	características empresariales	Coeficiente de correlación	,82**	1,000
	personales	Sig. (bilateral)	,015	.
		N	30	30

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

### Comentario:

Se observa tabla 3 una buena correlación que arroja el coeficiente de Spearman igual a 0,82. Para la contrastación de la hipótesis se realiza el análisis de p valor o sig. Asintótica

(Bilateral) = 0,015 que es menor que 0,05, por lo que se niega la hipótesis nula y por consiguiente se acepta la Hg.



**Figura 6:** Versus entre las variables: Proyectos productivos y Características empresariales personales

**Comentario:**

En la figura 6 se observa que la dispersión de puntos de ambas variables es uniforme y es positiva por lo que ambas variables están correlacionadas.

**RESULTADO:**

Se concluye en el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis general.

**PRUEBA DE LAS HIPÓTESIS ESPECÍFICAS****PRUEBA DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA  $H_1$ :**

**$H_1$ :** El estudio de mercado se relaciona directamente con las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del Vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017.

**$H_0$ :** El estudio de mercado no se relaciona directamente con las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del Vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017.

**Hipótesis Estadística:**

El valor de coeficiente de correlación  $r$  de Spearman determina una relación lineal entre las variables.

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum D_i^2}{N^3 - N}$$

Dónde:

$D_i$  : Diferencia entre el  $i$ -ésimo par de rangos =  $R(X_i) - R(Y_i)$

$R(X_i)$ : es el rango del  $i$ -ésimo dato  $X$

$R(Y_i)$ : es el rango del  $i$ -ésimo dato  $Y$

$N$ : es el número de parejas de rangos

Se correlacionó (la dimensión Estudio de mercado y la variable Características empresariales personales) teniendo en consideración de modo buena de sus dimensiones e indicadores (ítems).

El valor  $r_s$  de spearman es  $r_s = 0,13$

Se aplica las pruebas de hipótesis de parámetro  $\rho$  (rho). Como en toda prueba de hipótesis, la hipótesis nula  $H_0$  constituye que no existe una relación, es expresar, que el coeficiente de correlación  $\rho$  es igual a 0. Por lo tanto, la hipótesis alterna  $H_1$  formula que sí existe una relación significativa, por lo que  $\rho$  debe ser diferente a 0.

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

#### DECISIÓN ESTADÍSTICA:

De acuerdo con el resultado del procesamiento obtenido con el SPSS 22:

Tabla 4

#### Correlaciones

			Estudio de mercado	Características empresariales personales
Rho Spearman	Estudio de mercado	Coeficiente de correlación	1,000	,13**
		Sig. (bilateral)	.	,074
	características empresariales personales	N	30	30
		Coeficiente de correlación	,12**	1,000
		Sig. (bilateral)	,074	.
		N	30	30

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

**Comentario:**

Se puede observar en tabla 4 una baja correlación que arroja el coeficiente de Spearman igual a 0,13, Para la contratación de la hipótesis se realiza el análisis de p valor o sig. Asintótica (Bilateral) = 0,075 que es mayor que 0,05, por lo que se acepta la hipótesis nula  $H_0$  y por consiguiente se niega la  $H_1$ .

**RESULTADO:**

Se concluye en la aceptación de la hipótesis alterna  $H_0$  y la negación de la hipótesis nula  $H_1$ .

**PRUEBA DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA  $H_2$ :**

**$H_2$ :** Los procesos productivos se relacionan directamente con las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí ,2017.

**$H_0$ :** Los procesos productivos no se relacionan directamente con las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del Vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí ,2017.

**Hipótesis Estadística:**

El valor de coeficiente de correlación  $r$  de Spearman determina una relación lineal entre las variables.

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum D_i^2}{N^3 - N}$$

Dónde:

$D_i$  : Diferencia entre el i-ésimo par de rangos =  $R(X_i) - R(Y_i)$

$R(X_i)$ : es el rango del i-ésimo dato X

$R(Y_i)$ : es el rango del i-ésimo dato Y

N: es el número de parejas de rangos

Se correlacionó (la dimensión Procesos productivos y la variable Características empresariales personales) considerando de manera precisa sus dimensiones e indicadores (ítems).

El valor  $r_s$  de Spearman es  $r_s = 0,79$

Para ello, se aplica la prueba de hipótesis de parámetro  $\rho$  (rho). Como en toda prueba de hipótesis, la hipótesis nula  $H_0$  establece que no existe una relación, es decir, que el coeficiente de correlación  $\rho$  es igual a 0. Mientras que la hipótesis alterna  $H_2$  propone que sí existe una relación significativa, por lo que  $\rho$  debe ser diferente a 0.

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

**DECISIÓN ESTADÍSTICA:**

De acuerdo con el resultado del procesamiento obtenido con el SPSS 22:

**Tabla 5**

			<b>Correlaciones</b>	
			Procesos productivos	Características empresariales personales
Rho Spearman	Procesos	Coeficiente de correlación	1,000	,79**
	productivos	Sig. (bilateral)	.	,015
		N	30	30
	características empresariales personales	Coeficiente de correlación	,79**	1,000
		Sig. (bilateral)	,015	.
		N	30	30

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

**Comentario:**

Se observa tabla 5 una buena correlación que arroja el coeficiente de Spearman igual a 0,79. Para la contrastación de la hipótesis se realiza el análisis de p valor o sig. Asintótica (Bilateral) = 0,015 que es menor que 0,05, por lo que se niega la hipótesis nula y por consiguiente se acepta la  $H_2$ .

**RESULTADO:**

Se concluye en el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis alterna  $H_2$ .

### PRUEBA DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA H<sub>3</sub>:

**H<sub>3</sub>:** La comercialización se relaciona directamente con las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del Vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017.

**H<sub>0</sub>:** La comercialización no se relaciona directamente con las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del Vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017.

#### Hipótesis Estadística:

Los valores de coeficiente de correlación  $r$  de Spearman determina una relación lineal entre las variables.

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum D_i^2}{N^3 - N}$$

Dónde:

$D_i$  : Diferencia entre el  $i$ -ésimo par de rangos =  $R(X_i) - R(Y_i)$

$R(X_i)$ : es el rango del  $i$ -ésimo dato X

$R(Y_i)$ : es el rango del  $i$ -ésimo dato Y

N: es el número de parejas de rangos

Se correlacionó (la dimensión comercialización y la variable características empresariales personales considerando de manera precisa sus dimensiones e indicadores (ítems).

El valor  $r_s$  de Spearman es  $r_s = 0,74$

Se aplican las pruebas de hipótesis de parámetro  $\rho$  (rho). Como en toda prueba de hipótesis, la hipótesis nula  $H_0$  establece que no consta una relación, es expresar, que el factor de correlación  $\rho$  es igual a 0. Mientras que la hipótesis alterna  $H_3$  propone que sí existe una relación significativa, por lo que  $\rho$  debe ser diferente a 0.

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

### DECISIÓN ESTADÍSTICA:

De acuerdo con el resultado del procesamiento obtenido con el SPSS 22:

**Tabla 6**

			<b>Correlaciones</b>	
			Comercialización	Características empresariales personales
Rho Spearman	Comercialización	Coeficiente de correlación	1,000	,74**
		Sig. (bilateral)	.	,015
		N	30	30
	características empresariales personales	Coeficiente de correlación	,74**	1,000
		Sig. (bilateral)	,015	.
		N	30	30

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

### Comentario:

Se observa en la tabla 6 una buena correlación que arroja el coeficiente de Spearman igual a 0,74, Para la contratación de la hipótesis se realiza el análisis de p valor o sig.

Asintótica (Bilateral) = 0,015 que es menor que 0,05, por lo que se acepta la hipótesis alterna  $H_3$  y por consiguiente se niega la  $H_0$ .

### **RESULTADO:**

Se finaliza en el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis alterna  $H_3$ .

### **5.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS:**

Podemos observar que existe una correlación entre las variables que se desglosan del examen de las figuras y los resultados logrados que manifiestan que hay una relación directa entre ambas variables. De tal manera que aplicando el estadístico no paramétrico “ $r_s$ ” de Spearman y la prueba de hipótesis de parámetro rho arroja efectos buenos para rechazar las hipótesis nulas para cualquier nivel de significación ya que las variables son de tipo ordinal.

En los intentos de hipótesis general se puede ver en tabla 2 una buena correlación que arroja el coeficiente de Spearman igual a 0,82. Para la contrastación de la hipótesis se realizó exámenes de p valor o sig. Asintótica (Bilateral) = 0,015 que es menor que 0,05, por lo que se niega la hipótesis nula y por consiguiente se acepta la  $H_a$  de la hipótesis Principal.

En los intento de hipótesis especifica  $H_1$  se puede ver en la tabla 3 una baja correlación que arroja el coeficiente de Spearman igual a 0,13, para la contratación de la hipótesis se ejecutó el análisis de p valor o sig. Asintótica (Bilateral) = 0,074 que es mayor que 0,05, por lo que se niega la hipótesis alterna  $H_1$  y por consiguiente se acepta la hipótesis nula  $H_0$ .

En los ensayos de hipótesis específica  $H_2$  se puede ver en la tabla 4 una moderada correlación que expulsa el coeficiente de Spearman igual a 0,79, para la contrastación de la hipótesis se ejecutó el análisis de p valor o sig. Asintótica (Bilateral) = 0,015 que es menor que 0,05, por lo que acepta la hipótesis alterna  $H_2$  y por consiguiente se niega la hipótesis nula  $H_0$ .

La prueba de hipótesis específica H3 se puede ver la tabla 5 una buena correlación que expulsa el coeficiente de Spearman igual a 0,74, para la contrastación de la hipótesis se ejecutó el análisis de p valor o sig. Asintótica (Bilateral) = 0,015 que es menor que 0,05, por lo que acepta la hipótesis alterna H3 y por consiguiente se niega la hipótesis nula H0.

Medina, N. (2013) desarrolló la investigación titulada. “*Los proyectos productivos y el*

*aprendizaje significativo de los estudiantes de la especialidad de confecciones textiles del CETPRO Fe y Alegría N° 23 Villa María del triunfo-2012*”, en la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, llegaron a las siguientes conclusiones:

- 1- El estudio ha podido determinar que el proceso de la productividad en los talleres de confecciones textiles tienen influencias significativas en los logros académicos de todos los estudiantes de la especialidad de Confecciones Textiles del CETPRO Fe y Alegría N° 23 de Villa María del Triunfo. De la encuesta realizada a los estudiantes un gran porcentaje considera que los logros académicos demostraron a los estudiantes que se debe a los proyectos productivos desarrollados en los talleres de la especialidad de confecciones textiles.
- 2- Finalmente, se ha establecido que la aplicación de los procesos productivos les permite a los estudiantes empoderarse de conocimientos de capacidades productivas, por lo tanto, tienen influencia favorable en el aprovechamiento académico de los estudiantes de la especialidad de confecciones textiles de CETPRO Fe y Alegría N°23. Los estudiantes son conscientes que la generación de bienes se debe al aspecto académico que reciben por parte de los docentes.

Por estos saberes podemos decir que las hipótesis generales y específicas se han confirmado

## 5.4. CONCLUSIONES

1. Se determinó el grado de influencia buena existente entre los proyectos productivos y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017. De este modo lo evidencia la prueba de hipótesis general ( $p$  valor o sig. Asintótica (Bilateral) = 0.015 que es menor que 0.05) y las figuras visibles.

2. Se estableció el nivel de influencia baja existente entre el estudio de mercado y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017. De este modo lo evidencia la prueba de hipótesis  $H_1$  ( $p$  valor o sig. Asintótica (Bilateral) = 0.074 que es mayor que 0.05) y las figuras visibles.

3. Se estableció el nivel de influencia buena existente entre el proceso productivo y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017. De este modo lo evidencia la prueba de hipótesis  $H_2$  ( $p$  valor o sig. Asintótica (Bilateral) = 0.015 que es menor que 0.05) y las figuras visibles.

4. Se comprobó el nivel de influencia buena existente entre la comercialización y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017. De este modo lo evidencia la prueba de hipótesis  $H_3$  ( $p$  valor o sig. Asintótica (Bilateral) = 0.015 que es menor que 0.05) y las figuras visibles.

## **5.5 RECOMENDACIONES.**

- 1.** La aplicación de una metodología enseñanza - aprendizaje para fortalecer los conocimientos ya adquiridos para así incentivar sus características empresariales personales y logren tener una visión empresarial los alumnos del CETPRO de Santa Cruz.
  
- 2.** Organizar eventos sobre el estudio de mercado a los alumnos de la especialidad del CETPRO de Santa Cruz.
  
- 3.** Fortalecer los contenidos de los logros, planificaciones y competencias, organizando eventos que puedan fortalecer a los alumnos del CETPRO de Santa Cruz.
  
- 4.** Hacer publicidad, (gigantografías, volantes y muñecos disfrazados) para atraer al público y aumentar la rentabilidad al punto de venta, donde ofrecen sus productos los alumnos del Vestido del CETPRO de Santa Cruz.

## VI. REFERENCIAS

- Aliaga, W. Quillca, J. y Victor, P. (2014). *Elaboración de proyectos productivos para la titulación de institutos tecnológicos*. Lima: Asol Perú.
- Asencio, Eva, Vásquez B. (2009). *Empresa Iniciativa Emprendedora*. Madrid: Copyright.
- Benavides, O. Orozco, L. y Vanegas, M. (2008). *Características personales de cinco empresarios de la ciudad de Medellín que crearon empresa en los últimos quince años y relación existente con éxito empresarial y asertividad*. Bogotá.
- Carrasco, S. (2006). *Metodología De La Investigación Científica*. Lima: San Marcos.
- Charre, A. (2011). *Aplicación del método de proyectos productivos como estrategia didáctica en la formación técnica en IE de EBR de Lima-Norte*. Lima: Lima.
- Choque, W., Valdivia, E. y Arcaya, G. (2013). *El Proyecto Productivo y de Servicios Empresariales*. Lima: Printed in Perú.

Córdova, M. y Sanchez, D. (2015). *Manual Para la Formulación de Proyectos Productivos*. Lima: Lima.

Derkau, W. y Saavedra, N. (2004). *Elaboremos Proyectos*. Lima: Copyright.

García, F. (2013). *Dirección y Gestión de la Producción*. Barcelona: MARCOMBO.

Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. (6<sup>o</sup> ed.) México: Mexicana.

Machicado, G. (2008). *Factores que contribuyen a un proyecto productivo de bienes y de servicios en los centros de educación técnico productivo de la provincia Mariscal Nieto de Moquegua, en el período*. Tacna.

Medina, N. (2013), *Los proyectos productivos y el aprendizaje significativo de los estudiantes de la especialidad de confecciones textiles del CEPTRÓ Fé y Alegría N° 23, Villa María del Triunfo-2012*. Universidad Nacional. Lima: Lima.

Ministerio de educación(2009). *Educación técnico Productiva*. Lima: Supergráfica E. I. R. L. .

Ñaupas, P., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. (2013). *Metodología de la Investigación Científica y Elaboración de Tesis*. Lima: UNMSM.

Peña, F. (2011). *Dirección de la Producción*. Madrid: Centro de Estudios Financieros.

Programa de Capacitación Laboral: Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (2001).

*Capacitación Modular en Gestión Empresarial Básica*. Lima.

Sánchez, G. (s.f.). *Grandes Negocios Para Pequeños Empresarios*. Lima: SYSA.

Valera, R., Gomez L., Balkin, D., Cardy, R., Kotler, P., Armstrong, G., -Baylis, D., y Medina, F. (2011). *Formación Laboral*. México: Pearson educación.

Vargas, M. (2008). *Análisis de la capacidad empresarial de pequeños productores del Cantón de Guácimo, Costa Rica El caso de los productores inscritos al Programa de Desarrollo Comunitario de la Universidad EARTH*. Turrialba.

Vasques, B. (2009). *Empresa e Iniciativa Emprendedora*. Madrid: Copyright.

Velásquez, L. (2012). *Capacidad empresarial para la innovación en los sectores comercio, Servicios y turismo. Estudio comparativo de Tijuana (México) y Medellín (Colombia)*. Tijuana.

Centro de Apoyo al Sector Empresarial, Universidad Católica Sedes Sapientiae. Reconstruir

Juntos, Fondo Ítalo Peruano, (2011). *Formulación de proyectos productivos para MYPE*.

Recuperado

<http://www.fondoitaloperuano.org/wpcontent/uploads/2012/01/Formulaci%C3%B3n-deproyectos-productivos-para-MYPE.pdf>

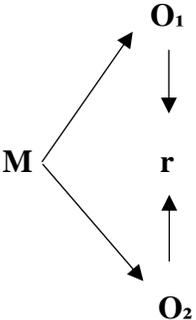
Programa de Fomento a la Empresarialidad (2008). *Transferencia metodológica para docentes universitarios desarrollo emprendedor y elaboración de planes de negocios*. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/0Bw8YdXfq7ETeM2dQckQxdjBEYm8/edit>

## APÉNDICES

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**PROYECTOS PRODUCTIVOS Y LAS CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES PERSONALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESPECIALIDAD DE INDUSTRIA DEL**

**VESTIDO DEL CETPRO DE SANTA CRUZ - DISTRITO DE HUARACHIRÍ- 2017.**

PROBLEMA GENERAL Y ESPECÍFICOS	OBJETIVO GENERAL Y ESPECIFICOS	HIPÓTESIS GENERAL Y ESPECIFICAS	VARIABLES E INDICADORES	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	TECNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA
<p>PROBLEMA GENERAL:</p> <p>¿Qué relación existe entre los proyectos productivos y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar la relación que existe entre los proyectos productivos y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017.</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL:</p> <p>El proyecto productivo se relaciona directamente con las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017.</p>	<p><b>V1</b></p> <p><b>PROYECTOS PRODUCTIVOS</b></p> <p><b>V2</b></p> <p><b>CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES PERSONALES</b></p>	<p>Diseño Descriptiva - Correlacional</p> 	<p>Método: No experimental</p> <p>Técnicas: - Encuesta</p>	<p>Población: 30 estudiantes</p> <p>Muestra: 30 estudiantes (100 %)</p> <p>Tipo de muestra: No Probabilística</p>
<p>PROBLEMAS ESPECIFICOS</p> <p>1. ¿Qué relación existe entre el estudio de mercado y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del vestido del</p>	<p>OBJETIVOS ESPECIFICO</p> <p>S</p> <p>1. Determinar la relación que existe entre el estudio de mercado y las características empresariales personales de los</p>	<p>HIPOTESIS ESPECIFICAS</p> <p>1. El estudio de mercado se relaciona directamente con las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del</p>		<p>Dónde:</p> <p>M = Muestra O<sub>1</sub> = Proyectos Productivos O<sub>2</sub> = Características Empresariales Personales r = Correlación entre dichas variables.</p>		

<p>CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017?</p>	<p>estudiantes de la especialidad de industria del vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017.</p>	<p>vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017.</p>				
<p>2. ¿Qué relación existe entre el proceso productivo y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017?</p>	<p>2. Determinar la relación que existe entre el proceso productivo y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017.</p>	<p>2. Los procesos productivos se relacionan directamente con las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017.</p>				
<p>3. ¿Qué relación existe entre la comercialización y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017?</p>	<p>3. Determinar la relación que existe entre la comercialización y las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017.</p>	<p>3. La comercialización se relaciona directamente con las características empresariales personales de los estudiantes de la especialidad de industria del vestido del CETPRO de “Santa Cruz” - Distrito de Huarochirí, 2017.</p>				



UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN  
Enrique Guzmán y Valle  
Alma Mater del Magisterio Nacional

**CUESTIONARIO**

**VARIABLE I: PROYECTOS PRODUCTIVOS**

Instrucciones: Estudiantes, la encuesta es anónima, el objetivo es conocer su apreciación con respecto a la variable PROYECTOS PRODUCTIVOS. Lea con atención cada ítem, y conteste con franqueza y objetividad. Cada enunciado tiene diferentes posibles respuestas, marcar con un aspa (x).

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
01	02	03	04	05

N°	VARIABLE I: PROYECTOS PRODUCTIVOS	1	2	3	4	5
	<i>Dimensión: ESTUDIO DEL MERCADO</i>					
1	Es importante identificar las necesidades y características del mercado para producir un producto.					
2	Identificar las demandas de productos que existen en el mercado para la satisfacción del cliente.					
3	Al conocer los productos que requiere la comunidad permite identificar tu idea de negocio.					
4	Una vez obtenida la idea del proyecto se debe promover la generación de ingresos económicos.					
	<i>Dimensión: PROCESOS PRODUCTIVOS</i>					
5	Para la realización de un proyecto productivo es necesaria la organización del ambiente de trabajo.					
6	Para la planificación de un proyecto es necesario considerar las etapas de una producción.					

7	Es importante que exista un tiempo determinado para la realización del proyecto.					
8	Antes de la producción es importante verificar y comparar el modelo patrón del proyecto.					
9	Al elaborar el producto, se pone en práctica las habilidades y conocimientos adquiridos.					
10	Al terminar el producto es importante verificar el control de calidad.					
	<i>Dimensión: COMERCIALIZACIÓN</i>					
11	La presentación del producto atrae al cliente.					
12	Es importante que el producto cuente con un diseño publicitario atractivo para los consumidores.					
13	La ubicación del punto de venta influye en la demanda del producto.					
14	Es necesario comparar los objetivos trazados con la opinión del cliente.					
15	El producto de la venta se puede evaluar con el éxito obtenido.					



UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN  
Enrique Guzmán y Valle  
Alma Mater del Magisterio Nacional

**CUESTIONARIO**

**VARIABLE II: CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES PERSONALES**

Instrucciones: Estudiantes, la encuesta es anónima, el objetivo es conocer su apreciación con respecto a la variable CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES PESONALES. Lea con atención cada ítem, y conteste con franqueza y objetividad. Cada enunciado tiene diferentes posibles respuestas, marcar con un aspa (x).

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
01	02	03	04	05

N°	VARIABLE II: CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES PERSONALES	1	2	3	4	5
	<i>Dimensión: CAPACIDAD DE LOGRO</i>					
1	Tomas iniciativas para formar un negocio.					
2	Asumes sacrificios personales para alcanzar el logro.					
3	Todos los proyectos se hacen a base del cumplimiento y puntualidad.					
4	Al ofrecer un buen producto aumentaría las ventas del negocio.					
5	Tomas decisiones para ver posibles beneficios en el negocio.					
	<i>Dimensión: CAPACIDAD DE PLANIFICACIÓN</i>					
6	Es importante fijar metas para lograr los objetivos					
7	Tomo en cuenta las sugerencias de personas emprendedoras para alcanzar los objetivos.					
8	Asumes riesgos, teniendo presente que los resultados pueden ser o no favorables para tu negocio					

9	Al realizar proyectos productivos me asesoro con personas, que conozcan el tema.					
10	Considero materiales de calidad para realizar los proyectos.					
11	Tratas de proveer situaciones que pueden generar problemas					
	<i>Dimensión: CAPACIDAD DE COMPETENCIA</i>					
12	Aceptar una nueva oportunidad en el negocio te hará crecer como persona.					
13	Te sientes seguro de tus habilidades y conocimientos para realizar los proyectos nuevos.					
14	Te esfuerzas en un proyecto, para lograr que el cliente quede satisfecho con tu trabajo.					
15	Al aprovechar contactos comerciales logras los objetivos del negocio, para así influenciar al cliente.					

UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN  
 "Enrique Guzmán y Valle"  
 Alma Máter del Magisterio Nacional  
 FACULTAD DE TECNOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE TECNOLOGÍA DEL VESTIDO, TEXTIL Y ARTES INDUSTRIALES

INFORME SOBRE JUICIO DE EXPERTO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del experto: MITHA MAMANI PILAR.

Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN.

Instrumento motivo de evaluación: CUESTIONARIO PROYECTOS PRODUCTIVOS

Autor del instrumento: Cuéllar Aguirre Ana Lucia - Palacios Cisneros Gladys Rocío.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con el lenguaje apropiado.																X				
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.																X				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al nuevo enfoque educativo.																X				
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																	X			
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.																X				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de proyectos productivos.																X				
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos - científicos de la metodología para la enseñanza.																	X			
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores.																	X			
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.																	X			
10. PERTINENCIA	Oportunidad, adecuación y conveniencia.																	X			

III. OPINIÓN DE

APLICABILIDAD: ES APLICABLE

82.5%

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

V. LUGAR Y FECHA: LA CANTUTA 17/08/17

Firma del Experto Informante

DNI N°: 09368599 Telf. N°: 952633835

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN**  
**“Enrique Guzmán y Valle “**  
**Alma Máter del Magisterio Nacional**  
**FACULTAD DE TECNOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TECNOLOGÍA DEL VESTIDO, TEXTIL Y ARTES INDUSTRIALES**

**INFORME SOBRE JUICIO DE EXPERTO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

Apellidos y nombres del experto: **MITHA MAMANI PILAR**  
 Institución donde labora: **UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN**  
 Instrumento motivo de evaluación: **CUESTIONARIO CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES PERSONALES**  
 Autor del instrumento: **Cuéllar Aguirre Ana Lucia - Palacios Cisneros Gladys Rocío.**

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con el lenguaje apropiado.																X				
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.																X				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al nuevo enfoque educativo.																X				
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																X				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.																X				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de proyectos productivos.																X				
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos – científicos de la metodología para la enseñanza.																	X			
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores.																	X			
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.																	X			
10. PERTINENCIA	Oportunidad, adecuación y conveniencia.																	X			

**III. OPINIÓN DE**

**APLICABILIDAD:** *Es APLICABLE*

**82 %**

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

**V. LUGAR Y FECHA:** *LA CANTUTA 17/08/17*

  
 Firma del Experto Informante

DNI N°: *09368599* Telf. N°: *952633835*

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN**  
**“Enrique Guzmán y Valle “**  
**Alma Máter del Magisterio Nacional**  
**FACULTAD DE TECNOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TECNOLOGÍA DEL VESTIDO, TEXTIL Y ARTES INDUSTRIALES**

**INFORME SOBRE JUICIO DE EXPERTO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

Apellidos y nombres del experto: *ESPINOZA ZANGLA, EVA ESTHER*

Institución donde labora: *UNE. EPG. FATEC. TEC. VESTIDO*

Instrumento motivo de evaluación: *PROYECTOS PRODUCTIVOS*

Autor del instrumento: Cuéllar Aguirre Ana Lucia - Palacios Cisneros Gladys Rocio.

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con el lenguaje apropiado.																				X
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.																			X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al nuevo enfoque educativo.																			X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																				X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.																			X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de proyectos productivos.																				X
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos – científicos de la metodología para la enseñanza.																				X
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores.																				X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.																			X	
10. PERTINENCIA	Oportunidad, adecuación y conveniencia.																			X	

**III. OPINIÓN DE**

APLICABILIDAD:..... 92.5% ..... *ES APLICABLE* .....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

**V. LUGAR Y FECHA:** *LA CANTUTA* ..... *17/08/17*

*[Firma]*  
**Firma del Experto Informante**

DNI N°: *08544274* ..... Telf. N°: *991602997* .....

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN**  
**"Enrique Guzmán y Valle "**  
**Alma Máter del Magisterio Nacional**  
**FACULTAD DE TECNOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TECNOLOGÍA DEL VESTIDO, TEXTIL Y ARTES INDUSTRIALES**

**INFORME SOBRE JUICIO DE EXPERTO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

Apellidos y nombres del experto: *ESPINOZA ZAVALA, EVA ESTHER*

Institución donde labora: *UNE - EPG - FATEC - TEC. VESTIDO*

Instrumento motivo de evaluación: *CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES PERSONALES*

Autor del instrumento: *Cuéllar Aguirre Ana Lucia - Palacios Cisneros Gladys Rocío.*

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA				
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. CLARIDAD	Esta formulado con el lenguaje apropiado.																				X	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.																				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al nuevo enfoque educativo.																				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.																				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de proyectos productivos.																				X	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos - científicos de la metodología para la enseñanza.																				X	
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores.																				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.																				X	
10. PERTINENCIA	Oportunidad, adecuación y conveniencia.																				X	

**III. OPINIÓN DE**

APLICABILIDAD:..... 92.5% ..... *ES APLICABLE* .....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

**V. LUGAR Y FECHA:** *LA CANTUTA* ..... *17/08/17* .....

*Espinoza*  
 \_\_\_\_\_  
**Firma del Experto Informante**

DNI N°: *0854427* Telf. N°: *996602997*

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN**  
**"Enrique Guzmán y Valle "**  
**Alma Máter del Magisterio Nacional**  
**FACULTAD DE TECNOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TECNOLOGÍA DEL VESTIDO, TEXTIL Y ARTES INDUSTRIALES**

**INFORME SOBRE JUICIO DE EXPERTO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

Apellidos y nombres del experto: **ARIAS JULCA ROSA MARÍA**  
 Institución donde labora: **UNE**  
 Instrumento motivo de evaluación: **PROYECTOS PRODUCTIVOS**  
 Autor del instrumento: **Cuéllar Aguirre Ana Lucia - Palacios Cisneros Gladys Rocio.**

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con el lenguaje apropiado.																X				
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.																X				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al nuevo enfoque educativo.																X				
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																	X			
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.																X				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de proyectos productivos.																X				
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos – científicos de la metodología para la enseñanza.																	X			
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores.																	X			
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.																	X			
10. PERTINENCIA	Oportunidad, adecuación y conveniencia.																	X			

**III. OPINIÓN DE**

**APLICABILIDAD:**..... **ES APLICABLE**.....

**82.5%**

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

**V. LUGAR Y FECHA:** **LA CANTUTA**..... **18/08/2017**

  
**Firma del Experto Informante**

DNI N°: **09741325** Telf. N°: **991571431**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN**  
**"Enrique Guzmán y Valle "**  
**Alma Máter del Magisterio Nacional**  
**FACULTAD DE TECNOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TECNOLOGÍA DEL VESTIDO, TEXTIL Y ARTES INDUSTRIALES**

**INFORME SOBRE JUICIO DE EXPERTO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

Apellidos y nombres del experto: **ARIAS JULCA ROSA MARÍA**

Institución donde labora: **UNE**

Instrumento motivo de evaluación: **CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES PERSONALES**

Autor del instrumento: **Cuéllar Aguirre Ana Lucia - Palacios Cisneros Gladys Rocio.**

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con el lenguaje apropiado.																X				
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.																X				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al nuevo enfoque educativo.																X				
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																X				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.																	X			
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de proyectos productivos.																	X			
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos - científicos de la metodología para la enseñanza.																	X			
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores.																	X			
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.																	X			
10. PERTINENCIA	Oportunidad, adecuación y conveniencia.																	X			

**III. OPINIÓN DE**

**APLICABILIDAD:**..... **83%** ..... **ES APLICABLE** .....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

**V. LUGAR Y FECHA:** **LA. CANTUTA** ..... **18/08/2017**

  
**Firma del Experto Informante**

**DNI N°:** 99157143/ **Telf. N°:** 99757143/

## APÉNDICE D

### VARIABLE I: PROYECTOS PRODUCTIVOS

Instrucciones: Estudiantes, la encuesta es anónima, el objetivo es conocer su apreciación con respecto a la variable PROYECTOS PRODUCTIVOS. Lea con atención cada ítem, y conteste con franqueza y objetividad. Cada enunciado tiene diferentes posibles respuestas, marcar con un aspa (x).

### VARIABLE I: PROYECTOS PRODUCTIVOS

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1	2	3	4	5

ENCUESTA DE ALUMNOS	ESTUDIO DE MERCADO				PROCESO PRODUCTIVO						COMERCIALIZACION				
	1	Es importante identificar las necesidades y característica del mercado para producir un producto.	Identificar las demandas de productos que existen en el mercado para la satisfacción del	Al conocer los productos que requiere la comunidad permite identificar tu idea de negocio.	Una vez obtenida la idea del proyecto se debe promover la generación de ingreso económico.	Para la realización de un proyecto productivo es necesaria la organización del ambiente de	Para la planificación de un proyecto es necesario considerar las etapas de una producción.	Es importante que exista un tiempo determinado para la realización del proyecto.	Antes de la producción es importante verificar y comparar el modelo patrón del proyecto.	Al elaborar el producto, se pone en práctica las habilidades y conocimientos adquiridos.	Al terminar el producto es importante verificar el control de calidad.	La presentación del producto atrae al cliente.	Es importante que el producto cuente con un diseño publicitario atractivo para los consumidores	La ubicación del punto de venta influye en la demanda del producto.	Es necesario comparar los objetivos trazados con la opinión del cliente.
1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	5	1	5



## VARIABLE II: CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES PERSONALES

Instrucciones: Estudiantes, la encuesta es anónima, el objetivo es conocer su apreciación con respecto a la variable CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES PESONALES. Lea con atención cada ítem, y conteste con franqueza y objetividad. Cada enunciado tiene diferentes posibles respuestas, marcar con un aspa (x).

### VARIABLE II: CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES PERSONALES

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1	2	3	4	5

	CAPACIDAD DE LOGRO					CAPACIDAD DE PLANIFICACION					CAPACIDAD DE COMPETENCIA				
	Toma iniciativa para formar un negocio.	Asume sacrificios personales para alcanzar el logro.	Todos los proyectos se hacen a base al cumplimiento y puntualidad.	Al ofrecer un buen producto aumentaría las ventas del negocio.	Tomas de decisiones para ver posible beneficios en el negocio.	Es importante fijar metas para lograr los objetivos.	Tomo en cuenta las sugerencias de personas emprendedoras para alcanzar los objetivos.	Asumes riesgos, teniendo presente que los resultados pueden ser o no favorables para tu negocio.	Al realizar proyectos productivos me asesoro con personas, que conozcan el tema.	Considero materiales de calidad para realizar los proyectos.	Tratas de preveer situaciones que pueden generar problemas.	Aceptar una nueva oportunidad en el negocio te hará crecer como persona.	Te sientes seguro de tus habilidades y conocimientos para realizar los proyectos nuevos.	Te esfuerzas en un proyecto, para lograr que el cliente quede satisfecho con tu trabajo.	Al aprovechar contactos comerciales logras los objetivos del negocio, para así influenciar al
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	4	2	2	1	1	2	4	2	4	1	1	2	2	2	2
2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1

3	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2
4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2
6	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
9	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
12	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1
13	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
15	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2
16	4	2	2	1	1	2	4	2	4	1	1	2	2	2	2
17	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1
18	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2
19	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
20	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2
21	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
24	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
27	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1
28	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
30	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2

## APÉNDICE E



La docente encargada de la especialidad Industria del Vestido del CETPRO, Santa Cruz de Huarochirí.



Realizando las encuestas a los alumnos de la especialidad de Industria del Vestido del CETPRO, Santa Cruz de Huarochirí.



Las estudiantes aplicando a sus proyectos, los bordados a mano, con ayuda del docente.



Proyectos Terminados, prendas y carteras con aplicación de bordados con telares del Distrito de Huarochirí.