

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA DE POSGRADO



UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS

TESIS:

**LA EDUCACIÓN BÁSICA REGULAR, NIVEL SECUNDARIO Y SU
INCIDENCIA EN LA ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS
ADOLESCENTES, CASO: CENTROS EDUCATIVOS ESTATALES,
DISTRITO DE JESÚS – CAJAMARCA PERIODOS 2018 Y 2020**

Para optar el Grado Académico de

MAESTRO EN CIENCIAS

MENCIÓN: DIRECCIÓN DE PROYECTOS

Presentada por:

Bachiller: PEDRO JAVIER REATEGUI PIZANGO

Asesor:

DR. HÉCTOR DIOMEDES VILLEGAS CHÁVEZ

Cajamarca, Perú

2022

COPYRIGHT © 2022 By
PEDRO JAVIER REATEGUI PIZANGO
Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA DE POSGRADO



UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE MAestrÍA EN CIENCIAS

TESIS APROBADA:

**LA EDUCACIÓN BÁSICA REGULAR, NIVEL SECUNDARIO Y SU
INCIDENCIA EN LA ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS
ADOLESCENTES, CASO: CENTROS EDUCATIVOS ESTATALES,
DISTRITO DE JESÚS – CAJAMARCA PERIODOS 2018 Y 2020**

Para optar el Grado Académico de

MAESTRO EN CIENCIAS

MENCIÓN: DIRECCIÓN DE PROYECTOS

Presentada por:

Bachiller: PEDRO JAVIER REATEGUI PIZANGO

JURADO EVALUADOR:

Dr. Héctor Diomedes Villegas Chávez
Asesora

Dr. Juan José Julio Vera Abanto
Jurado Evaluador

Dra. Leticia Noemí Zavaleta Gonzales
Jurado Evaluador

M.Cs. Daniel Seclen Contreras
Jurado Evaluador

Cajamarca, Perú

2022



Universidad Nacional de Cajamarca
LICENCIADA CON RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO N° 080-2018-SUNEDU/CD
Escuela de Posgrado
CAJAMARCA - PERU



PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 10:00 horas, del día 19 de mayo de dos mil veintidos, reunidos en el Auditorio de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Cajamarca, el Jurado Evaluador presidido por el **Dr. JUAN JOSÉ JULIO VERA ABANTO**, **Dra. LETICIA NOEMI ZAVALETA GONZALES**, **M.Cs. DANIEL SECLÉN CONTRERAS**, y en calidad de Asesor el **Dr. HECTOR DIOMEDES VILLEGAS CHAVEZ** Actuando de conformidad con el Reglamento Interno y el Reglamento de Tesis de Maestría de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Cajamarca, se dio inicio a la Sustentación de la Tesis titulada: **LA EDUCACIÓN BÁSICA REGULAR, NIVEL SECUNDARIO Y SU INCIDENCIA EN LA ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS ADOLESCENTES, CASO: CENTROS EDUCATIVOS ESTATALES, DISTRITO DE JESÚS – CAJAMARCA PERIODOS 2018 Y 2020**; presentado por el **Bachiller en Ingeniería de Sistemas. PEDRO JAVIER REATEGUI PIZANGO**.

Realizada la exposición de la Tesis y absueltas las preguntas formuladas por el Jurado Evaluador, y luego de la deliberación, se acordó...APROBAR...con la calificación de ...DIECIOCHO... (18)...EXCELENTE... la mencionada Tesis; en tal virtud, el **Bachiller en Ingeniería de Sistemas. PEDRO JAVIER REATEGUI PIZANGO**, está apto para recibir en ceremonia especial el Diploma que lo acredita como **MAESTRO EN CIENCIAS**, de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas Contables Administrativas, con Mención en **DIRECCIÓN DE PROYECTOS**.

Siendo las 11 horas del mismo día, se dio por concluido el acto.

.....
Dr. Héctor Diómedes Villegas Chávez
Asesor

.....
Dr. Juan José Julio Vera Abanto
Jurado Evaluador

.....
Dra. Leticia Noemi Zavaleta Gonzales
Jurado Evaluador

.....
M.Cs. Daniel Seclén Contreras
Jurado Evaluador

DEDICATORIA

A:

Mi esposa Melissa Sánchez Villacorta, por su paciencia y comprensión, su fortaleza, dignidad, amor y por ser mi compañera constante en los proyectos que emprendo en esta vida.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a la cooperación técnica internacional, por ayudarme a desarrollar esta investigación con recursos económicos, a la escuela de posgrado de la Universidad Nacional de Cajamarca por la buena administración de la maestría en Dirección de Proyectos, a los docentes por su paciencia en la ayuda de mi búsqueda de nuevos conocimientos en los distintos módulos considerados para la maestría, al Doctor Héctor Diomedes Villegas Chávez por el asesoramiento de la tesis; a mis colegas y compañeros por todo lo que me enseñaron en este hermoso tiempo.

Quien desea luchar debe primero saber el costo

-Sun Tzu

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS USADAS.....	xiv
GLOSARIO O DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
CAPÍTULO.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.1.1 Contextualización.....	1
1.1.2 Descripción del problema.....	3
1.1.3 Formulación del problema.....	4
1.2 Justificación e importancia.....	5
1.2.1 Justificación científica.....	5
1.2.2 Justificación técnica-práctica.....	6
1.2.3 Justificación institucional y personal.....	6
1.3 Delimitación de la investigación.....	7
1.4 Objetivos.....	7
1.4.1 Objetivo general.....	7
1.4.2 Objetivos específicos.....	7
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. Antecedentes de la investigación o marco referencial.....	9
2.2. Marco doctrinal (Bases teóricas).....	14
2.2.1. Teorías de la Educación.....	14
2.2.2. Teorías de Emprendimiento.....	15
2.3. Marco conceptual.....	24
2.3.1. Conceptualización de Educación.....	24

2.3.2. Tipos de Educación.....	24
2.3.3. Educación Básica Regular.....	25
2.3.4. Dimensiones de la Calidad de Educación.	30
2.3.5. Conceptualización de Emprendimiento Empresarial.....	34
2.3.6. Dimensiones del Emprendimiento Empresarial	35
2.4. Definición de términos básicos	39
CAPÍTULO III.....	41
PLANTEAMIENTO DE LAS HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	41
3.1. Hipótesis	41
3.2. Variables	41
3.3. Operacionalización de los componentes de las hipótesis	41
CAPÍTULO IV.....	43
MARCO METODOLÓGICO.....	43
4.1. Ubicación geográfica (de acuerdo a la naturaleza de la investigación).....	43
4.2. Diseño de la investigación	43
4.3. Métodos de investigación	44
4.4. Población, muestra, unidad de análisis y unidades de observación	45
4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información.....	45
4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información	46
4.7. Equipos, materiales, insumos, etc.	47
4.8. Matriz de consistencia metodológica	47
CAPÍTULO V.....	50
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	50
5.1. Presentación de resultados	50
5.1.1. Educación Básica Regular.....	50
5.1.2. Actitud Emprendedora	55
5.1.3. Valoración de las variables	71
5.2. Análisis y discusión de resultados.....	74
5.2.1. Educación básica regular.....	74
5.2.2. Actitud emprendedora.....	76
5.3. Contrastación de hipótesis	79
5.3.1. Contrastación de hipótesis, muestras independientes (grupo experimental y grupo de control)	79
5.3.2. Contrastación de hipótesis, muestras relacionadas (grupo experimental) ..	81

CONCLUSIONES.....	83
RECOMENDACIONES Y/O SUGERENCIAS.....	84
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables.....	42
Tabla 2. Matriz de consistencia metodológica.....	48
Tabla 3. Pruebas de normalidad variable Educción básica regular, grupos experimental y control.....	79
Tabla 4. Pruebas de normalidad variable Actitud Emprendedora grupos experimental y control.....	80
Tabla 5. Pruebas de contrastación muestras independientes (U de Mann-Whitney)	80
Tabla 6. Pruebas de normalidad por variables (Grupo experimental).....	81
Tabla 7. Pruebas de contrastación muestras relacionadas (Wilcoxon).....	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Teoría del triángulo invertido.....	16
Figura 2. Diseño de la investigación	43
Figura 3. Importancia del conocimiento sobre negocios es en las escuelas	50
Figura 4. Saberes sobre emprendimiento.....	51
Figura 5. Disfrute del aprendizaje en el entorno escolar sobre los negocios.	51
Figura 6. Conocimientos necesarios para generar negocio.....	52
Figura 7. Cautela para solicitar ayuda	53
Figura 8. Facilidad para relacionarte con los demás	53
Figura 9. Análisis de los errores para aprender de ellos	54
Figura 10. Facilidad para encontrar múltiples decisiones a un mismo problema	55
Figura 11. Iniciativa (Crear ideas, inventar, emprender).....	56
Figura 12. Iniciativa ante situaciones complejas nuevas	56
Figura 13. Creatividad	57
Figura 14. Capacidad de hacer algo que “no hay manera de hacer”	58
Figura 15. Mantenimiento de los compromisos asumidos	58
Figura 16. Optimismo para afrontar los problemas.....	59
Figura 17. Importancia de saber el tipo de negocio a establecer.....	60
Figura 18. Importancia de conocer a la competencia	60
Figura 19. Importancia de conocimientos sobre gestión empresarial	61
Figura 20. Importancia de dedicar tiempo, dinero y recursos para iniciar un negocio propio	62
Figura 21. Importancia de un plan de negocios.	62
Figura 22. Importancia de la ubicación del negocio.....	63
Figura 23. Importancia del establecimiento de metas para un negocio	64
Figura 24. Importancia de contar con personas preparadas en el negocio	64
Figura 25. Importancia de conocer el producto o servicio ofrecido.....	65
Figura 26. Importancia de saber cuál será el mercado objetivo	66
Figura 27. Importancia de hacer cambios constantes en el negocio y productos	67
Figura 28. Importancia de ser una empresa abierta a nuevas ideas.....	67
Figura 29. Importancia de modificar los objetivos del negocio con el tiempo	68
Figura 30. Importancia de concientizar a los colaboradores.....	69

Figura 31. Importancia de los registros de ingresos y egresos.....	69
Figura 32. Importancia de invertir de manera constante en el negocio	70
Figura 33. Valoración de la variable Educación Básica Regular - Grupo control.....	71
Figura 34. Valoración de la variable Educación Básica Regular - Grupo experimental....	71
Figura 35. Valoración de la variable Actitud emprendedora - Grupo control.....	72
Figura 36. Valoración de la variable Actitud emprendedora - Grupo experimental.....	73
Figura 37. Análisis Educación Básica Regular – Pretest, por grupos	74
Figura 38. Análisis Educación básica regular – Postest, por grupos.....	74
Figura 39. Análisis Actitud Emprendedora – Pretest, por grupos.....	76
Figura 40. Análisis Actitud Emprendedora – Postest, por grupos	76

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS USADAS

- CCR** : Centro para el Rediseño Curricular (CCR, por sus siglas en inglés)
- GERA** : Global Entrepreneurship Research Association
- FAO** : La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

GLOSARIO O DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

Software: Conjunto de programas y rutinas que permiten a la computadora realizar determinadas tareas.

Red: Un sistema en el que un número de equipos están conectados entre sí por cable para compartir software, impresoras y otros recursos.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo analizar la implementación en la educación básica regular de un programa de orientación educativa a nivel secundario y su influencia de en la actitud emprendedora de los adolescentes de cuarto y quinto grado de educación secundaria de los colegios estatales del distrito de Jesús, periodos 2018 y 2020. El diseño de la investigación fue Cuasi – Experimental (con intervenciones a propósito), se contó con dos muestras una experimental constituida por 67 alumnos y una de control constituida por 74 alumnos, se hizo un análisis pretest y postest a las dos muestras independientes y se hizo también un análisis pretest y postest a la muestra relacionada grupo experimental. Los resultados muestran que la actitud emprendedora, en el grupo de control, es valorada como bajo y medio (del 39.2% al 59.5% de participantes), tanto en el pretest como postest, mientras que en el grupo con intervención a propósito, antes de la implementación de la nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario la actitud emprendedora, es valorada como débil (52.5%) y moderada (47.8%) y no se obtuvo calificativo alto, sin embargo, después de su implementación, los resultados del postest reflejan una mejora considerable, con un alto porcentaje de alumnos que valoran la educación básica regular como alta (85.1%). Se concluye que la implementación de una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario en la educación básica regular, fortalece la actitud emprendedora de los adolescentes de cuarto y quinto grado de educación secundaria, según el análisis estadístico U de Mann-Whitney y Wilcoxon que nos permitieron probar en el análisis pretest y postest que hubieron diferencias significativas en la actitud emprendedora en el grupo con intervención (experimental) mientras que no lo hubo en el grupo control.

Palabras Clave: Aprendizaje, actitudes, conocimiento, competencias, habilidades, procesos.

ABSTRACT

The objective of the research was to analyze the implementation in regular basic education of an educational orientation program at the secondary level and its influence on the entrepreneurial attitude of adolescents in fourth and fifth grade of secondary education of state schools in the district of Jesús, periods 2018 and 2020. The design of the research was Quasi-Experimental (with interventions on purpose), there were two samples, one experimental consisting of 67 students and one control consisting of 74 students, a pretest and posttest analysis was made to the two independent samples and a pretest and posttest analysis was also made to the sample related to the experimental group. The results show that the entrepreneurial attitude, in the control group, is valued as low and medium (from 39.2% to 59.5% of participants), both in the pretest and posttest, while in the group with intervention on purpose, before the implementation of the new educational orientation strategy at the secondary level, the entrepreneurial attitude, is valued as weak (52.5%) and moderate (47.8%) and a high qualification was not obtained, however, after its implementation, the results of the post-test reflect a considerable improvement, with a high percentage of students who value regular basic education as high (85.1%). It is concluded that the implementation of a new educational orientation strategy at the secondary level in regular basic education strengthens the entrepreneurial attitude of adolescents in the fourth and fifth grades of secondary education, according to the statistical analysis U of Mann-Whitney and Wilcoxon that we allowed to prove in the pre-test and post-test analysis that there were significant differences in the entrepreneurial attitude in the group with intervention (experimental) while there was not in the control group.

Keywords: Learning, attitudes, knowledge, skills, abilities, processes.

CAPÍTULO

INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Contextualización

Debemos considerar las características nacionales de asentamiento poblacional; de acuerdo con el censo nacional de población y vivienda de 2007 del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2007), el país se caracteriza por tener un número reducido de ciudades grandes y un gran número de pequeñas localidades que concentran volúmenes reducidos de población.

Es en este contexto en el cual se ha desarrollado el sistema educativo en el país y el estado ha hecho importantes esfuerzos para garantizar el acceso a la educación básica regular; como lo indica el Ministerio de Educación (MINEDU, 2010), este sistema está presente en aproximadamente 30 600 centros poblados o localidades, y de estos solo 7 900 con servicio de educación secundaria a nivel nacional.

La educación es el motor del desarrollo para cualquier país, así que es el mejor lugar para implantar en los jóvenes el espíritu de emprendimiento.

Toda pequeña o mediana empresa (Pyme), ha nacido a partir de una idea de negocio, la cual en base a voluntad y decisión dejó el mundo de los anhelos y deseos para convertirse en algo real, en un emprendimiento empresarial, que de manera directa o indirecta contribuye a la generación de desarrollo en la sociedad, al generar empleos o con sus tributaciones e impacto social.

A nivel mundial, según información del (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2015) el 21% de las personas manifiestan que intentarán poner un negocio en los próximos tres años, mientras que en nuestro país ese deseo de

emprendimiento llega hasta el 40%; por este motivo el Perú se ubicó como la novena economía con mayor nivel de emprendimiento en el mundo y figura cuarta a nivel regional. Aunque, si bien este resultado es favorable, el país ha retrocedido cuatro puestos en el reporte del GEM 2015, pues registra una Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) de 22.2%, cifra menor a la del 2014 que reportó un 28.8% y que nos situó como quinto país emprendedor a nivel global.

Pero, no basta con ser un país de emprendedores para generar desarrollo, sino que dichos emprendimientos deben sobrevivir y consolidarse como empresas prósperas en función al tiempo, así lo corrobora (Chavarría, 2018) al sostener que en nuestro país el 75% de las Pymes que emprenden cada año no llegan a los primeros dos años de vida, el 20% restante llega al quinto año y aún un menor porcentaje llega a los 10 años. Asimismo, la gran mayoría de las Pymes que pasan del segundo año de vida, se mantienen en un estado de “supervivencia”, estancada en un ciclo de poco o nulo crecimiento y poca rentabilidad.

A nivel local experiencias de emprendimiento en jóvenes son limitadas, sin embargo se han desarrollado algunos esporádicos proyectos que han buscado generar competencias en la juventud para emprender negocios, como lo manifiesta la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos cuyo logro de su Proyecto “Educación Emprendedora en Cajamarca – Perú”, fue constituir 500 mini (OCDE, 2016) empresas cuyos rubros de negocio han sido formulados por los mismos estudiantes beneficiarios del proyecto, evidenciando sus habilidades de liderazgo, trabajo en equipo y conocimientos básicos en marketing y gerencia comercial.

Es así que se observa que maximizar el emprendimiento es una labor que involucra una buena dosis de capacitación y fortalecimiento de competencias, en especial en el ámbito rural, como lo sostiene Solidaridad Unión Cooperación (Silvia, 2018) organismo canadiense de apoyo y cooperación internacional, que en su Diagnóstico sobre emprendimiento rural en Ancash, Lima y Piura, manifiesta que la mayoría de los emprendedores rurales tienen una formación educativa por encima del promedio de la población (educación secundaria, técnica o universitaria) y han recibido capacitaciones brindadas por ONGs o las municipalidades, demostrando la gran importancia de la educación en el logro del emprendimiento.

1.1.2 Descripción del problema

La realidad social y cultural de la escuela rural no es tomada muy en serio por el gobierno ni por los mismos docentes, todo esto porque se encuentra en zonas alejadas y cuentan con un número reducidos de niños y adolescentes, cabe mencionar que el sistema educativo está organizado de tal manera que la institución educativa sea el centro de todo y que los estudiantes se adapten a esta o fracasen paulatinamente, este enfoque bien puede implicar que educar a estudiantes en zonas rurales resulte más costoso que hacerlo en zonas urbanas. Eliminar la brecha del aprendizaje entre estudiantes urbanos y rurales debería ser una meta urgente de la política educativa, además que al terminar la educación secundaria los alumnos migran a las urbes, donde no encuentran trabajo y se genera otros problemas sociales, como el desempleo, la delincuencia, entre otros. En el mercado laboral peruano existe una alta incidencia de la informalidad, los departamentos situados en la zona sierra del país presentan las tasas de empleo informal más altas, como lo dicen las estadísticas del Ministerio de Trabajo y

Promoción de Empleo (MTPE, 2015) en su informe anual, son Huancavelica (91,4%), Ayacucho (89,3%), Puno (88,8%), Cajamarca (88,0%), Amazonas (87,6%) y Apurímac (87,1%), los jóvenes son más propensos a tener trabajos informales, y los jóvenes profesionales no ejercen su profesión por encontrar empleos que no están acorde su nivel de instrucción. Teniendo estos contextos tanto la educación básica regular secundaria, como el nivel de conocimiento para realizar un emprendimiento que se necesita tener.

1.1.3 Formulación del problema

Pregunta general

¿Cómo la implementación en la educación básica regular de una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario influye en la actitud emprendedora de los adolescentes de cuarto y quinto grado de educación secundaria de los colegios estatales del distrito de Jesús, 2018 y 2020?

Preguntas auxiliares

- a) ¿Cuál es la orientación de la educación básica regular en el nivel secundario de los centros educativos estatales del distrito de Jesús - Cajamarca?
- b) ¿Cuáles son los niveles actuales de la actitud emprendedora, para la constitución empresarial, de los adolescentes del cuarto y quinto grado de educación secundaria de los centros educativos estatales del distrito de Jesús- Cajamarca?
- c) ¿Cuáles son los niveles actuales de la actitud emprendedora, para el establecimiento empresarial, de los adolescentes del cuarto y quinto grado de educación secundaria de los centros educativos estatales del distrito de Jesús- Cajamarca?

- d) ¿Cuáles son los niveles actuales de la actitud emprendedora, para la mejorar las condiciones actuales de una empresa, de los adolescentes del cuarto y quinto grado de educación secundaria de los centros educativos estatales del distrito de Jesús- Cajamarca?
- e) ¿Cuáles son los niveles de la actitud emprendedora de los adolescentes del cuarto y quinto grado de educación secundaria de los centros educativos estatales del distrito de Jesús- Cajamarca, después de la aplicación de una nueva estrategia educativa?

1.2 Justificación e importancia

1.2.1 Justificación científica

El valor de la presente investigación reside en que será base y referencia para futuras investigaciones sobre el emprendimiento y la educación rural. Será enfocada en las teorías educativas de constructivismo, que en general explica el aprendizaje como una experiencia interna, con cual puede decirse que la inteligencia no puede medirse, ya que es única en cada persona, en su propia reconstrucción interna y subjetiva de la realidad. Y en el enfoque de aprendizaje de Bruner que también tiene el enfoque de que el alumno aprenda por sí mismo, esta forma de entender la educación implica un cambio de paradigma en los métodos educativos más tradicionales, puesto que los contenidos no se deben mostrar en su forma final, si no que han de ser descubiertos progresivamente por los alumnos.

El estudio tiene gran relevancia debido a que se aplicó los conocimientos teóricos de acuerdo con nuestro planteamiento del problema, instaurando mecanismos que conllevarán un procedimiento para buscar una solución. Asimismo, la investigación es un instrumento ventajoso para la toma de decisiones concernientes a la educación básica regular con enfoque orientado al desarrollo de

competencias empresariales.

1.2.2 Justificación técnica-práctica

En el Perú la población rural se encuentra ubicada en comunidades nativas, caseríos y centros poblados. Estos tienen niveles de dispersión elevada, dificultad para la comunicación y aislamiento según (Banco Mundial (BM), 2018) el 21.076 % de la población total vive en el ámbito rural, esto se traduce a más de 6 millones de personas, el número de comunidades campesinas según cifras oficiales de INEI (2012) existen 6115 comunidades campesinas y 1388 comunidades nativas el Minedu busca desarrollar competencias empresariales en los estudiantes, incluyéndolo como parte de sus programas curriculares, cuyos resultados se traducen en emprendimientos desarrollados y gestionados por los estudiantes, es preciso en este sentido que se desarrollen investigaciones no solo descriptivas sino aplicativas, como el desarrollado, mediante el cual se demostró que la implementación de programas educativos contribuyen a solucionar problemas específicos como el emprendimiento, como una competencia establecidas en a educación básica regular, identificándose la estrecha relación entre la educación rural y el logro de las competencias emprendedoras en los adolescentes del cuarto y quinto grado de educación secundaria del distrito de Jesús en la provincia de, cuyos resultados pueden ser replicados en otros ámbitos rurales.

1.2.3 Justificación institucional y personal

Una de las instituciones interesadas en esta investigación es la organización sin fines de lucro Eagle Cóndor Humanitarian (ECH) uno de cuyos objetivos a nivel mundial es “romper la pobreza generacional y crear oportunidades autosustentables al proporcionar vías para la educación, y el desarrollo de habilidades empresariales en niños, adolescentes y mujeres”.

Como investigador me siento comprometido con la educación rural como alternativa a generar empleo sostenible que permita romper la pobreza generacional y brindar mejor calidad de vida a las nuevas generaciones.

1.3 Delimitación de la investigación

La delimitación espacial de la investigación está enmarcada en el distrito de Jesús, provincia y departamento de Cajamarca, cuyos datos serán levantados, en el período 2018-2020 por lo que la investigación se caracteriza por ser un corte longitudinal, es un período de tres años en dos etapas distintas 2018-2019 y el otro 2020.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Analizar la implementación en la educación básica regular de una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario y su influencia de en la actitud emprendedora de los adolescentes de cuarto y quinto grado de educación secundaria de los colegios estatales del distrito de Jesús, periodos 2018 y 2020

1.4.2 Objetivos específicos

- a) Analizar la orientación de la educación básica regular en el nivel secundario de los centros educativos estatales del distrito de Jesús - Cajamarca.
- b) Evaluar el nivel actual de la actitud emprendedora, para la constitución empresarial, de los estudiantes del cuarto y quinto grado de educación secundaria de los centros educativos estatales del distrito de Jesús- Cajamarca.
- c) Evaluar el nivel actual de la actitud emprendedora, para el establecimiento empresarial, de los estudiantes del cuarto y quinto grado

de educación secundaria de los centros educativos estatales del distrito de Jesús- Cajamarca.

- d) Evaluar el nivel actual de la actitud emprendedora, para mejorar las condiciones actuales de una empresa, de los estudiantes del cuarto y quinto grado de educación secundaria de los centros educativos estatales del distrito de Jesús- Cajamarca.
- e) Evaluar el nivel actual de la actitud emprendedora de los estudiantes del cuarto y quinto grado de educación secundaria de los centros educativos estatales del distrito de Jesús- Cajamarca después de la aplicación de una nueva estrategia educativa.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Legal

Ley N° 28044 a presente ley tiene por objeto establecer los lineamientos generales de la educación y del Sistema Educativo Peruano, las atribuciones y obligaciones del Estado y los derechos y responsabilidades de las personas y la sociedad en su función educadora.

Rige todas las actividades educativas realizadas dentro del territorio nacional, desarrolladas por personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras.

2.2. Antecedentes de la investigación o marco referencial

Se han ubicado los siguientes trabajos relacionados con las variables que conforman el objeto de estudio.

Internacionales

Pérez (2018) *Educación en emprendimiento y la cultura emprendedora de los estudiantes de las Facultades de Ciencias Económicas y de Economía y Negocios de la Universidad de Cartagena y la Universidad Tecnológica de Bolívar 2006-2015.*

La investigación tuvo como objetivo conocer si la educación superior en emprendimiento impartida durante los años 2006 al 2015 en las Facultades de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena y de Economía y Negocios de la Universidad Tecnológica de Bolívar, había logrado desarrollar cultura emprendedora en sus estudiantes, que potencialmente pueda contribuir a su desarrollo y bienestar e incidir en el contexto local, implementando una investigación con enfoque mixto, de tipo descriptivo y explicativo, teniendo como informantes a 354 estudiantes, 356 egresados, 11 directivos, 9 académico – administrativos y a 212 docentes, contando con la participación de 5 expertos

en educación para emprender y 2 emprendedores éxitos, que nos ayudaron a determinar el índice de capacidad emprendedora de los estudiantes de las dos facultades analizadas. Se concluye, que la motivación y la educación en emprendimiento que desarrollan las facultades ha contribuido en la generación de ideas, la creación, puesta en marcha y mantenimiento de 213 empresas, en un 100% Pymes y 174 o el 81.69% de ellas, ubicadas en el sector servicios, proyectando, 146 del total de las empresas, entre 0 y 10 empleo cada una, mientras que 21 emprendedores, crearán entre 11 y 49 empleos nuevos, por empresa. Potencialmente, generarían un mínimo de 377 empleos y un máximo de 2.489, durante los próximos 3 años.

Julca (2012) *Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de Turismo: El caso de la Universidad San Martín de Porres, Lima (Perú)*,

La investigación se desarrolló con la finalidad de conocer los factores de competencia y emprendimiento en los estudiantes de turismo de la Universidad San Martín de Porres. El autor señala que el emprendimiento empresarial es una competencia que desarrollada como parte inherente de la formación profesional permite a las instituciones educativas de educación superior —entre ellas las universidades—, contribuir con profesionales con una inclinación hacia las propuestas de iniciativas para la constitución empresarial, es decir, profesionales capaces de concretar la idea de crear una empresa mediante el aprovechamiento de una oportunidad de negocios.

En la investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

El emprendimiento se conceptualiza como una característica que puede surgir en todos los seres humanos; pero, si el emprendimiento está relacionado con el área empresarial, la connotación que este adquiere está relacionada con el inicio de nuevos proyectos productivos o de mejoramiento de las condiciones de trabajo.

El emprendimiento empresarial en el sector turismo puede darse en múltiples áreas y de variadas formas; pero, como toda actividad comercial inmersa en la era de la globalización, el turismo se encuentra en una situación de constantes cambios que exigen que los objetos de promoción turística varíen en función a los nuevos paradigmas de consumo natural, cultural o de esparcimiento; por ejemplo, históricamente el Perú se ha caracterizado por ser un destino para el turismo desde una perspectiva arqueológica, arquitectónica y de contacto con la naturaleza; pero, desde hace más de un lustro, se viene dando un fenómeno conocido como el «Boom de la Gastronomía Peruana», es decir, el auge que viene experimentado el rubro gastronómico debido al aumento de la aceptación de la cultura gastronómica peruana tanto en el mercado nacional como en el mercado internacional, lo cual a su vez repercute en una prosperidad económica basado en la activación económica y la elevación de precios al consumidor.

Nacionales:

Chuquilín (2017) *Actitud emprendedora en estudiantes del 5.º de secundaria de la institución educativa n.º 6091 César Vallejo, Chorrillos, 2016.*

La tesis tuvo como objetivo describir la actitud emprendedora en estudiantes del 5.º de secundaria de la institución educativa César Vallejo, Chorrillos, 2016. Para tal fin, el trabajo empleó un diseño no experimental, descriptivo transversal. La población estuvo conformada por estudiantes de la institución educativa N.º 6091 César Vallejo. El muestreo fue no probabilístico de carácter intencional. Para determinar la confiabilidad del instrumento se consideró la validez de juicio de expertos, el cual revisó la consistencia interna del instrumento, es decir, la validez de contenido. Para la recolección de los datos se usó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, trabajado con la Escala de Likert. Para determinar la confiabilidad del instrumento se usó Alpha de Cronbach. Con las encuestas se obtuvo información para describir los niveles de emprendimiento de los

estudiantes de la nuestra. Finalmente, se arribó a la siguiente conclusión: el 51.1% de los alumnos tiene actitud emprendedora, el 75.2% presenta optimismo moderado, el 55.5% manifiesta proactividad alta, el 54.7 % tiene persistencia moderada y el 62% evidencia creatividad e innovación moderada.

Churruca (2021) *Evaluación de la actitud emprendedora en estudiantes del ciclo avanzado de un CEBA en Villa María del Triunfo – Lima.*

La investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de actitud emprendedora en los estudiantes del ciclo avanzado del CEBA República del Ecuador de Villa María del Triunfo en Lima - 2020. El estudio fue de tipo básica y de nivel descriptivo, ya que buscó un aporte teórico con la medición de la variable de interés (actitud emprendedora) utilizándose para ello el método científico y el diseño no experimental de corte transeccional descriptivo. Se trabajó con una muestra poblacional de 89 estudiantes (ciclo avanzado), a quienes se les aplicaron en forma remota e individual un instrumento (cuestionario) a través de la técnica (encuesta) para medir su nivel de actitud hacia el emprendimiento. El autor llegó a las siguientes conclusiones:

En un porcentaje mayoritario (36%) los estudiantes presentan una regular actitud emprendedora, quedando ello demostrado con la obtención de una moda de 96,00 puntos en función a la estandarización planteada.

Existe un regular nivel de capacidad de realización en los estudiantes del ciclo avanzado del CEBA República del Ecuador de Villa María del Triunfo en Lima en el año 2020 (38%)

Existe un regular nivel de capacidad de planificación en los estudiantes del ciclo avanzado del CEBA República del Ecuador de Villa María del Triunfo en Lima en el año 2020, (35%)

Existe un regular nivel de capacidad de relacionarse socialmente en los estudiantes del ciclo avanzado del CEBA República del Ecuador de Villa María del Triunfo en Lima en el año 2020 (42%)

Regionales o locales

Vílchez (2016) *Trabajo cooperativo para desarrollar la cultura emprendedora de los estudiantes del quinto y sexto grado de la I.E. N° 16973 – Lanche Conga - Cutervo, 2014.*

El objetivo de la investigación fue determinar en la relación que existe entre Trabajo Cooperativo y Cultura Emprendedora de los estudiantes del quinto y sexto grado de la Institución Educativa N° 16973, de Lanche Conga-Cutervo, 2014”. La investigación es de tipo cuantitativo-descriptivo. Se trabajó con una muestra poblacional de 15 niños y niñas del 5° y 6°; cómo instrumento se utilizó las fichas de observación estructurada con alternativas cerradas. El procesamiento, análisis e interpretación de datos se realizó a través del método estadístico mediante tablas de doble entrada y gráficos de correlación. La verificación de la hipótesis se realizó aplicando el Coeficiente de correlación de Pearson.

Los resultados sobre la variable “Trabajo Cooperativo” demuestran que los estudiantes (80%) se ubican en el nivel de valoración bueno que corresponde a las dimensiones: Capacidad Organizativa, Capacidad Ejecutiva y Capacidad Evaluativa y sobre la “Cultura Emprendedora” demuestran que los estudiantes se ubican en la valoración de Bueno, en sus tres dimensiones: iniciativa (80%), creativa (93%) y toma de decisiones (87%).

Finalmente, el autor concluye que existe correlación positiva muy baja (+ 0.26) entre el trabajo cooperativo y la cultura emprendedora de los estudiantes, manifestándose en limitaciones de las capacidades de organización, ejecución y evaluación del trabajo cooperativo y en las capacidades de iniciativa, creativa y toma de decisiones de la cultura

empresarial.

2.3. Marco doctrinal (Bases teóricas)

2.3.1. Teorías de la Educación

Teoría constructivista del aprendizaje

Según (Education, 2020) La teoría del constructivismo fue propuesta por Jerome Bruner en 1966. La teoría establece que las personas construyen su propia comprensión y conocimiento del mundo, a través de la experiencia de las cosas y la reflexión sobre esas experiencias. Esta teoría se basa en los principios de la teoría cognitiva, a veces denominado constructivismo cognitivo. (Saborio, 2019) Explica que cuando nos encontramos con algo nuevo, tenemos que reconciliarlo con nuestras ideas y experiencias previas, tal vez cambiando lo que creemos, o descartando la nueva información como irrelevante. En cualquier caso, nosotros somos creadores activos de nuestro propio conocimiento. Para hacer esto, debemos hacer preguntas, explorar, y evaluar lo que sabemos. Esto explica que el aprendizaje es un proceso activo que se basa en el supuesto de que el conocimiento es construido por los aprendices cuando intentan hacer sentido a partir de sus experiencias. Este punto de vista sostiene que las personas activamente construyen nuevos conocimientos a medida que interactúan con su entorno. En el salón de clases, la visión constructivista del aprendizaje se puede utilizar para animar a los estudiantes a utilizar enfoques prácticos para crear más conocimiento, reflexionar y hablar sobre lo que estás haciendo. La teoría no enfatiza la memorización de las concepciones y definiciones de otros, pero insiste en que los alumnos creen su propia definición, significado y comprensión basado en el descubrimiento. Por ejemplo, en lugar de pedir a los estudiantes que memoricen la edad definición de una frase, los estudiantes pueden construir su propia definición simple después de

explorar la posición de una frase en una oración. A veces lo logran cuando trabajan junto con sus compañeros. Esto nos lleva al aspecto social del constructivismo.

Constructivismo Social

Como lo sugiere (Vera Idaresit Akpan, 2020) El constructivismo social es una teoría del aprendizaje propuesta por Lev Vygotsky en 1968. La teoría establece que el lenguaje y la cultura son los marcos a través de los cuales los humanos experimentan, comunican y comprenden la realidad. Según Vygotsky, el lenguaje y la cultura juegan papeles esenciales tanto en el desarrollo intelectual humano como en cómo los humanos percibimos el mundo. Es decir, los conceptos de aprendizaje se transmiten por medio del lenguaje, interpretado y comprendido por la experiencia y las interacciones dentro de un entorno cultural. Dado que se necesita un grupo de personas para tener un idioma y una cultura para construir estructuras cognitivas, por lo que el conocimiento no sólo se construye socialmente, sino co-construido. El vínculo aquí es que mientras el constructivista ve el conocimiento como lo que los estudiantes construyen por sí mismos a partir de las experiencias que recogen de su ambiente, el constructivista social ve el conocimiento como lo que los estudiantes hacen en colaboración con otros estudiantes, profesores y compañeros. El constructivismo social es una variedad del constructivismo cognitivo que enfatiza la naturaleza colaborativa del aprendizaje bajo la guía de un facilitador o en colaboración con otros estudiantes.

2.3.2. Teorías de Emprendimiento

i. Teoría de Andy Freire:

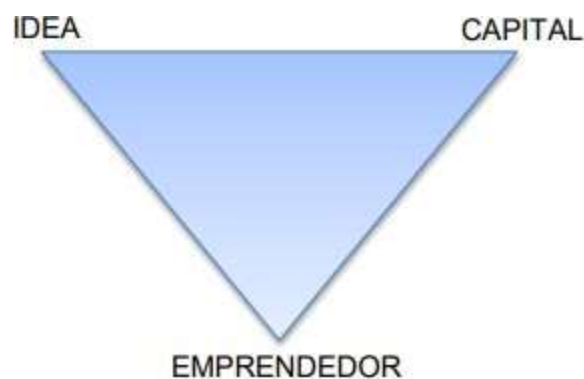
Según (Freire, 2004) , Se define a un emprendedor como una persona que detecta una oportunidad y crea una organización (o la adquiere o es parte

de un grupo que lo hace) para encararla. Y el proceso de ser un emprendedor comprender todas las actividades relacionadas con detectar oportunidades y crear organizaciones para concretarlas.

Para (Freire, *Pasión por Emprender*, 2004) Podemos ver el proceso emprendedor en la forma de un triángulo como en la (Figura 1):

Figura 1

Teoría del triángulo invertido



Nota: Tomado de (Freire, 2004)

El emprendedor como punto de apoyo, quien con dos componentes adicionales puede llegar al éxito: Una idea de negocio que encuentra viabilidad en el mercado en el cual se va a desarrollar, y capital que le permitirá desarrollar su idea. Cuando no se tiene éxito en un emprendimiento casi siempre es por la falla de una de estas tres variables o al aplicar mal las tres variables.

La voluntad del emprendedor en buena medida depende, de que se mantenga este modelo; un emprendedor “exitoso” logra el capital o el proyecto. Por eso el problema trascendental no siempre es el capital ni la idea, porque emprender mira más allá de una mera actitud mercantil o un conjunto de conceptos.

Otro concepto (Freire, Pasión por Emprender, 2004) que nos enseña de manera interesante que desconocía el de triángulo invertido y que es cuando el punto de apoyo está el emprendedor a la derecha el capital y a la izquierda el proyecto la explicación de autor es que el triángulo ayuda a comprender por qué mucha gente cree que los ricos pueden emprender; para muchos emprendedores particularmente en países no desarrollados la mayor dificultad es conseguir el capital semilla, ósea los primeros fondos.

El empleador Brillante siempre logra finalmente el capital o el gran proyecto el emprendedor mediocre, por más que tenga un padre rico y generoso, no es exitoso.

El emprendedor nato vende como nadie, dirige a la gente como nadie normalmente se escucha ello. En cambio, otros aseguran que todo se hace y nada es innato, todo se puede desarrollar.

Freire se refiere a una visión intermedia piensa que existe tres capas o niveles a considerar:

Claramente modificables: Hábitos técnicos.

Tal vez modificables: Mutabilidades.

Inmodificables: Talentos.

Freire señala que siempre hay muchas razones para emprender y los podríamos clasificar en tres grupos.

Luchadores: Aquellos que ven este proceso como la única manera de subsistir, ante la imposibilidad de ser parte de un proyecto existente. El autor lo denomina como no emprendedor.

Los cazadores de olas: Son comunes en países en desarrollo pasan de ola en ola como en el sur denota el autor, sin ningún compromiso con ninguna de ellas hoy pueden tener una tienda de ropa deportiva y mañana un restaurante según el boom del momento.

Los gladiadores: Son quienes sienten el proceso emprendedor en la sangre y van a serlo independiente del contexto. elige esta actividad como una profesión son emprendedores. a carta cabal de acuerdo al autor.

Un punto interesante que enuncia al final de este primer capítulo es lo que menciona sobre la diferencia entre el éxito y el fracaso y que cazadores de olas está destinado al fracaso.

El problema es que el proceso emprendedor tiene una cantidad enorme de obstáculos, y la diferencia entre los emprendedores exitosos y quienes no lo son esta, justamente en la manera de afrontar con entereza y altura esas dificultades.

ii. Emprendimiento según Schumpeter:

Según (EALDE, 2019) Schumpeter desarrolló una teoría en el año 1912 que establece que la creación de nuevas empresas como factor de desarrollo económico depende del empresario. Este hace una combinación nueva de los factores productivos tradicional. Es decir, de la tierra, el trabajo y el capital. Schumpeter también defiende que el impulso que mueve la producción capitalista, provocando procesos de transformación continuos, es “el fenómeno tecnológico, y con él, el proceso de innovación tecnológica”.

Según (González M., Cerón, & Alcazar, 2010) Schumpeter, veía al emprendedor como una persona con habilidades extraordinarias que siempre desarrolla nuevas innovaciones.

Los emprendedores están llamados a reformar o revolucionar la forma en la que se producen los bienes y servicios al explotar una inversión, o una técnica no probada aún. Como cosas recién descubiertas tomar decisión sobre estas es difícil y constituye una función económica distinta, en primer lugar, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y segundo, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el agotamiento físico al hombre que intenta producirlo.

Este sistema económico no permite un equilibrio estático ya que sería interrumpido por los esfuerzos de los emprendedores para establecer nuevas posiciones a través de la introducción de innovaciones. Los incentivos para estas actividades serían las ganancias o rentas que los emprendedores recibieran.

DESTRUCCIÓN CREATIVA

(CORRALES, 2012) nos dice que si bien es cierto que Joseph Alois Schumpeter (1883-1950) no fue el primero en acuñar el concepto “destrucción creativa”, en tanto otros pensadores, desde disciplinas diferentes a la economía, como Klimt (1862 - 1918), Schopenhauer (1788-1860), Nietzsche (1844-1900), ya lo habían realizado, no menos lo es el hecho de que fue el sociólogo y economista austriaco quien se encargaría de popularizarlo, y que sería él quien lo utilizaría para para describir la economía capitalista como un sistema dinámico de producción en

permanente evolución y periódicamente dominado por oleadas de innovación. Su convencimiento se expresa en la forma de concebir el proceso de destrucción creativa como el dato de hecho esencial del capitalismo, y enfatizar en que toda empresa capitalista tendría que amoldarse a ella para vivir. Aspecto este que, con el paso de los años, ha pasado a constituirse en la característica fundamental del desarrollo de las economías y determinante clave de las oportunidades en los mercados internacionales.

Al menos así se desprende de las nuevas exigencias para aquellas empresas y países que quieren alcanzar mayor competitividad de sus economías y de paso garantizar un mayor bienestar a sus pobladores.

iii. Emprendimiento según la Escuela Austríaca.

Para Mises (Castillo, 1999) El emprendedor es aquel que especula en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas.

En contraste con Schumpeter nos dice (H, 1999), Mises, consideró que el factor emprendedor está presente en todas las acciones humanas debido a las incertidumbres presentes en el contexto de estas acciones, y no limitado a las acciones de un tipo particular de personas. Para Mises, el emprendedor es aquel que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas. Debido a estas acciones, el emprendedor ayuda a nivelar la demanda y la oferta y, si ha especulado correctamente, genera una ganancia para sí. De lo contrario, asume las pérdidas por su decisión incorrecta.

Mediante este conjunto de acciones, se satisfacen las necesidades de la sociedad. El conocimiento generado por esta situación aumenta con el tiempo, por lo que la incertidumbre se reduce progresivamente.

Para Kirzner, el emprendedor gana por estar alerta a oportunidades que existen en situaciones inciertas, de desequilibrio. Esta alerta permite al emprendedor percibir las oportunidades antes que los demás. Mas aun, el emprendimiento no está encapsulado en la mera posición de un mayor conocimiento de las oportunidades del mercado. El aspecto de conocimiento que es crucialmente relevante para el emprendimiento no está enfocado al conocimiento substantivo o datos de mercado sino más bien al sentido de alerta, de “conocimiento” de donde ubicar los datos de mercado. Kirzner enfatizó el hecho y la importancia de la competencia, no como una situación sino como un proceso. Desde su punto de vista, el proceso del mercado es inherentemente competitivo. La alternancia sistemática en las decisiones entre un período y el anterior, ofrecen un substrato para mejorar la competitividad en base al mayor conocimiento del proceso y la posibilidad de comparar con la oportunidad anterior contra la que se compite.

Según los austríacos, el énfasis de Schumpeter en que el emprendedor está empujando la economía en el sentido contrario al equilibrio, ayuda a promover la percepción errónea de que el emprendimiento es de alguna manera innecesario para entender la manera en el mercado tiende a la posición de equilibrio.

Para (Castillo, 1999) los conocimientos generados por esta situación aumentan con el tiempo, por lo que la incertidumbre se reduce de manera progresiva. Para Kirzner, el emprendedor gana al estar alerta a todas las

oportunidades que existen en situaciones inciertas, de desequilibrio. El estar alerta permite al emprendedor percibir cada oportunidad antes que los demás. Más aún, el emprendimiento

El énfasis de Schumpeter en el cual el emprendedor está empujando la economía en el sentido contrario al equilibrio, ayuda a promover la percepción errónea de que el emprendimiento es, de alguna manera, innecesario para entender la manera en que el mercado tiende a la posición de equilibrio.

iv. El emprendedor según Howard Stevenson:

Stevenson interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión de la mano de las oportunidades más que en los recursos.

El emprendimiento tiene un gran impacto en la formación de líderes comerciales y por eso es considerada imprescindible en muchos de los principales currículos de MBAs a nivel internacional. Los métodos tradicionales contemplan la formación de personas donde el desarrollo personal está relacionado a la escalera empresarial, subiendo poco a poco con mucho esfuerzo y buen trabajo a puestos superiores.

Según (de Rearte, 2002). se plantea un método alternativo para la creación de riqueza, partiendo de una base pequeña van conformando un equipo que cada vez se haga más grande. Siendo este el caso, permite el desarrollo personal y el desarrollo de la empresa van tomados de la mano.

Para (Oviedo, 2011) Howard Stevenson interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos. Este análisis ha servido para apoyar el emprendimiento tanto a empresarios como a empleados de compañías de

todo tipo. Son los conocidos aquellos que creyeron en su sueño e hicieron lo imposible por hacerlo realidad y lo lograron. Pero también existen muchos líderes empleados en empresas establecidas que también lograron realizar su sueño, que son menos conocidos, salvo, claro está Ray Kroc, quien llevó a McDonalds de un pequeño local al emporio de hoy en día, y Roberto Goizueta, de la Coca Cola”.

Según (Osorio, 2011) para Howard Stevenson el emprendimiento es la búsqueda de la oportunidad sin tomar en cuenta los recursos que estén actualmente bajo el control de uno mismo.

Al analizar estas definiciones, se pueden encontrar algunos puntos en común:

- Oportunidad–Riesgo: significa que el emprendedor busca oportunidades y las oportunidades normalmente involucran riesgos.
- Gente: significa que el emprendedor no realiza nada solo, ellos trabajan en equipo con los mejores recursos humanos que ellos puedan encontrar.
- Recursos: significa que el emprendedor sabe que cualquier idea requiere de dinero, arriesgan sus propios recursos y buscan la manera de obtener mayores recursos de otras fuentes.

v. Teoría de Allan Gibb:

Según (de Rearte, 2002) explica cómo las instituciones educativas deben enfocarse en la educación empresarial. De ahí parte el análisis de la educación empresarial. En esta se tienen en cuenta las siguientes características:

- Comparte los valores de las MiPyMe
- Esta arraigada en las prácticas de la comunidad
- Valora tanto el conocimiento tácito como el explícito
- Fuertemente comprometida con todos los interesados
- Fuertes vínculos con los empresarios
- Diseñada como una organización empresarial
- Enfocada en diseñar un ambiente empresarial con todo tipo de organizaciones
- Entiende cómo los empresarios aprenden y construyen sus enfoques a partir de esta base
- Usa cuidadosamente el conocimiento adquirido de otras fuentes

2.4. Marco conceptual

2.4.1. Conceptualización de Educación

Sobre este concepto Becerril-Carbajal (2018) sostiene que “la educación verdadera es praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo”. La educación tiene en el hombre y el mundo los elementos bases del sustento de su concepción. La educación no puede ser una isla que cierre sus puertas a la realidad social, económica y política. Está llamada a recoger las expectativas, sentimientos, vivencias y problemas del pueblo.

2.4.2. Tipos de Educación

Según el contexto en el que la educación se imparte, puede ser: formal, no formal e informal. (Red Educativa Mundial, 2017)

Educación formal (reglada)

La educación formal es la educación reglada. Se imparte en centros educativos y presenta tres características: está regulada, es intencional y está planificada. ¿Qué quiere decir esto? La educación formal está regulada por ley, hay una intención detrás del acto educativo, que es formar profesionalmente a las personas, y está planificada porque sigue un orden que veremos más adelante. Tras superar las distintas etapas se entregan certificados o diplomas.

Educación no formal

Es un tipo de educación que es intencional y organizada, pero que está fuera del ámbito formal, por lo que no existe ley alguna y no está regulada por la esfera gubernamental. Puede reconocerse por medio de certificados, pero no tienen valor profesional.

Educación informal

La educación informal se da sin ninguna intención, y ocurre a lo largo de la vida. Sucede en el ámbito social, por ejemplo, cuando los padres educan a su hijo en valores. Es la que ha tenido una mayor importancia en términos históricos, ya que la formal hace relativamente poco que existe.

2.4.3. Educación Básica Regular

Según MINEDU (2017) la Educación Básica Regular (EBR) es la modalidad que abarca los niveles de Educación Inicial, Primaria y Secundaria (Artículo 36 de la Ley 28044). Está dirigida a los niños y adolescentes que pasan oportunamente por el proceso educativo. Se ofrece en la forma escolarizada y no escolarizada a fin de responder a la diversidad familiar, social, cultural, lingüística y ecológica del país. Los servicios educativos se brindan por niveles educativos:

- **Educación inicial.** Se ofrece en cunas (para niños menores de 3 años), jardines para niños (de 3 a 6 años) y a través de programas no escolarizados, destinados a niños de bajos recursos en las áreas rurales y urbano-marginales. Según la Constitución de 1993, es obligatorio un año de educación inicial, para la población de 5 años de edad.
- **Educación primaria.** El segundo nivel dura seis años y atiende a los menores de entre los 6 a 12 años de edad. Para ser promovido se necesita un promedio de 15 (sistema vigesimal de evaluación) y aprobar por lo menos lenguaje o matemáticas (básico).
- **Educación secundaria.** El tercer y último nivel dura cinco años. Atiende a jóvenes de entre 12 a 17 años de edad. Se organiza en dos ciclos: el primero, general para todos los alumnos, dura dos años el cual resulta obligatorio y que junto a la educación primaria constituyen el bloque de la educación obligatoria; el segundo, de tres años, es diversificado, con opciones científico-humanista y técnicas. Según la Constitución de 1993, también la enseñanza secundaria es obligatoria.

Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social

Según (Educación, 2016) Es cuando el estudiante lleva a la acción una idea creativa movilizandoo con eficiencia y eficacia los recursos, tareas y técnicas necesarias para alcanzar objetivos y metas individuales o colectivas con la finalidad de resolver una necesidad no satisfecha o un problema económico, social o ambiental.

Comprende que el estudiante trabaje cooperativamente para crear una propuesta de valor, plasmando una alternativa de solución a una necesidad o problema de su entorno, a través de un bien o servicio, valide sus ideas con

posibles usuarios y seleccione, en función de la pertinencia y viabilidad; diseña la estrategia que le permita implementarla definiendo los recursos y tareas necesarios, aplica habilidades técnicas para producir o prestar el bien o servicio ideado y evalúa los procesos y resultados con el fin de tomar decisiones para mejorar o innovar. Actuando permanentemente con ética, iniciativa, adaptabilidad y perseverancia.

Esta competencia implica la combinación de las siguientes capacidades:

- Crea propuestas de valor: genera alternativas de solución creativas e innovadoras a través de un bien o servicio que resuelva una necesidad no satisfecha o un problema económico, social o ambiental que investiga en su entorno; evalúa la pertinencia de sus alternativas de solución validando sus ideas con las personas que busca beneficiar o impactar, y la viabilidad de las alternativas de solución basado en criterios para seleccionar una de ellas; diseña una estrategia que le permita poner en marcha su idea definiendo objetivos y metas y dimensionando los recursos y tareas.
- Trabaja cooperativamente para lograr objetivos y metas: es integrar esfuerzos individuales para el logro de un objetivo en común, organizar el trabajo en equipo en función de las habilidades diferentes que puede aportar cada miembro, asumir con responsabilidad su rol y las tareas que implica desempeñándose con eficacia y eficiencia. Es también reflexionar sobre su experiencia de trabajo y la de los miembros del equipo para generar un clima favorable, mostrando tolerancia a la frustración, aceptando distintos puntos de vista y consensuando ideas.
- Aplica habilidades técnicas: es operar herramientas, máquinas o programas de software, y desarrollar métodos y estrategias para ejecutar los procesos de

producción de un bien o la prestación de un servicio aplicando principios técnicos; implica seleccionar o combinar aquellas herramientas, métodos o técnicas en función de requerimientos específicos aplicando criterios de calidad y eficiencia.

- **Evalúa los resultados del proyecto de emprendimiento:** es determinar en qué medida los resultados parciales o finales generaron los cambios esperados en la atención del problema o necesidad identificada; emplea la información para tomar decisiones e incorporar mejoras al diseño del proyecto. Es además analizar los posibles impactos en el ambiente y la sociedad, y formular estrategias que permitan la sostenibilidad del proyecto en el tiempo.

Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social

Nivel 1. Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social cuando se cuestiona sobre una situación que afecta a un grupo de usuarios y explora sus necesidades y expectativas para crear una alternativa de solución viable y reconoce aspectos éticos y culturales, así como los posibles resultados sociales y ambientales que implica. Implementa sus ideas empleando habilidades técnicas, anticipa las acciones y recursos que necesitará y trabaja cooperativamente cumpliendo sus roles y deberes individuales para el logro de una meta común, propone actividades y facilita a la iniciativa y perseverancia colectiva. Evalúa el logro de resultados parciales relacionando la cantidad de insumos empleados con los beneficios sociales y ambientales generados; realiza mejoras considerando además las opiniones de los usuarios y las lecciones aprendidas.

Nivel 2. Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social cuando integra activamente información sobre una situación que afecta a un grupo de

usuarios, genera explicaciones y define patrones sobre sus necesidades y expectativas para crear una alternativa de solución viable que considera aspectos éticos y culturales y redefine sus ideas para generar resultados sociales y ambientales positivos. Implementa sus ideas combinando habilidades técnicas, proyecta en función a escenarios las acciones y recursos que necesitará y trabaja cooperativamente recombina sus roles y deberes individuales para el logro de una meta común, coordina actividades y colabora a la iniciativa y perseverancia colectiva resolviendo los conflictos a través de métodos constructivos.

Evalúa los procesos y resultados parciales, analizando el equilibrio entre inversión – beneficio ambiental y social, la satisfacción de usuarios, y los beneficios sociales y ambientales generados. Incorpora mejoras en el proyecto para aumentar la calidad del producto o servicio y la eficiencia de procesos.

Destacado. Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social cuando empatiza con las necesidades y expectativas de un grupo de usuarios reinterpretando la situación desde diferentes perspectivas para crear una alternativa de solución innovadora que integra aspectos éticos y culturales y optimiza su diseño para generar resultados sociales y ambientales positivos. Implementa sus ideas innovando habilidades técnicas, diseña estratégicamente y en función a escenarios complejos las acciones y recursos que necesitará y trabaja cooperativamente al alinear sus esfuerzos y acciones individuales para el logro de una meta común; lidera actividades y fomenta la iniciativa y la perseverancia colectiva generando acciones de negociación en función de los distintos intereses. Evalúa las diferentes etapas del proyecto optimizando la relación inversión-beneficio ambiental y social, interpreta los resultados,

realiza ajustes e incorpora innovaciones al proyecto para lograr su sostenibilidad.

2.4.4. Dimensiones de la Calidad de Educación.

La (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), 2008) define las dimensiones de la calidad de Educación de la siguiente manera:

Contenido

Hay acuerdo en que el contenido es un componente de la calidad, pero esta idea necesita volver a examinarse a la luz de los cambios que han ocurrido en el mundo. Mucho de lo que se enseña hoy en todo el mundo puede ser cada vez menos relevante para los estudiantes. Existe una necesidad vehículos y materiales relevantes para la alfabetización, el dominio de la matemática y de los “hechos y destrezas para la vida”. Esto incluye la educación sobre los derechos humanos, la igualdad de género, el respeto por el planeta tierra y por otras formas de vida, la salud, la nutrición, el VIH sida, la paz y el respeto y apreciación de la diversidad.

Hace largo tiempo que se ha reconocido que un acceso equitativo a materiales educativos suficientes es algo esencial para el aprendizaje. Los materiales de bajo costo pueden facilitar el aprendizaje tanto como materiales más caros. Pero los propios materiales necesitan ser revisados a la luz de lo que transmiten en relación con los derechos, las obligaciones y las responsabilidades, así como también en lo que denotan o connotan en relación con el género, los estereotipos y la religión, por ejemplo.

Indicador del Contenido

Conocimiento. Según (Pérez J. , 2008) el conocimiento es un conjunto de información almacenada mediante la experiencia o el aprendizaje (a posteriori), o a través de la introspección (a priori). En el sentido más amplio del término, se trata de la posesión de múltiples datos interrelacionados que, al ser tomados por sí solos, poseen un menor valor cualitativo.

La forma sistemática de generar conocimiento tiene dos etapas: la investigación básica, donde se avanza en la teoría; y la investigación aplicada, donde se aplica la información.

Procesos Educativos

Con frecuencia, los procesos educativos son un aspecto olvidado de la calidad. La forma en que se permite a los estudiantes plantear y resolver problemas, la forma en que se trata a diferentes estudiantes del mismo grupo, la forma en que se trata a docentes y administradores, la forma en que esto se comportan, y las formas en que se generan vínculos entre las familias y las comunidades con la educación son todos ejemplos de procesos que afectan la calidad educativa. Un tratamiento diferencial de los niños pone de manifiesto la noción de que algunas personas no tienen los mismos derechos que otras ya desde temprana edad, y esto es una situación que no debe ser tolerada.

Cómo se transmite el conocimiento, las habilidades y los valores, es parte importante del currículum al igual que el qué se aprende sobre ellos, porque, de hecho, el proceso es parte de lo que se aprende.

Indicadores de Procesos Educativos

Procesos Educativos. Según la (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), 2018) miden cómo se han llevado a cabo las actividades del programa educativo, es decir, si se ejecutaron o no según los criterios de calidad deseados. Esto incluye saber cómo se manejaron en la práctica los procesos educativos específicos, es decir, la aplicación de los criterios, la calidad de la enseñanza, el tiempo dedicado a la tarea, el ambiente en la escuela y el liderazgo educativo. Al igual que los indicadores de contexto, los indicadores de proceso también atañen a cuestiones cualitativas y pueden obtenerse mediante encuestas y observaciones pedagógicas, informes de inspección y auto evaluación.

Habilidades

Como lo explica Fadel, et al. (2015), En vez de limitarse a escuchar, leer y llevar a cabo ejercicios de rutina, los estudiantes ejercitan sus habilidades de pensamiento de nivel superior a través de la investigación, el debate y la observación desde puntos de vista divergentes, entre otros aspectos. Junto con el aprendizaje activo, un enfoque constructivo del aprendizaje enfatiza y fomenta los aspectos sociales (actitudes) del aprendizaje (a menudo el conocimiento es construido socialmente), y el aspecto de las habilidades creativas (el conocimiento es aprendido mediante su creación o recreación); Esta visión redefine la transferencia del aprendizaje como el uso productivo de las habilidades y motivaciones, para preparar a los estudiantes a aprender de maneras nuevas en situaciones del mundo real, o en ambientes ricos en

recursos, que acercan mucho más el aprendizaje a los desafíos de hoy.

Indicadores de Habilidad

Colaboración. Fadel, et al. (2015) En un mundo de creciente complejidad, los mejores enfoques para la resolución de problemas multifacéticos contemplan la colaboración entre personas de diferentes habilidades, trasfondos y perspectivas. Bien ejecutada, la colaboración permite al grupo tomar decisiones mejores de las que tomaría cualquier individuo por su propia cuenta, ya que hace posible la consideración de múltiples puntos de vista. Por otro lado, cuando se ejecutan pobremente, los esfuerzos colaborativos caen en la dinámica del pensamiento grupal, tornándose menos efectivos que el individual. Los estudios que sondan la estructura de los campos científicos han revelado que, si bien se apoya en la especialización, el trabajo interdisciplinario juega a menudo un papel importante en los avances en el conocimiento y la tecnología.

Aprendizaje aplicativo. Fadel, et al. (2015). Las habilidades muestran cómo utilizamos lo que sabemos. Las habilidades, anteriormente destacadas, son altamente valoradas por los empleadores, resultan claves para ayudar a los estudiantes a lograr un entendimiento profundo del conocimiento, y son esenciales para facilitar la aplicación del aprendizaje en ambientes nuevos. Están, a la vez, inseparablemente conectadas al conocimiento de contenidos, ya que no es plausible enseñar habilidades independientemente de una base de conocimiento de contenidos (p.ej., es imposible pensar críticamente acerca de nada).

El CCR apoya de todo corazón la noción de conocimiento y habilidades desarrollados como parte de un ciclo virtuoso, de tal manera que el conocimiento que involucramos en nuestras clases se convierta en fuente de creatividad, materia de pensamiento crítico y comunicación e ímpetu hacia la colaboración. De esta manera, podemos involucrarnos mejor en los desafíos globales de hoy, en las exigencias de la fuerza de trabajo del mañana, y en los desafíos atemporales de la realización personal y social en un mundo rápidamente cambiante

2.4.5. *Conceptualización de Emprendimiento Empresarial*

Ramírez (2010) define el emprendimiento empresarial como la iniciativa de un individuo para desarrollar un proyecto de negocios o una idea en particular que genere ingresos, crear microempresa. Es tomar acciones humanas, creativas, para construir algo de valor a partir de nada. Es la insistente búsqueda de la oportunidad sin tener los recursos disponibles; lo que requiere de misión, visión, pasión y compromiso para guiar a otros en el alcance de ese objetivo, tener disposición para tomar riesgos calculados, vislumbrar que ventajas aporta la microempresa para el desarrollo de una propio, de su entorno y de la nación.

El concepto de emprendimiento se ha vuelto muy importante en la última década, su importancia radica en el hecho de sobrepasar constantes y crecientes problemas económicos del ámbito local, regional, nacional e incluso internacional.

Según la Fundación SERES (2017) un emprendedor es alguien que tienen sentido de oportunidad, de satisfacer una necesidad o un servicio, de crear una proposición novedosa e innovadora, y que tiene éxito en la ejecución de sus ideas.

2.4.6. Dimensiones del Emprendimiento Empresarial

Desde una perspectiva empresarial, el emprendimiento puede darse en tres dimensiones:

- El emprendimiento para la constitución empresarial, es decir, concretar la idea de crear una empresa mediante el aprovechamiento de una oportunidad de negocios, el cual por lo general queda plasmado en un proyecto de constitución empresarial.
- El emprendimiento para el establecimiento empresarial, el cual consiste en ejecutar lo establecido en el proyecto de constitución empresarial con fines de ponerlo en el mercado.
- El emprendimiento para mejorar las condiciones actuales de una empresa, es decir, cuando se quiere mejorar el proceso productivo o de prestación de servicio, de una empresa que ya se encuentra insertado en el mercado de bienes o servicios, según corresponda.

Indicadores

Iniciativa. La iniciativa emprendedora es un proceso social y dinámico en el que los individuos, solos o en colaboración, identifican oportunidades para innovar y actúan transformando las ideas en actividades prácticas dentro de un contexto social, cultural o económico. En el contexto de creación de empresas es una actitud en la que se refleja la motivación y la capacidad del individuo para identificar una oportunidad y producir un nuevo valor o éxito económico. En los últimos años en Europa existe una conciencia creciente de la necesidad de promover iniciativas que promuevan la cultura emprendedora como una

de las bases fundamentales del crecimiento. (Jonatnan, 2009).

Creatividad. Según Montes de oca (2012) la creatividad por sí sola, es la capacidad que posee un individuo de crear e idear algo nuevo y original, mientras que la innovación, por su lado, es el arte de convertir las ideas en productos, procesos y servicios nuevos y mejorados que el mercado reconozca y valore. La innovación es producir, asimilar y explotar con éxito una novedad, de manera que aporte soluciones inéditas a los problemas de y permita responder a las necesidades de las personas, de las empresas y la sociedad en general.

Perseverancia- Es una cualidad que no forma parte del método científico, pero que es indispensable en tu desarrollo. Un experto en el tema te dice por qué y cómo lograrla; La perseverancia se apuntala como un valor inherente a los hombres de ciencia ya todo emprendedor, ya sea para postular una ley científica, para concretar un proyecto empresarial, o bien, para estar satisfechos en la empresa de la vida. (Jonatnan, 2009).

Conocimiento. Conceptualiza el conocimiento empresarial con el concepto. El conocimiento debe ir dirigido a lograr un fin y por tanto deberemos distinguir la información del conocimiento de la empresa, que es la suma de conocimientos de sus empleados y otros valores. Se suele decir que el conocimiento radica en los procesos, los clientes, el personal y en la innovación y es importante distinguir entre las fuentes de

información y las de conocimiento para potenciar estas últimas. Es tan importante o más que diferenciar entre comunicación e información. (Rodríguez, 2010)

Gestión. Según Varela (2020) la gestión empresarial es el conjunto de medidas y estrategias que buscan mejorar la productividad y la competitividad de una empresa. Esta función la suelen desempeñar consultores, directores y gerentes. La clave del éxito de un negocio depende en gran parte de una buena gestión, que ayude a identificar los factores que influyen en el mejor resultado de la empresa y también a encontrar problemas a tiempo para solucionarlos.

Planificación. La planificación (planeación o planeamiento) es una función administrativa que comprende el análisis de una situación, el establecimiento de objetivos, la formulación de estrategias que permitan alcanzar dichos objetivos, y el desarrollo de planes de acción que señalen cómo implementar dichas estrategias. (Paz, 2020).

Dicho en otras palabras, la planificación analiza dónde estamos, establece dónde queremos ir, y señala qué vamos a hacer para llegar ahí y cómo lo vamos a hacer.

La planeación es la primera función administrativa ya que sirve de base para las demás funciones como son la organización, coordinación y control.

Permite proponer objetivos y señala qué es lo que se va a hacer para poder alcanzarlos. Permite organizar mejor las áreas y

recursos de la empresa, coordinar mejor las tareas y actividades, y controlar y evaluar mejor los resultados, ello gracias a que nos facilita comparar los resultados obtenidos con los planificados.

Organización. Para (Bermuy (2011) una organización para que sea emprendedora, deberá permitir y facilitar que las personas que la componen se comporten dando facilidades para la iniciativa dentro de la organización, estimulando nuevas oportunidades en la organización, entregando recursos y abiertos a los cambios. El desarrollo del espíritu emprendedor al interior de una organización puede permitir desarrollar nuevos proyectos o también renovar con nuevas ideas.

Innovación. La innovación no es una capacidad (como la creatividad) sino un proceso, una actividad que culmina en un resultado final que conduce al progreso. Es el resultado de aplicar la creatividad, pero también necesita métodos y tecnología para desarrollar nuevos productos o servicios o en la mejora de nuestro entorno. La innovación requiere esfuerzo e inversión y se concreta en un resultado final. (Artigas, 2011),

Control. Según Garcia (2012) la función que permite la supervisión y comparación de los resultados obtenidos contra los resultados esperados originalmente, asegurando además que la acción dirigida se esté llevando a cabo de acuerdo con los planes de la organización y dentro de los límites de la estructura organizacional.

2.5. Definición de términos básicos

Actitud.

Es la disposición o tendencia para actuar de acuerdo o en desacuerdo a una situación específica. Es una forma habitual de pensar, sentir y comportarse de acuerdo con un sistema de valores que se va configurando a lo largo de la vida a través de las experiencias y educación recibida. (MINEDU, 2016)

Actitud Emprendedora

La actividad emprendedora es un proceso que involucra variables inherentes a las competencias personales capaces de generar un impulso hacia el mejoramiento personal y del entorno partiendo del descubrimiento de una oportunidad, así como las variables propias al medio en el que está se detecta (Hernández y Arano , 2015)

Aprendizaje por Competencias

Este aprendizaje está orientado hacia el desarrollo de las habilidades sociales, intelectuales, manuales, “comienza con la identificación de las destrezas, habilidades y actitudes o competencias específicas” (Piaget, 1968)

Capacidades

Son recursos para actuar de manera competente. Estos recursos son los conocimientos, habilidades y actitudes que los estudiantes utilizan para afrontar una situación determinada. Estas capacidades suponen operaciones menores implicadas en las competencias, que son operaciones más complejas. (MINEDU, 2016)

Competencia

Es la facultad que tiene una persona de combinar un conjunto de capacidades a fin de lograr un propósito específico en una situación determinada, actuando de manera pertinente y con sentido ético. (MINEDU, 2016)

Cultura emprendedora

Según Hernández y Arano (2015) La cultura emprendedora se define como una forma de pensar, razonar y actuar, vinculada a la búsqueda de una oportunidad de negocio.

Habilidades

Las habilidades hacen referencia al talento, la pericia o la aptitud de una persona para desarrollar alguna tarea con éxito. Las habilidades pueden ser sociales, cognitivas, motoras. (MINEDU, 2016)

CAPÍTULO III

PLANTEAMIENTO DE LAS HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

Hipótesis de estudio:

Si se implementa en la educación básica regular una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario, se fortalece la actitud emprendedora de los adolescentes de cuarto y quinto grado de educación secundaria de los colegios estatales del distrito de Jesús, periodo 2018 y 2020.

3.2. Variables

Variable Independiente: Educación Básica Regular

Variable Dependiente: Actitud Emprendedora

3.3. Operacionalización de los componentes de las hipótesis

Tabla 1

Operacionalización de las variables

Título: “La educación básica regular, nivel secundario y su incidencia en la actitud emprendedora de los adolescentes, Caso: Centros educativos estatales, distrito de Jesús – Cajamarca” perdidos 2018 y 2020

Hipótesis	Definición conceptual de las variables	Definición operacional de las variables/categorías					
		Variables	Dimensiones	Indicadores	instrumento de recolección		
<p>Hipótesis de Investigación</p> <p>Si se implementa en la educación básica regular una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario, se fortalece la actitud emprendedora de los adolescentes de cuarto y quinto grado de educación secundaria de los colegios estatales del distrito de Jesús, periodo 2018 y 2020.</p>	<p>Educación Básica Regular la Educación Básica Regular (EBR) es la modalidad que abarca los niveles de Educación Inicial, Primaria y Secundaria (Artículo 36 de la Ley 28044). Está dirigida a los niños y adolescentes que pasan oportunamente por el proceso educativo, El currículo Nacional implementa los contenidos los procesos y las competencias (Habilidades)</p> <p>La actitud emprendedora es un proceso que involucra variables inherentes a las competencias personales capaces de generar un impulso hacia el mejoramiento personal y del entorno partiendo del descubrimiento de una oportunidad, así como las variables de emprendimiento propias al medio en el que está se detecta, (Hernández y Arano 2015)</p>	Variable X: Contenido Educación Básica Regular	Procesos Educativos	Conocimiento sobre negocios Entorno educativo y aprendizaje	Cuestionario		
			Habilidades	Relaciones Aprendizaje aplicativo			
		El emprendimiento para la constitución empresarial	Iniciativa Creatividad Perseverancia Conocimiento	Variable Actitud Emprendedora para el establecimiento empresarial	El emprendimiento para el establecimiento empresarial	Gestión Planificación Organización Control	Cuestionario
		El emprendimiento para mejorar las condiciones actuales de una empresa	Innovación Organización Control				

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1. Ubicación geográfica

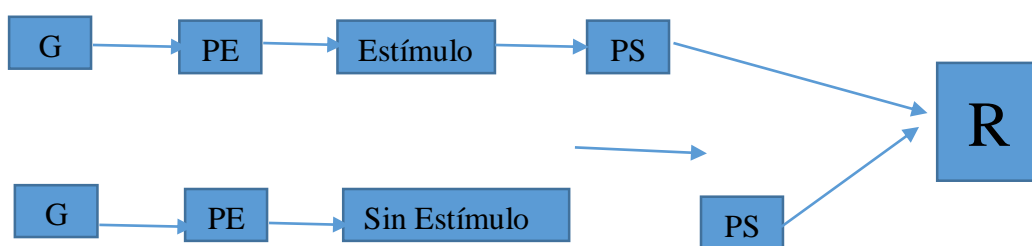
4.2. Diseño de la investigación

La investigación tuvo un de diseño cuasi experimental, porque a decir de Balluerka y Vergara (2002) la metodología de investigación cuasi-experimental se utiliza para estudiar el posible efecto causal de las intervenciones o de los tratamientos en situaciones abiertas, es decir, fuera del contexto de laboratorio, donde el control es escaso y la aleatoriedad en la asignación de las unidades no resulta posible (p. 19).

Este diseño queda explicado de manera clara en el siguiente gráfico donde GE: Grupo Experimental, PE, Prueba de Entrada, PS, Prueba de Salida, R, resultado.

Figura 2

Diseño de la investigación



Por su temporalidad fue de corte longitudinal, por cuanto se realizaron dos mediciones una antes de la implementación del programa de emprendimiento (pretest) y otro después de su implementación y desarrollo (postest), en tal sentido el estudio tuvo un nivel o alcance aplicativo, por cuanto se realizó una intervención a propósito con la finalidad de mejorar una realidad (Actitud emprendedora)

4.3. Métodos de investigación

Se utilizó los siguientes métodos para esta investigación, los métodos inductivos, deductivos, descriptivos y estadísticos.

El método inductivo es utilizado en las áreas científicas, donde se recolectan datos de hechos y fenómenos para llegar a una hipótesis o teoría.

Se utilizó el método inductivo usando supuestos específicos para llegar a una proposición general. Este es el método utilizado en el método científico, por ejemplo, que consiste en la recolección de datos sobre casos específicos para comprobar la teoría o hipótesis.

El método deductivo, en cambio, es un tipo de razonamiento usado para aplicar leyes o teorías a casos singulares como, por ejemplo, una pelota de fútbol entra en el arco si se aplica las leyes de la física.

El método deductivo es el que usa generalmente en la vida diaria. Según las leyes y principios generales que conocemos como, por ejemplo, que el fuego quema, podemos deducir en un caso concreto que si un niño juega con fuego es muy posible que se queme.

El método inductivo es utilizado en las áreas científicas, donde se recolectan datos de hechos y fenómenos para demostrar una hipótesis o teoría, en este sentido en el presente trabajo de investigación, mediante la recolección de datos y su procesamiento se logró demostrar y contrastar la hipótesis, para llegar a inferenciar los resultados hacia la población.

El método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Este método nos permitió sintetizar los resultados descriptivos, en tablas y figuras, asimismo nos permitió alcanzar los resultados inferenciales para la comprobación y contrastación de la hipótesis.

4.4. Población, muestra, unidad de análisis y unidades de observación

La población, sujeto de investigación fue el componente directriz de: los alumnos del cuarto y quinto grado de educación secundaria de las escuelas estatales del divino niño Jesús y José Olaya del distrito de Jesús. Dando un total de 140 alumnos.

La muestra será la totalidad de 140 alumnos escogidos por conveniencia.

Grupo Control: Alumnos del Cuarto y Quinto grado de educación secundaria de la I.E Divino Niño Jesús, que al periodo de realización del estudio fueron 67 estudiantes.

Grupo de Experimental: Alumnos del Cuarto y Quinto grado de educación secundaria de la I.E N° 82044 José Olaya Balandra – Huaraclla, que al periodo de realización del estudio fueron 74 estudiantes.

Unidad de análisis. Se consideró una unidad de análisis colectiva conformada por las instituciones educativas Divino Niño Jesús y José Olaya Balandra – Huaraclla.

Unidad de observación. La unidad de observación fue el estudiante del cuarto y quinto año de secundaria, que conforme se establece para los estudios sociales, forman parte de la población o muestra.

4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información

Encuesta.

Técnica de la encuesta por muestreo, aunque también ha sido considerada como método, en las investigaciones descriptivas-correlacionales, es considerada como técnica para la recolección de datos, utilizando al cuestionario como instrumento.

Instrumento

El instrumento de recolección de datos será elaborado teniendo en cuenta cada una de las variables seleccionadas (Educación rural, desarrollo del talento humano), sus

respectivas dimensiones e indicadores contenidos en la matriz de operacionalización de variables y las opciones que recomienda el uso de la escala ordinal. Este procedimiento permitirá imprimirle coherencia y consistencia lógica al cuestionario, y la validez y confiabilidad de este.

Para los ítems de las preguntas se estableció la siguiente escala:

No / En absoluto (1), Algo / Alguna vez (2), Bastante / A menudo (3), Si / En total acuerdo (4).

4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

El procesamiento de datos se llevó a cabo de forma computarizada utilizando paquetes estadísticos adecuados a la naturaleza del objeto de estudio, por ejemplo, Excel 2013, SPSS, para cumplir con las siguientes etapas de la investigación:

- a) Consistencia de los datos. Que consiste en hacer una depuración de los datos recopilados; a veces es necesario eliminar datos innecesarios, falsos o equivocados proporcionados por algunos encuestados.
- b) Clasificación de información. Constituye una etapa clave (básica) en el tratamiento de datos. Consistirá en agrupar los datos mediante el uso de la estadística descriptiva (distribución de frecuencias) de los indicadores que caracterizan a las dimensiones de las variables X e Y.
- c) Tabulación de los datos. La tabulación consiste en agrupar los datos por grupos de indicadores de cada dimensión que caracterizan a las variables X e Y.
- d) Presentación de los resultados. Consistió en la elaboración de cuadros, tablas, gráficos y figuras tomando como fuente la tabulación de los datos.

Para la valoración de las variables, se establecieron índices sintéticos con rangos basados en los puntajes mínimos y máximos de cada variable, como sigue:

Educación Básica Regular

De 08 a 16 (Bajo), de 17 a 24 (Medio), de 25 a 32 (Alto)

Actitud Emprendedora

De 22 a 44 (Débil) de 45 a 66 (Moderada) de 67 a 88 (Alta)

4.7. Equipos, materiales, insumos, etc.

Se contó con los siguientes materiales para la investigación de campo:

Equipos:	Laptop	(01)
Materiales	Usb	(01)
	Fichas de encuesta	(300)

4.8. Matriz de consistencia metodológica

Tabla 2.

Matriz de consistencia metodológica

Título: “La educación básica regular, nivel secundario y su incidencia en la actitud emprendedora de los adolescentes, Caso: Centros educativos estatales, distrito de Jesús – Cajamarca” perdidos 2018 y 2020

Formulación del Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Fuente o instrumento de recolección
Pregunta general	Objetivo general					
¿Cómo la implementación en la educación básica regular de una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario influye en la actitud emprendedora de los adolescentes de cuarto y quinto grado de educación secundaria de los colegios estatales del distrito de Jesús, 2018 y 2020?	Analizar la implementación en la educación básica regular de una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario y su influencia de los adolescentes de cuarto y quinto grado de educación secundaria de los colegios estatales del distrito de Jesús, periodos 2018 y 2020	Hipótesis de estudio Si se implementa en la educación básica regular una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario, se fortalece la actitud emprendedora de los adolescentes de cuarto y quinto grado de educación secundaria de los colegios estatales del distrito de Jesús, periodo 2018 y 2020	Variable independiente	Contenido Procesos Educativos	Conocimiento sobre negocios Entorno educativo y aprendizaje	Cuestionario
Preguntas auxiliares	Objetivos específicos					
a) ¿Cuál es la orientación de la educación básica regular en el nivel secundario de los centros educativos estatales del distrito de Jesús – Cajamarca?	a) Analizar la orientación de la educación básica regular en el nivel secundario de los centros educativos estatales del distrito de Jesús – Cajamarca.		Educación Básica Regular	Habilidades	Relaciones Aprendizaje aplicativo	

Título: “La educación básica regular, nivel secundario y su incidencia en la actitud emprendedora de los adolescentes, Caso: Centros educativos estatales, distrito de Jesús – Cajamarca” perdidos 2018 y 2020

Formulación del Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Fuente o instrumento de recolección
b) ¿Cuáles son los niveles actuales de la actitud emprendedora de los adolescentes del cuarto y quinto grado de educación secundaria de los centros educativos estatales del distrito de Jesús- Cajamarca?	b) Evaluar el nivel actual de la actitud emprendedora de los estudiantes del cuarto y quinto grado de educación secundaria de los centros educativos estatales del distrito de Jesús- Cajamarca.				Iniciativa Creatividad Perseverancia Conocimiento	
c) ¿Cuáles son los niveles de la actitud emprendedora de los adolescentes del cuarto y quinto grado de educación secundaria de los centros educativos estatales del distrito de Jesús- Cajamarca, después de la aplicación de una nueva estrategia educativa?	c) Evaluar el nivel actual de la actitud emprendedora de los estudiantes del cuarto y quinto grado de educación secundaria de los centros educativos estatales del distrito de Jesús- Cajamarca después de la aplicación de una nueva estrategia educativa		Variable Dependiente Actitud Emprendedora	El emprendimiento para la constitución empresarial El emprendimiento para el establecimiento empresarial El emprendimiento para mejorar las condiciones actuales de una empresa	Gestión Planificación Organización Control Innovación organización Control	Cuestionario

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

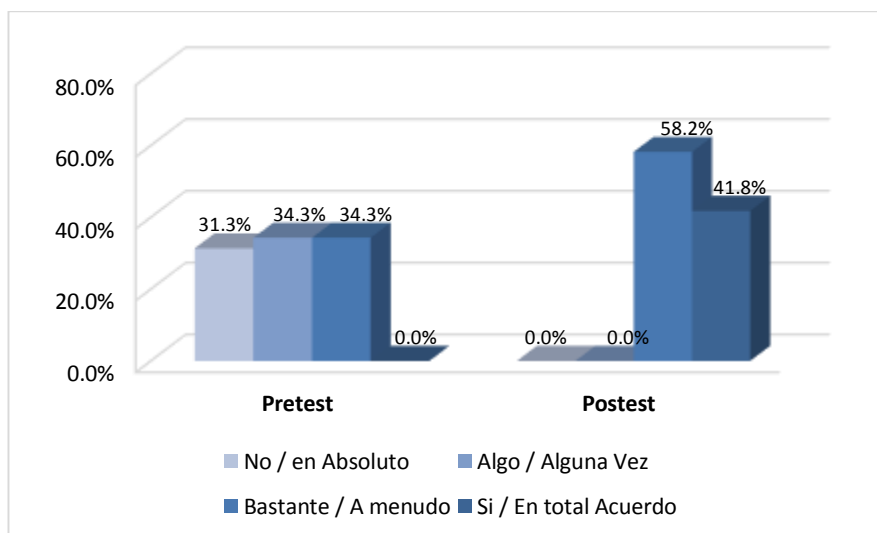
5.1. Presentación de resultados

5.1.1. Educación Básica Regular

Dimensión Contenido

Figura 3

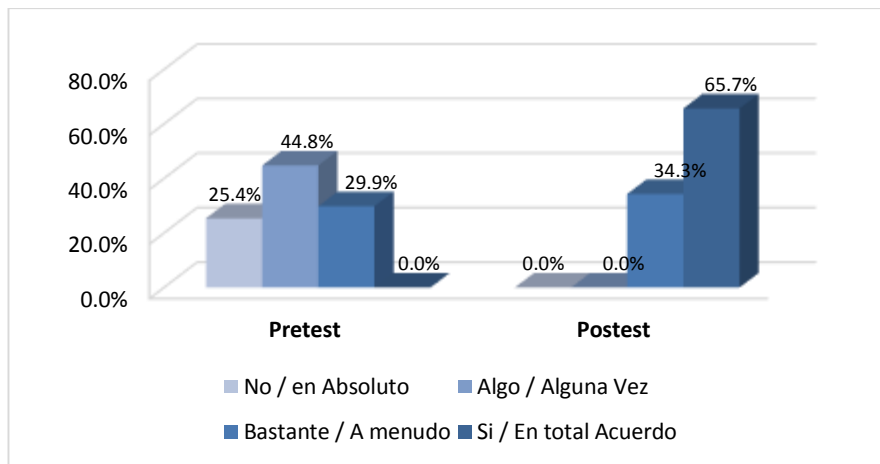
Importancia del conocimiento sobre negocios es en las escuelas



Respecto la importancia del conocimiento sobre negocios en las escuelas, podemos apreciar que, en el pretest los alumnos consideran en frecuencias similares como no importante, algo importante y bastante importante, sin embargo, en el posttest, los resultados mejoran sustancialmente incrementándose la frecuencia de bastante importante y además un porcentaje significativo que señalan que definitivamente sí es importante el conocimiento sobre negocios en las escuelas.

Figura 4

Saberes sobre emprendimiento

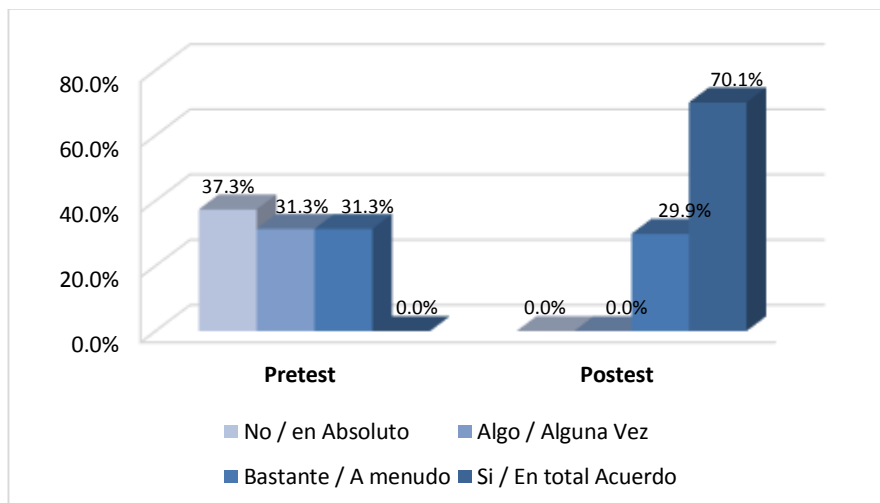


Respecto a cuanto saben sobre emprendimiento, podemos apreciar que en el pretest los alumnos consideran en su mayoría conocer algo, sin embargo, también consideran no conocer y conocer bastante, sin embargo, en el posttest, los resultados mejoran sustancialmente incrementándose la frecuencia de conocer bastante y además surge con el más alto porcentaje de frecuencias, quienes señalan que si conocen sobre emprendimiento.

Dimensión Procesos.

Figura 5

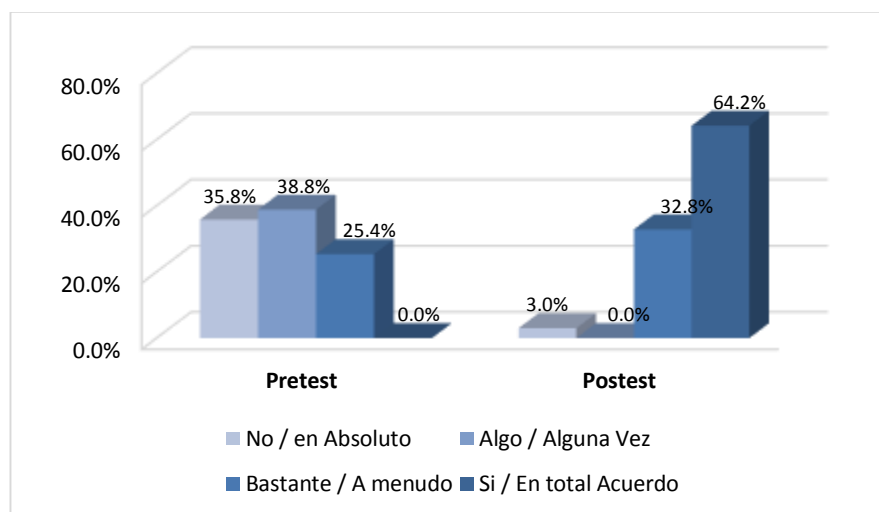
Disfrute del aprendizaje en el entorno escolar sobre los negocios.



En los resultados pretest, los alumnos señalan generalmente que no disfrutaban aprendiendo en el entorno escolar sobre los negocios, del mismo modo en forma similar señalan que algunas veces disfrutaban y también a menudo, mientras que el posttest, los resultados mejoran de manera sustancial, manteniéndose la frecuencia de disfrutar a menudo y además surge con el más alto porcentaje de frecuencias, quienes señalan estar en total acuerdo con disfrutar aprendiendo sobre emprendimiento en la escuela.

Figura 6

Conocimientos necesarios para generar negocio

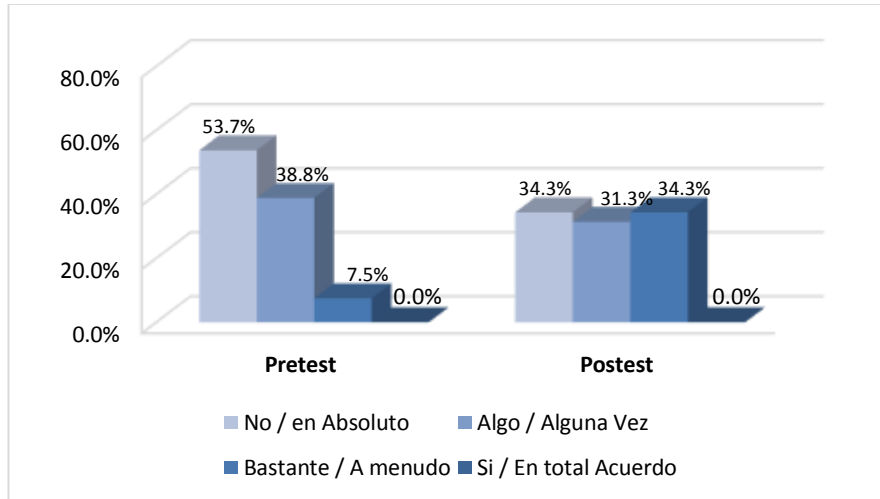


Respecto a los conocimientos que brinda la escuela secundaria, en el pretest los alumnos consideran con mayor frecuencia que la escuela secundaria algunas veces les brinda los conocimientos necesarios para poner su propio negocio, también consideran algunos que no brindan en absoluto y también que brindan conocimiento a menudo; sin embargo, en el posttest, los resultados mejoran de manera significativa, pues se incrementa la frecuencia respecto a que a menudo se brinda conocimientos para generar negocios y además con un elevado porcentaje señalan estar en total acuerdo con que si se brinda conocimiento necesarias para crear un negocio.

Dimensión Habilidad

Figura 7

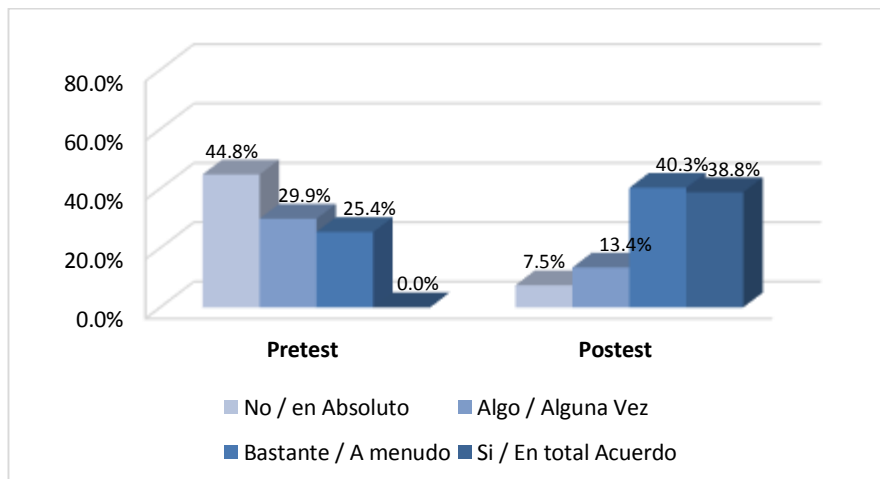
Cautela para solicitar ayuda



Respecto a la cautela para solicitar ayuda, en los resultados del pretest, el más alto porcentaje de los alumnos señala no ser cauteloso al momento de solicitar ayuda, seguido de aquellos que señalan ser cautelosos algunas veces y un bajo porcentaje serlo a menudo, de otra parte, en el posttest los resultados mejoran, disminuyendo la frecuencia respecto a no ser cautelosos, mejorando la frecuencia de ser cautelosos a menudo.

Figura 8

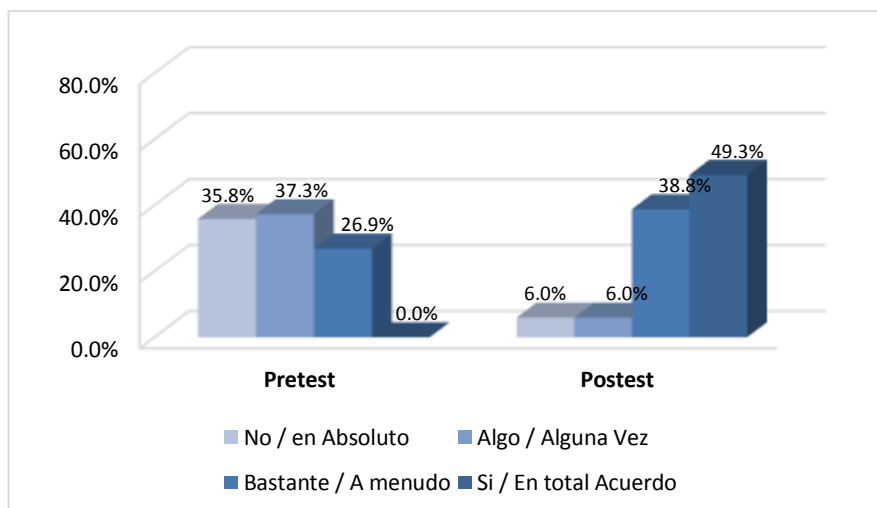
Facilidad para relacionarte con los demás



Respecto a la facilidad para relacionarse con los demás, en los resultados del pretest, en su mayoría, alumnos señala no tener esa facilidad, seguido de aquellos que señalan tener facilidad algunas veces y finalmente quienes señalan tenerlo a menudo; sin embargo, en el posttest, los resultados mejoran incrementándose la frecuencia de quienes señalan tener facilidad para relacionarse con los demás a menudo y además un porcentaje significativo señalan definitivamente si tener esa facilidad.

Figura 9

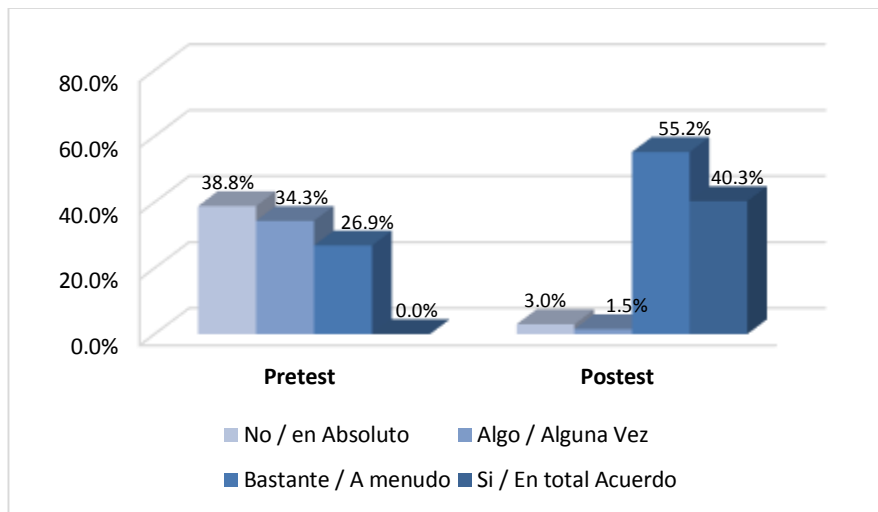
Análisis de los errores para aprender de ellos



Respecto a los errores, en el pretest los alumnos consideran con mayor frecuencia que algunas veces analizan sus errores para aprender de ellos, también consideran en frecuencias similares que no analizan en absoluto y también que analizan sus errores a menudo; sin embargo, en el posttest, los resultados mejoran de manera significativa, pues se incrementa la frecuencia respecto a que a menudo analizan sus errores y además la mayoría señalan estar en total acuerdo que si analizan sus errores para aprender de ellos.

Figura 10

Facilidad para encontrar múltiples decisiones a un mismo problema



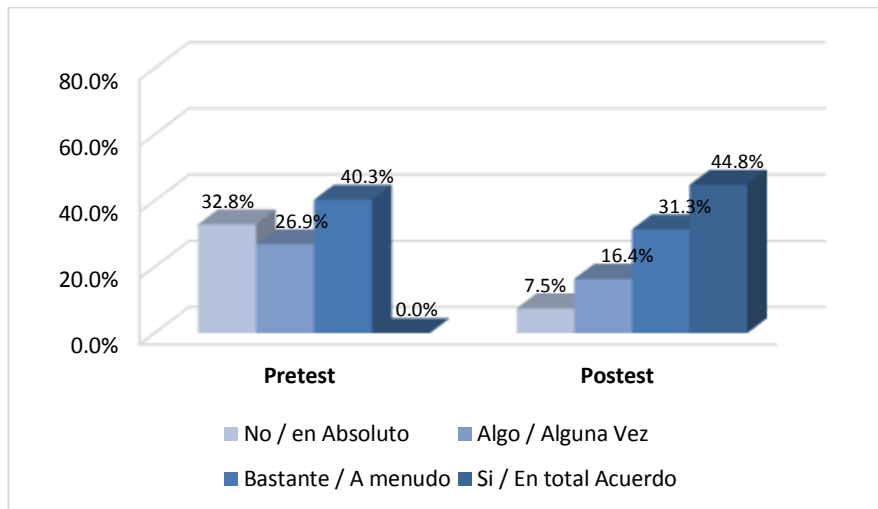
Podemos apreciar que en el pretest los alumnos consideran con mayor frecuencias que no es fácil para ellos encontrar múltiples decisiones a un mismo problema, seguido de aquellos que señalan encontrar soluciones algunas veces y finalmente quienes señalan encontrarlo a menudo; por su parte en el posttest, los resultados mejoran sustancialmente, incrementándose la frecuencia de quienes señalan que a menudo es fácil para ellos encontrar múltiples decisiones a un mismo problema y además un porcentaje significativo señalan definitivamente que si es fácil.

5.1.2. Actitud Emprendedora

Dimensión: Emprendimiento para la constitución empresarial

Figura 11

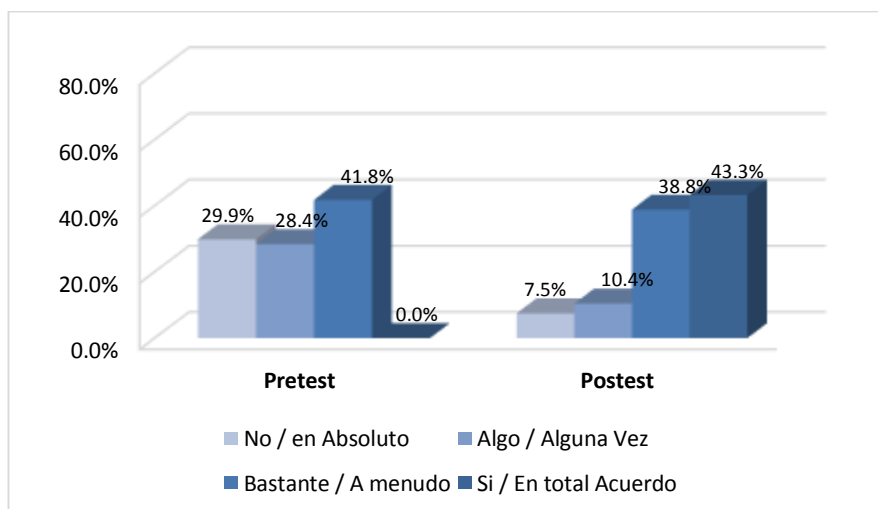
Iniciativa para crear ideas, inventar, emprender.



En los resultados del pretest, podemos apreciar que la mayoría de los alumnos señala que a menudo les gusta tomar la iniciativa para crear ideas, inventar y emprender, seguido de quienes señalan no tomar iniciativas, y tomarlas algunas veces; de otra parte, en el posttest, los resultados mejoran al respecto, disminuyendo la frecuencias no y algunas veces y surgiendo a su vez un alto porcentaje de alumnos que señalan que definitivamente si, les gusta tomar dicha iniciativa.

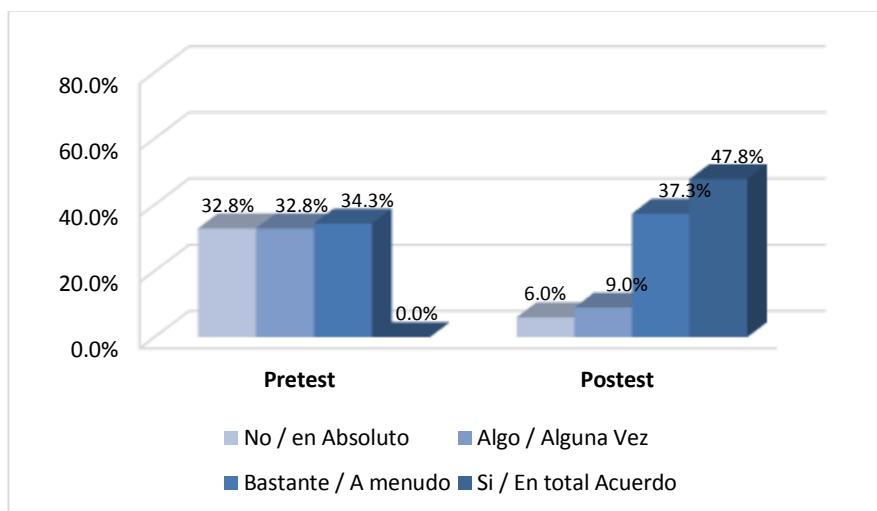
Figura 12

Iniciativa ante situaciones complejas nuevas



En los resultados del pretest, la mayoría de los alumnos señala que a menudo toman Iniciativa ante situaciones complejas nuevas, pero a su vez, algunos también consideran que no tomar iniciativas, o tomarlas algunas veces; de otra parte, en el postest, los resultados mejoran al respecto, apreciándose la disminución de las frecuencias no y algunas veces, y a su vez, la mayoría señalan que definitivamente si, toman iniciativas ante situaciones complejas nuevas.

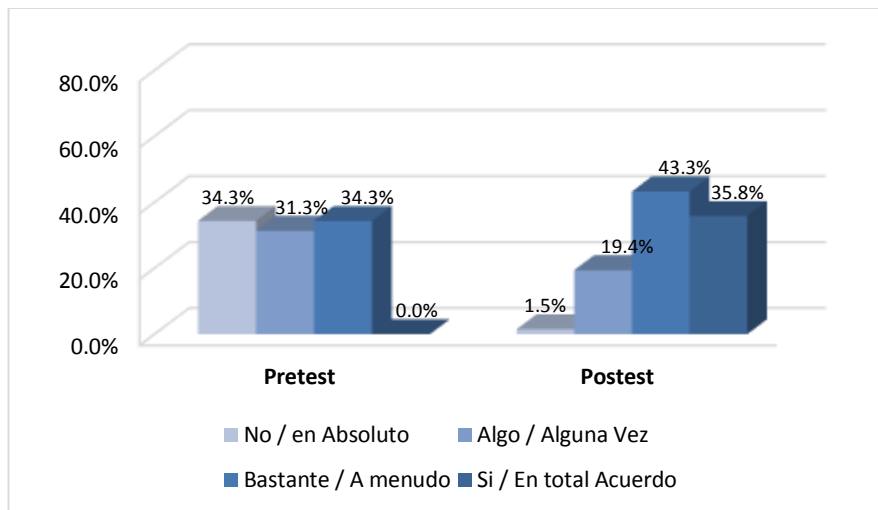
Figura 13
Creatividad



En los resultados del pretest, los alumnos señalan generalmente que a menudo se consideran una persona creativa, del mismo modo en forma similar señalan que algunas veces lo son y también no serlo, mientras que el postest, los resultados mejoran de manera sustancial, mejorándose la frecuencia de ser a menudo creativos y además surge con el más alto porcentaje de frecuencias, quienes señalan definitivamente si ser creativos.

Figura 14

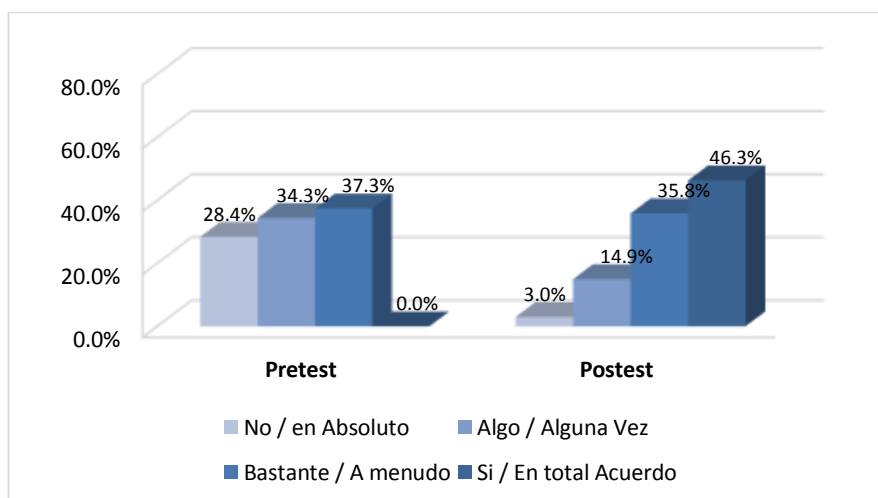
Capacidad de hacer algo que “no hay manera de hacer”



Respecto capacidad de hacer algo que “no hay manera de hacer”, en el pretest los alumnos, en frecuencias similares señalan que no encuentran la manera de hacer algo que “no hay la manera de hacer”, así como también señalan que algunas veces y a menudo, sin embargo, en el postest, los resultados mejoran sustancialmente incrementándose la frecuencia de quienes señalan que a menudo encuentran la manera de hacerlo y además un porcentaje significativo señalan que definitivamente si encuentran la manera de hacerlo.

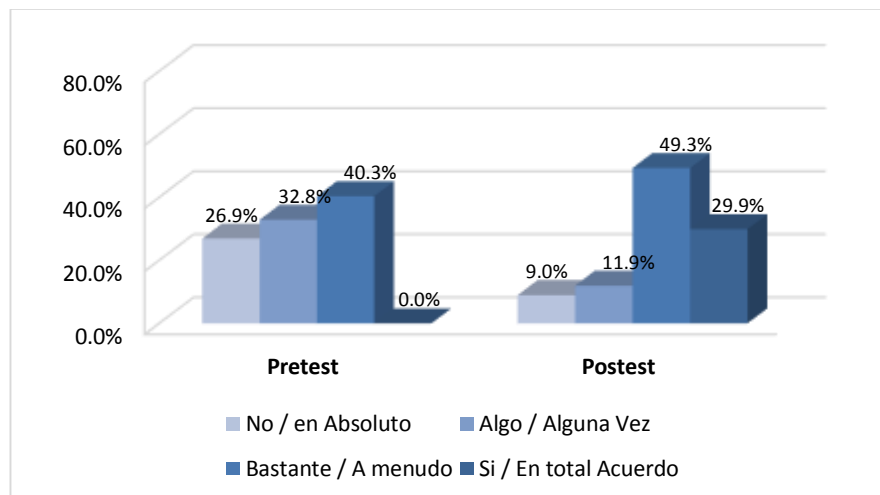
Figura 15

Mantenimiento de los compromisos asumidos



En los resultados del pretest, podemos apreciar que la mayoría de los alumnos señala que a menudo mantienen los compromisos que han asumido, seguido de quienes consideran que a menudo lo hacen, así como también no mantenerlos; de otra parte, en el postest, los resultados mejoran al respecto, apreciándose la disminución de las frecuencias no y algunas veces, y a su vez, la mayoría señalan que definitivamente si, mantienen los compromisos que han asumido.

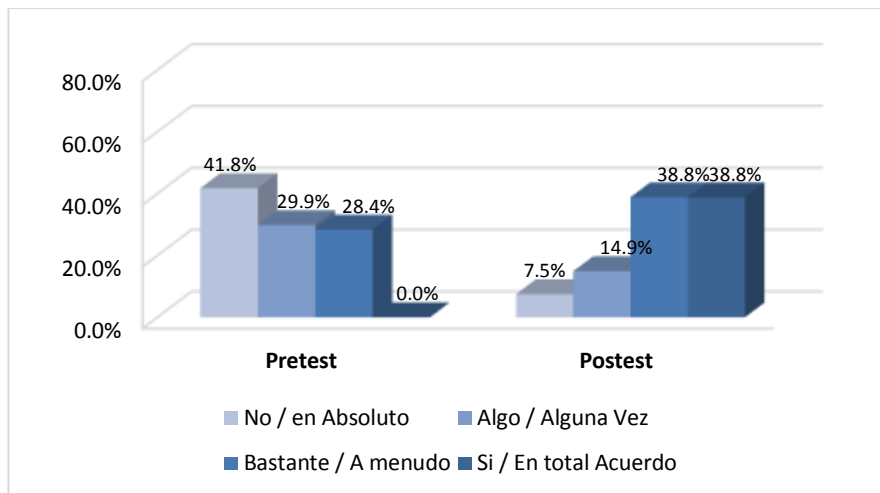
Figura 16
Optimismo para afrontar los problemas



Respecto los problemas, podemos apreciar que en el pretest los alumnos consideran con mayor frecuencias que algunas veces afrontan los problemas con optimismo, pero a su vez porcentajes significativos de alumnos señalan no afrontarlos con optimismo y afrontarlos con algo de optimismo, de otra parte en el postest, los resultados mejoran sustancialmente incrementándose la frecuencia de alumnos que señalan afrontar los problemas a menudo con optimismo y además un porcentaje significativo señalan que definitivamente si lo afrontan con optimismo.

Figura 17

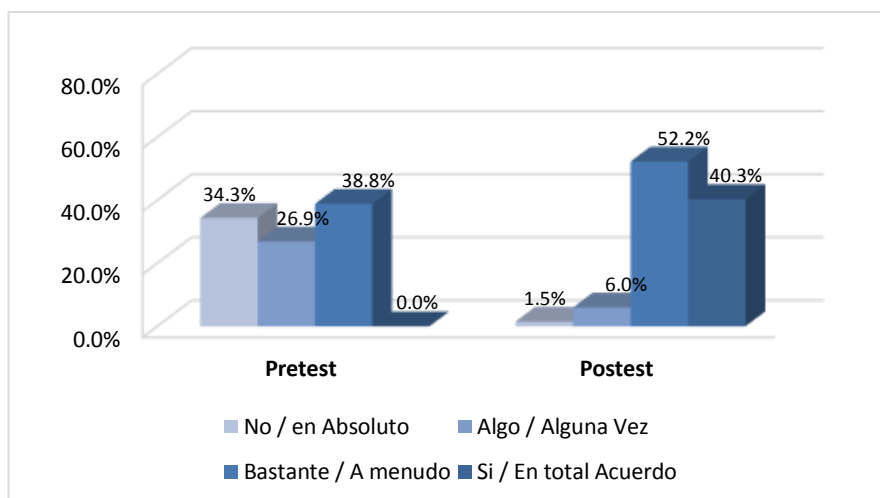
Importancia de saber el tipo de negocio a establecer.



Los resultados del pretest muestran que los alumnos consideran en su mayoría que no es importante para ellos saber el tipo de negocio que quieren establecer, asimismo con frecuencias similares señalan como algo importante y bastante importante conocerlos, sin embargo, en el postest, los resultados mejoran incrementándose la frecuencia de quienes señalan que es bastante importante saberlo y además un porcentaje significativo señalan que si es importante saberlo.

Figura 18

Importancia de conocer a la competencia

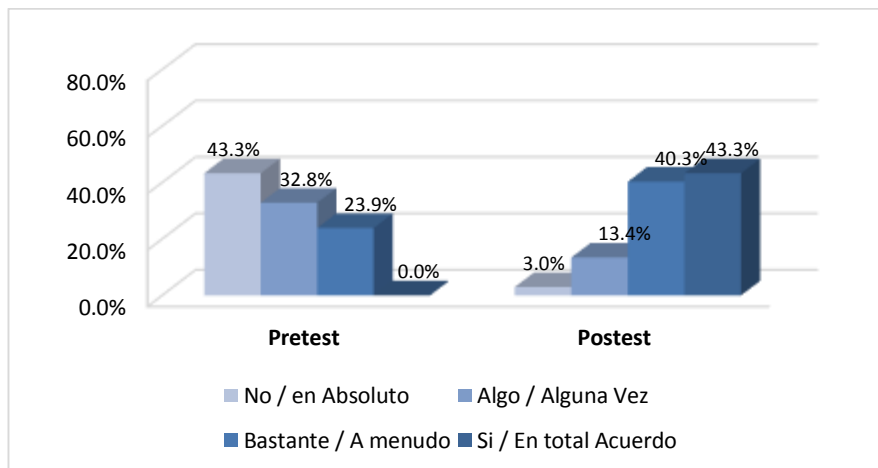


Respecto la importancia de conocer a la competencia, podemos apreciar que en el pretest los alumnos consideran en su mayoría que es bastante importante para ellos conocer su competencia, seguido, con frecuencias similares, de quienes señalan como no importante y finalmente de quienes lo consideran algo importante, de otra parte, en el postest, los resultados mejoran incrementándose la frecuencia de los alumnos que consideran bastante importante conocer a la competencia y además un porcentaje significativo están en total acuerdo con la importancia de conocer a su competencia.

Dimensión: Emprendimiento para mejorar las condiciones actuales de la empresa

Figura 19

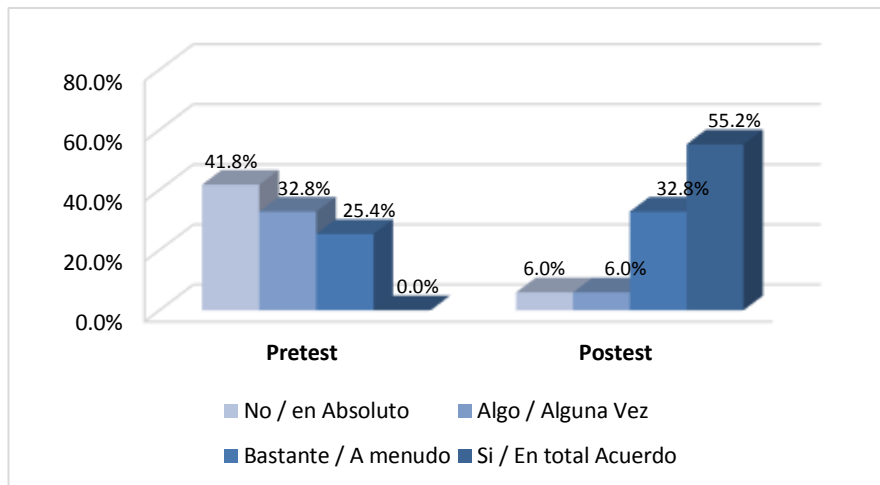
Importancia de conocimientos sobre gestión empresarial



En el pretest, los alumnos consideran en mayor porcentaje que no es importante para ellos tener conocimientos de gestión empresarial, seguido de quienes lo consideran algo importante y con menor frecuencia quienes lo consideran bastante importante; sin embargo, en el postest, los resultados mejoran, se incrementa la frecuencia de bastante importante y además la mayoría de los alumnos señalan estar en total acuerdo con la importancia del conocimiento sobre gestión empresarial.

Figura 20

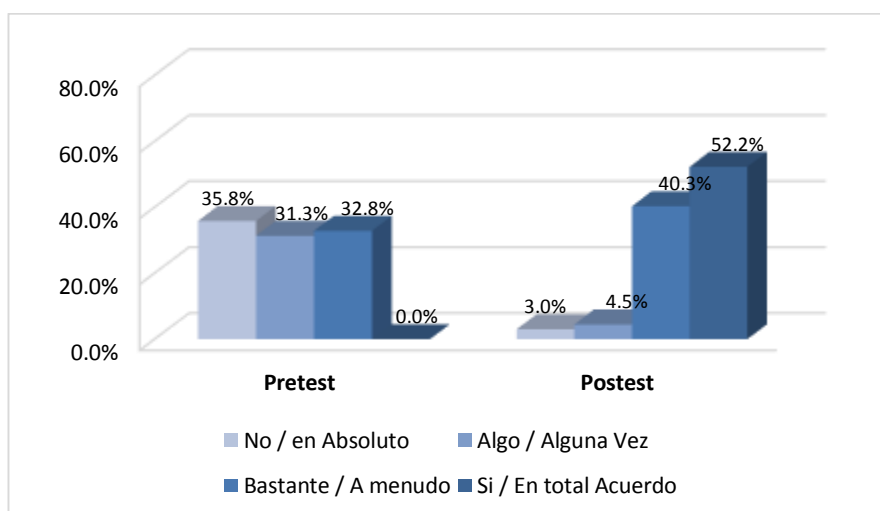
Importancia de dedicar tiempo, dinero y recursos para iniciar un negocio.



En el pretest los alumnos consideran en mayor porcentaje que no es importante para ellos dedicar tiempo, dinero y recursos necesarios para iniciar un negocio propio, seguido de quienes lo consideran algo importante y con menor porcentaje quienes lo consideran bastante importante; sin embargo, en el posttest, los resultados mejoran incrementándose la frecuencia de bastante importante y además surge un porcentaje significativo de alumnos que señalan estar en total acuerdo con dicha la importancia

Figura 21

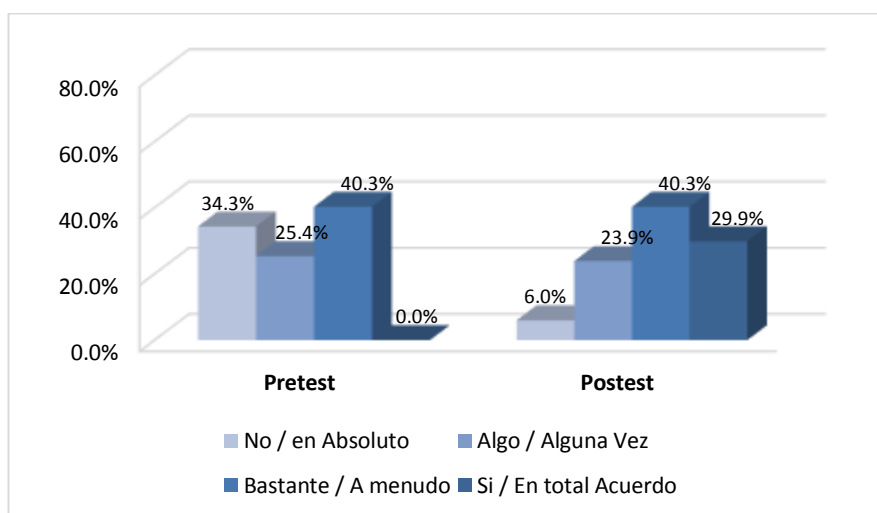
Importancia de un plan de negocios.



En el pretest, los alumnos consideran en su mayoría que no es importante para ellos realizar un plan de negocios para llevarlo a cabo, asimismo con frecuencias similares señalan como algo importante y bastante importante realizar un plan de negocios; de otra parte, en el postest, los resultados mejoran incrementándose la frecuencia de alumnos que lo consideran bastante importante y además un porcentaje significativo consideran que definitivamente si es importante realizar un plan de negocios.

Figura 22

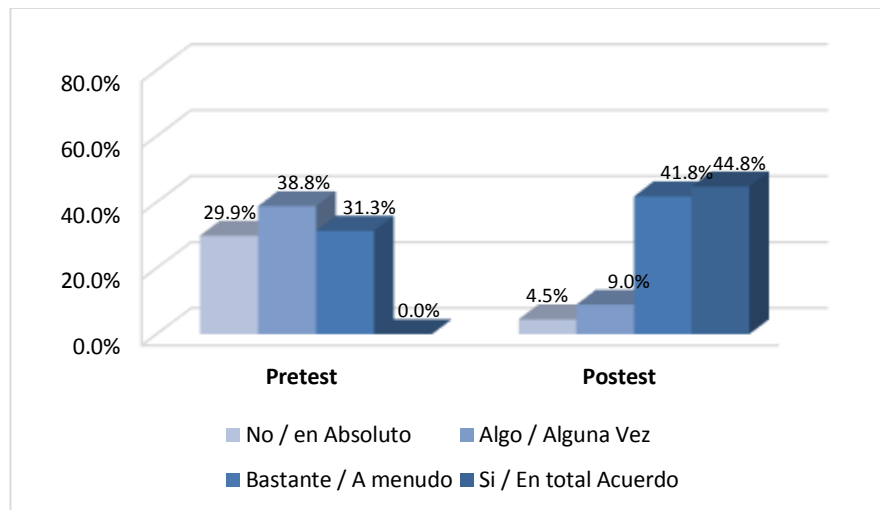
Importancia de la ubicación del negocio



En el pretest, los alumnos consideran con mayor frecuencia que a menudo es importante estar bien ubicado como negocio, seguido de quienes consideran que no es importante y de quienes lo consideran algo importante; sin embargo, en el postest, los resultados mejoran, disminuyendo la frecuencia de quienes no lo consideran importante y además se genera un porcentaje significativo de alumnos que definitivamente están en total acuerdo con la importancia de una buena ubicación del negocio.

Figura 23

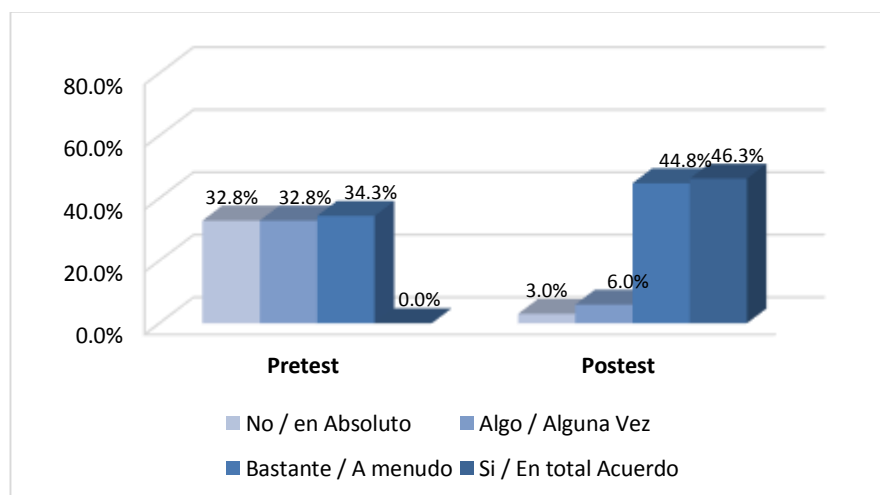
Importancia del establecimiento de metas para un negocio



En el pretest se puede apreciar que los alumnos consideran en mayoría que algunas veces es importante establecer metas para los negocios, asimismo porcentajes similares señalan que no es importante y también que es algo importante; de otra parte, en el posttest, disminuye la frecuencia de quienes consideran no importante o algo importante; además, aumentan los que consideran a menudo importante y la mayoría consideran que si es importancia el establecimiento de metas para un negocio.

Figura 24

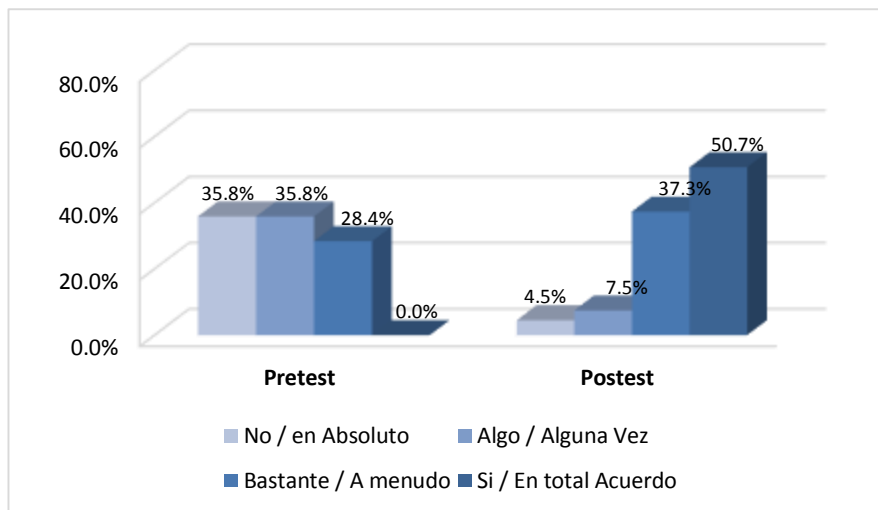
Importancia de contar con personas preparadas en el negocio



En el pretest, los alumnos consideran en su mayoría que es bastante importante contar con personas preparadas que ayuden a crecer al negocio, pero también en porcentajes similares señalan que es algo importante y que no es importante; de otra parte, en el postest, los resultados mejoran incrementándose la frecuencia de quienes lo consideran bastante importante y además un porcentaje significativo consideran que definitivamente si es importante contar con personal preparado.

Figura 25

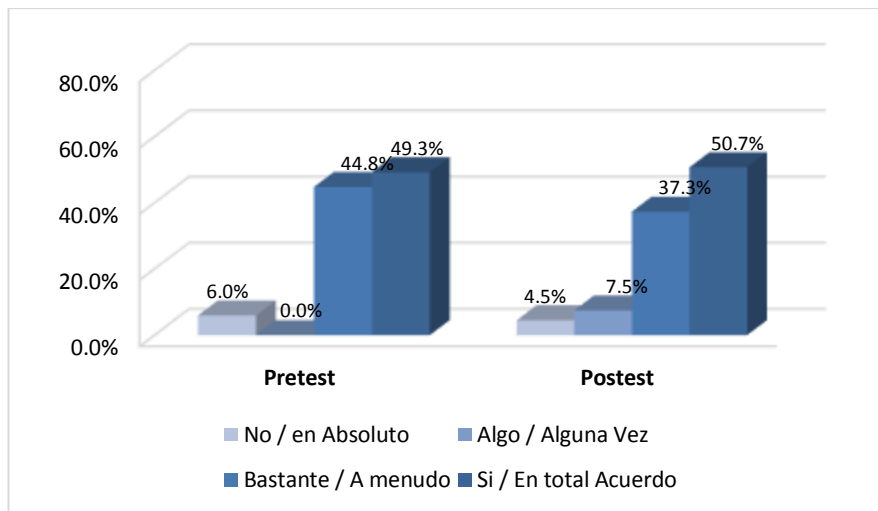
Importancia de conocer el producto o servicio ofrecido



En los resultados del pretest, en su mayoría los alumnos consideran que no es importante si como también algo importante conocer el producto o servicio que ofrecen a los clientes, por su parte en el postest, los resultados mejoran incrementándose la frecuencia de bastante importante y además surge un porcentaje significativo consideran que definitivamente si es importante conocer los productos o servicios ofrecidos a los clientes.

Figura 26

Importancia de saber cuál será el mercado objetivo

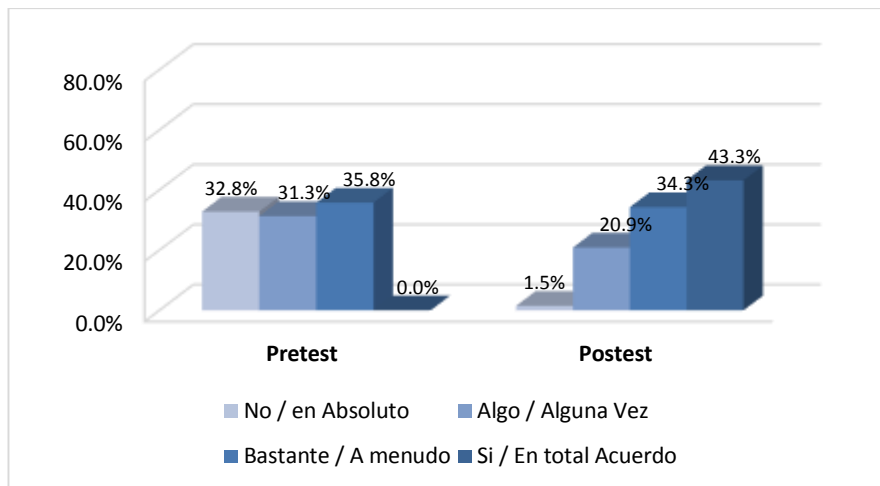


Respecto a la importancia de saber cuál será el mercado objetivo, en el pretest la mayoría señalan que definitivamente es importante y también que es bastante importante, tan solo un pequeño porcentaje considera que no es importante, estos resultados son favorables tanto en el pretest como postest, sin embargo en el postest mejora ligeramente, disminuyendo el porcentaje de quienes consideran que no es importante y mejorando el porcentaje de quienes consideran definitivamente que es importante conocer cuál será el mercado objetivo.

Dimensión: Emprendimiento para mejorar las condiciones actuales de la empresa

Figura 27

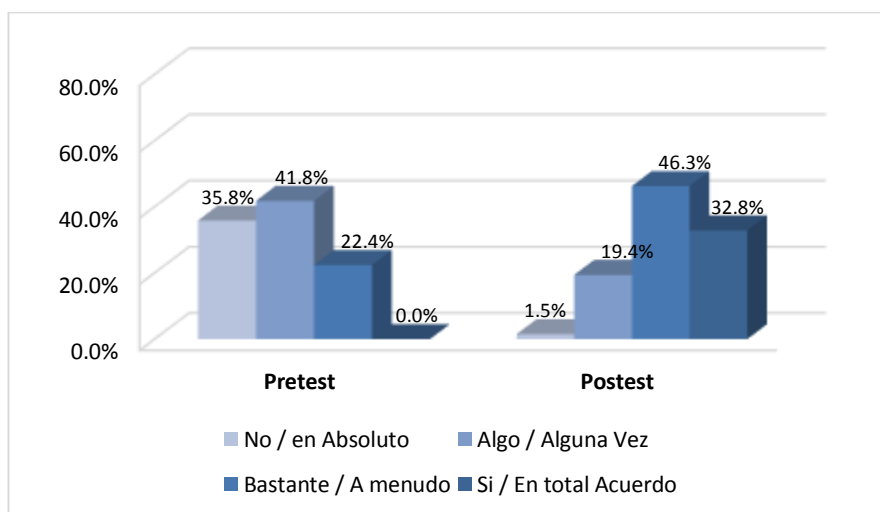
Importancia de hacer cambios constantes en el negocio y productos



En el pretest los alumnos consideran en su mayoría que es bastante importante para ellos hacer cambios constantes en el negocio y también en el producto, asimismo con frecuencias similares señalan como algo importante y no importante; de otra parte, en el posttest, disminuyen las frecuencias de los alumnos que opinaron que no era importante y algo importante, y además surge un porcentaje significativo que consideran que definitivamente si es importante realizarlo.

Figura 28

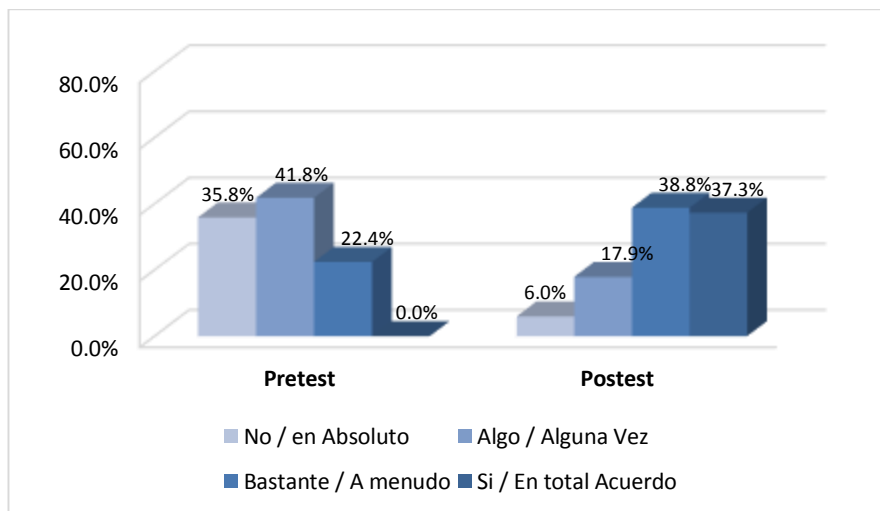
Importancia de ser una empresa abierta a nuevas ideas



Podemos apreciar que en el pretest los alumnos en su mayoría consideran que sería algo importante ser una empresa abierta a nuevas ideas seguido de quienes consideran que no lo es y un porcentaje menor que considera que es bastante importante, sin embargo, en el postest, los resultados mejoran incrementándose los alumnos que lo consideran bastante importante y además un porcentaje significativo están en total acuerdo con dicha importancia.

Figura 29

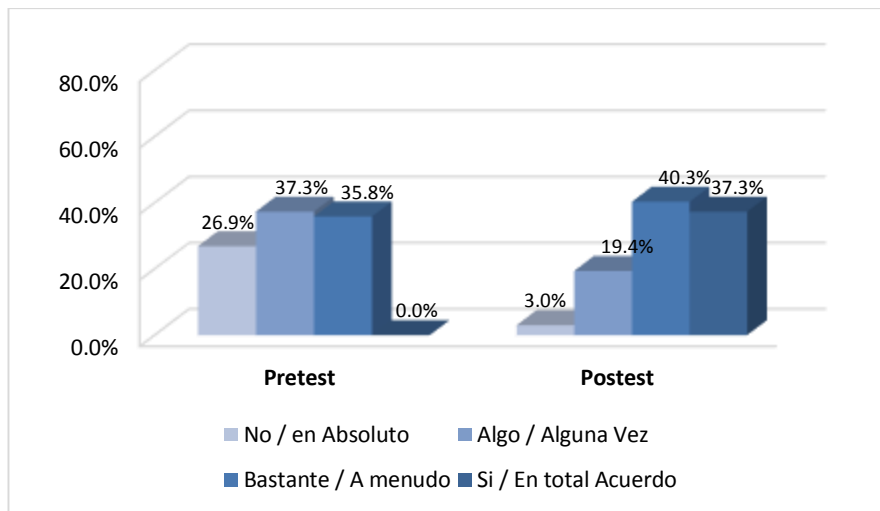
Importancia de modificar los objetivos del negocio con el tiempo



Respecto la importancia de modificar los objetivos del negocio con el tiempo, en el pretest los alumnos en su mayoría consideran que sería algo importante seguido de quienes consideran que no lo es y un porcentaje menor que considera que es bastante importante, sin embargo, en el postest, los resultados mejoran sustancialmente incrementándose la frecuencia de quienes consideran que es bastante importante y además surge un porcentaje significativo que definitivamente considera que sí es importante.

Figura 30

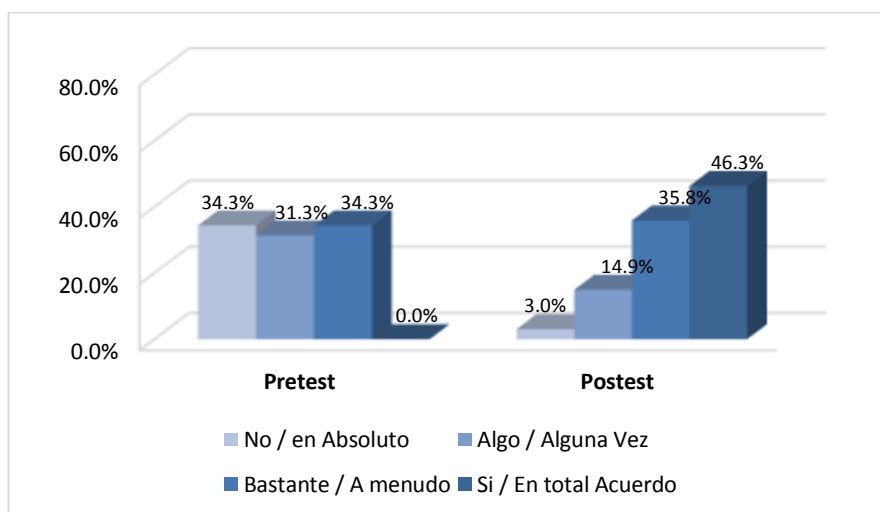
Importancia de concientizar a los colaboradores



En el pretest, los alumnos consideran en mayoría como algo importante de concientizar a los colaboradores del negocio sobre las nuevas metas, seguido de quienes lo consideran bastante importante y no importante, sin embargo, en el postest, los resultados mejoran, incrementándose los que consideran bastante importante y un porcentaje significativo consideran que definitivamente si es importante esta concientización.

Figura 31

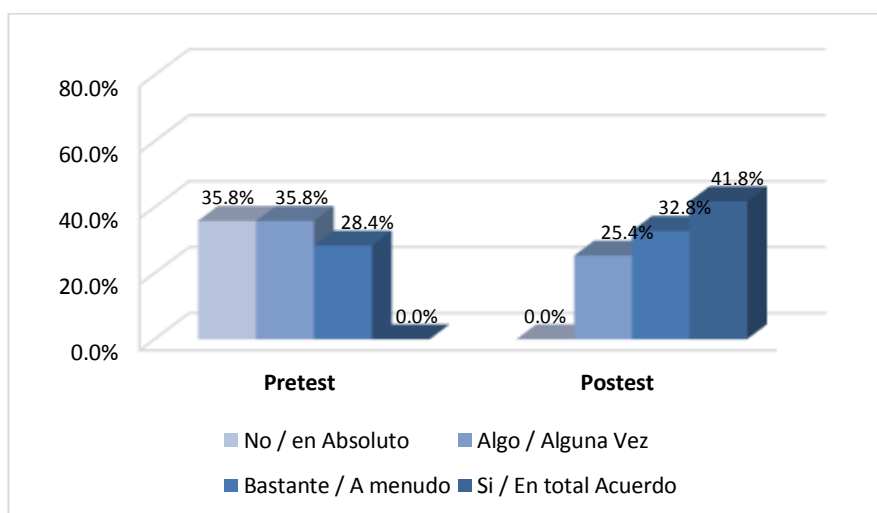
Importancia de los registros de ingresos y egresos



Respecto la importancia llevar registros de ingresos y egresos en el negocio, en el pretest los alumnos en su mayoría consideran que será algo importante seguido de quienes consideran que no lo es, sin embargo, en el postest, los resultados mejoran sustancialmente, incrementándose la frecuencia de quienes consideran que es bastante importante y además surge un porcentaje significativo que consideran que definitivamente sí es importante llevar dichos registros.

Figura 32

Importancia de invertir de manera constante en el negocio

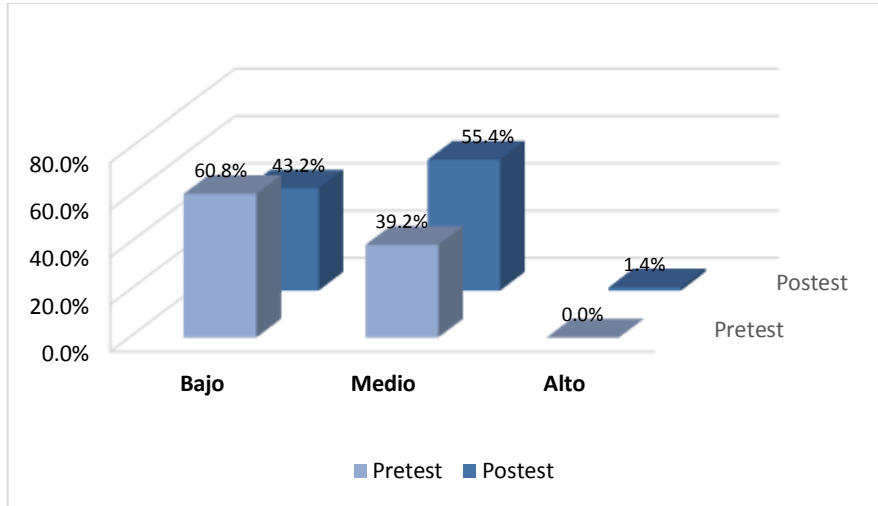


Respecto la importancia de invertir de manera constante en el negocio, en el pretest los alumnos en su mayoría consideran que será algo importante y no será importante seguido de quienes consideran que es bastante importante; sin embargo, en el postest, los resultados mejoran, incrementándose la frecuencia de quienes consideran que es bastante importante y además surge un porcentaje significativo que consideran que definitivamente sí es importante.

5.1.3. Valoración de las variables

Figura 33

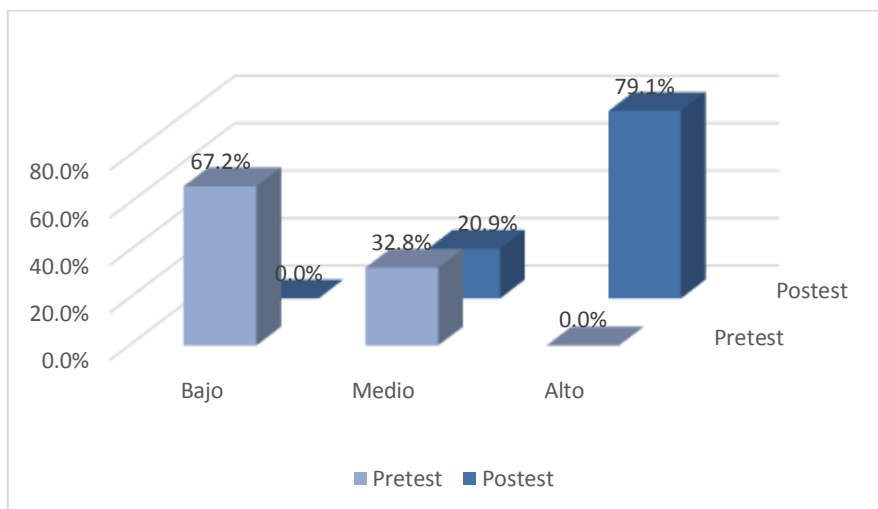
Valoración de la variable Educación Básica Regular - Grupo control



En general la valoración de la variable *Educación Básica Regular*, en el grupo de control, es valorada como bajo y medio, tanto en el pretest como postest, no habiendo diferencias o mejoras significativas en las frecuencias, pues el porcentaje de valoración como alta prácticamente es inexistente, en ambos casos.

Figura 34

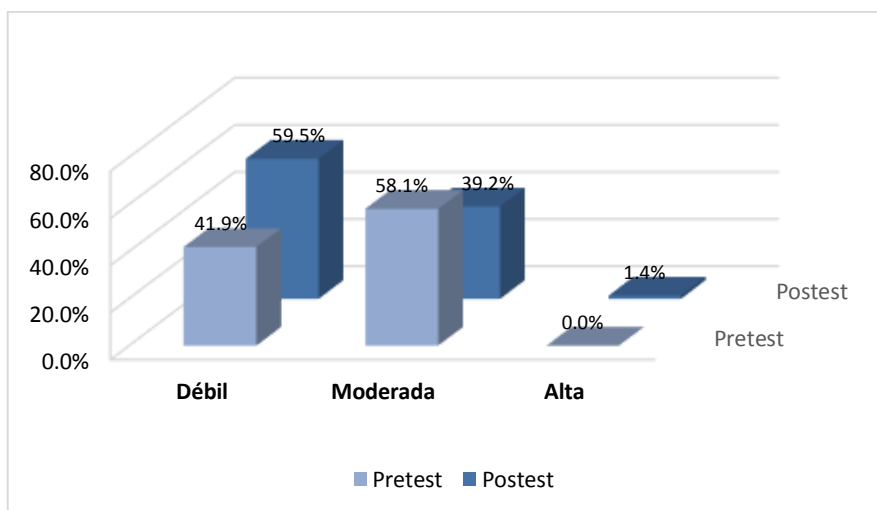
Valoración de la variable Educación Básica Regular - Grupo experimental



En general la valoración de la variable *Educación Básica Regular*, en el *grupo experimental*, antes de la implementación de una propuesta de una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario para el desarrollo de actitudes, es valorada como bajo y medio, no se obtuvo calificativo alto, sin embargo, después de su implementación los resultados del postest, reflejan una mejora considerable, con un alto porcentaje de alumnos que valoran la educación básica regular como buena.

Figura 35

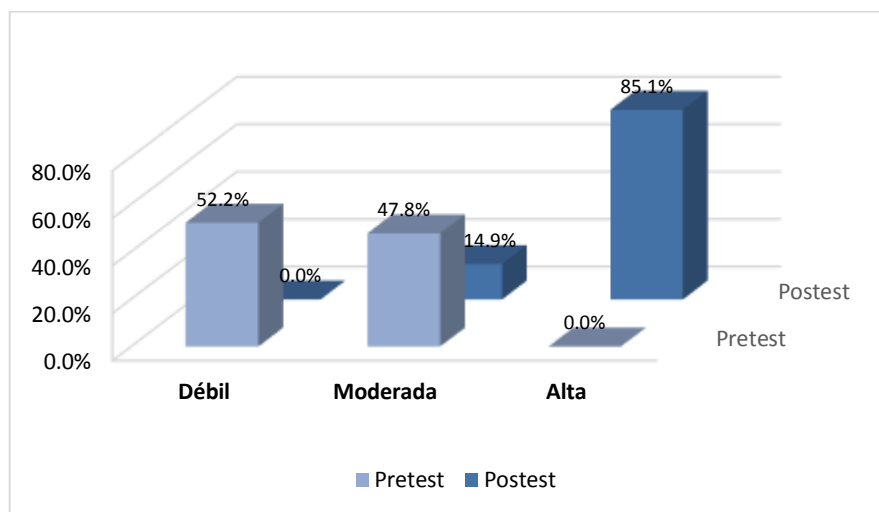
Valoración de la variable Actitud emprendedora - Grupo control



En general la valoración de la variable *Actitud emprendedora*, en el *grupo de control*, es valorada como bajo y medio, tanto en el pretest como postest, no habiendo diferencias o mejoras significativas en las frecuencias, pues el porcentaje de valoración de alto es muy bajo en ambos casos.

Figura 36

Valoración de la variable Actitud emprendedora - Grupo experimental



En general la valoración de la variable *Actitud emprendedora*, en el *grupo experimental*, antes de la implementación de una propuesta de una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario para el desarrollo de actitudes, es valorada como bajo y medio, no se obtuvo calificativo alto, sin embargo, después de su implementación, los resultados del posttest reflejan una mejora considerable, con un alto porcentaje de alumnos que valoran la educación básica regular como buena.

5.2. Análisis y discusión de resultados

5.2.1. Educación básica regular

Análisis estadístico de variación de rangos promedios

Figura 37. Análisis Educación Básica Regular – Pretest, por grupos

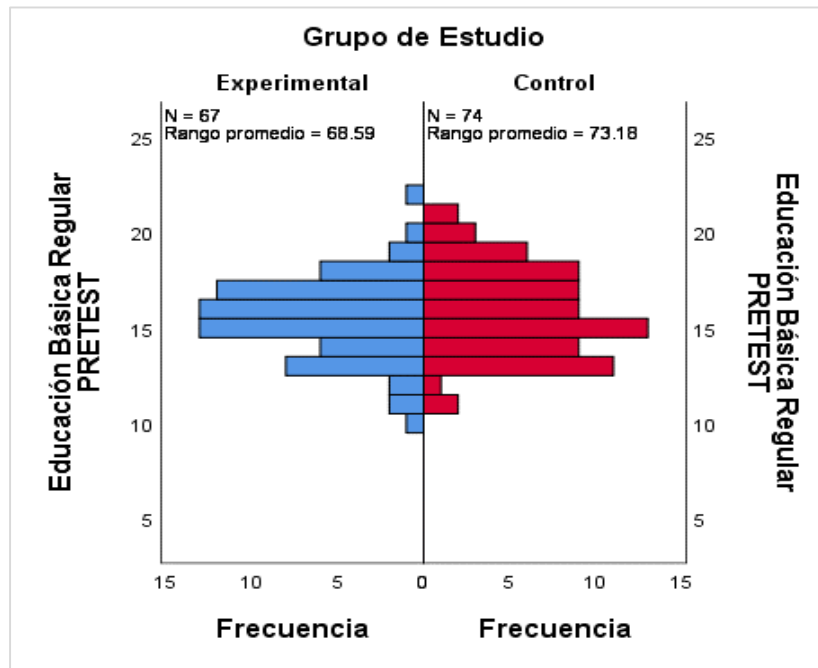
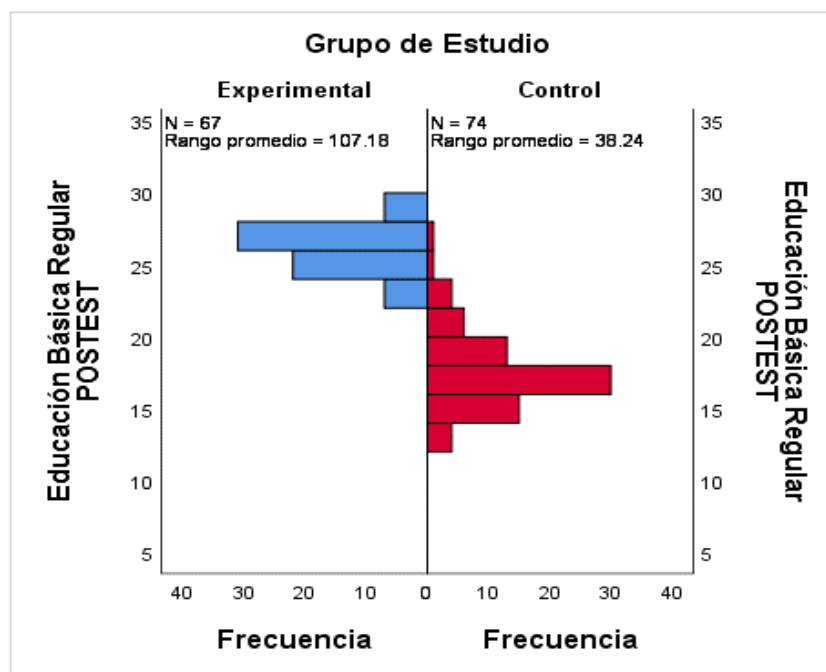


Figura 38. Análisis Educación Básica Regular – Postest, por grupos



Mediante un análisis estadístico de frecuencias de rangos, sobre la variable Educación Básica Regular, en la Figura 37, se aprecia que no existen diferencias significativas en los resultados de pretest y posttest del grupo de control, mientras que en la Figura 38, se aprecia una diferencia significativa en los resultados de pretest y posttest del grupo experimental, apreciándose mejora significativa en los resultados del posttest.

Los resultados muestran que hay una mejora sustancial en la educación básica regular mediante la implementación de una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario para el desarrollo de actitudes emprendedoras en los adolescentes de cuarto y quinto grado de secundaria; estos resultados son consistentes en contenidos, procesos educativos y habilidades.

La Educación Básica Regular en el *grupo control*, tanto a nivel de *pretest* y *posttest* es calificado con mayor frecuencia como bajo y medio respecto a la orientación educativa emprendedora de los adolescentes de cuarto y quinto grado de educación secundaria de los colegios estatales del distrito de Jesús. (Figura 33)

De otra parte, en el *grupo experimental* a nivel de *pretest* la Educación Básica Regular respecto a la orientación educativa emprendedora es calificado con mayor frecuencia como bajo y medio, pero a nivel de *posttest*, es calificado como buena, debido a la implementación de la propuesta de una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario para el desarrollo de actitudes. (Figura 34)

Se evidencia una mejora en la actitud emprendedora de los alumnos del cuarto y quinto grado de secundaria, con una orientación de la educación básica regular orientada hacia el emprendimiento.

Al respecto, Julca (2012) en su tesis sobre la evaluación de los factores de competencia de emprendimiento, concluye que el emprendimiento empresarial es una competencia que si se desarrolla como parte de la formación profesional permite a las

instituciones educativas fomentar una inclinación hacia la constitución empresarial.

5.2.2. Actitud emprendedora

Figura 39. Análisis Actitud Emprendedora – Pretest, por grupos

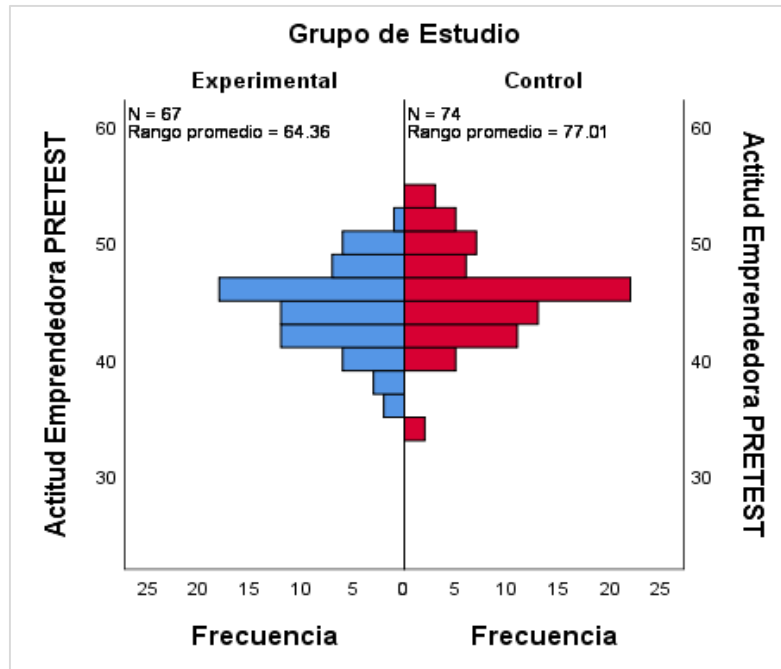
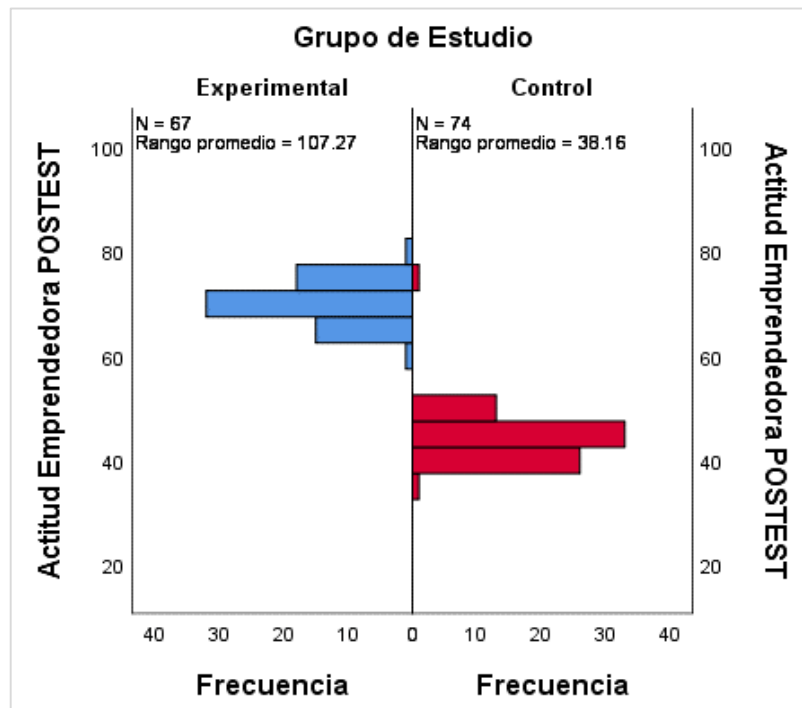


Figura 40. Análisis Actitud Emprendedora – Postest, por grupos



Mediante un análisis estadístico de frecuencias, de rangos, sobre la variable actitud emprendedora en la Figura 39 podemos apreciar que no existen diferencias significativas en los resultados de pretest y posttest del grupo de control, mientras que en la Figura 40, se aprecia una diferencia significativa en los resultados de pretest y posttest del grupo experimental, pudiéndose apreciar una mejora significativa en los resultados de posttest.

Los resultados muestran que hay una mejora sustancial en la educación básica regular mediante la implementación de una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario para el desarrollo de unas actitudes emprendedoras en los adolescentes de cuarto y quinto grado de secundaria. Estos resultados son consistentes tanto en los indicadores de las dimensiones emprendimiento para la constitución empresarial, para el establecimiento empresarial y para mejorar las condiciones actuales de una empresa.

La Actitud Emprendedora en el *grupo control*, tanto a nivel de *pretest* y *posttest* es calificado con mayor frecuencia como débil y moderada respecto al fortalecimiento de las capacidades emprendedoras empresariales y la generación de una actitud emprendedora de los adolescentes de cuarto y quinto grado de educación secundaria de los colegios estatales del distrito de Jesús. (Figura 35)

De otra parte, en el *grupo experimental* a nivel de *pretest* la Actitud Emprendedora es calificado con mayor frecuencia como bajo y medio, pero a nivel de *posttest*, es calificado como alta, debido a la implementación de la propuesta de una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario para el desarrollo de actitudes. (Figura 36). Se evidencia una mejora en la actitud emprendedora d los alumnos del cuarto y quinto grado de secundaria.

Al respecto, Julca (20121) en su tesis sobre la evaluación de los factores de competencia de emprendimiento, concluye que, si el emprendimiento está relacionado

con el área empresarial, la connotación que este adquiere está relacionada con el inicio de nuevos proyectos productivos o de mejoramiento de las condiciones de trabajo.

Asimismo, Pérez (2018) en su estudio sobre educación en emprendimiento concluye, que la motivación y la educación en emprendimiento desarrollados a nivel superior desde el año 2006 al 2015, lograron desarrollar cultura emprendedora en sus estudiantes y a la generación de empresas.

Chuquilín (2017) por su parte en su evaluación de la actitud emprendedora en estudiantes del 5.º de secundaria concluye que más de la mitad de los alumnos tiene actitud emprendedora, manifestando una proactividad alta mientras que el optimismo la persistencia y la creatividad e innovación fueron moderadas.

Resultados similares obtiene Churruca (2021) en su tesis sobre evaluación de la actitud emprendedora en estudiantes del ciclo avanzado de un CEBA concluyendo que un porcentaje mayoritario, los estudiantes presentan una regular actitud emprendedora, quedando ello demostrado con la obtención de una moda alta en función a la estandarización planteada.

Por su parte Vélchez (2016) en su investigación local sobre trabajo cooperativo y cultura emprendedora en estudiantes del quinto y sexto grado, señala que la Cultura Emprendedora se ubican en la valoración de Bueno. Finalmente, concluye que existe correlación positiva muy baja (+ 0.26) entre el trabajo cooperativo y la cultura emprendedora de los estudiantes.

5.3. Contrastación de hipótesis

H₀: Si se implementa en la educación básica regular una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario, **no** se fortalece la actitud emprendedora de los adolescentes de cuarto y quinto grado de educación secundaria de los colegios estatales del distrito de Jesús, periodo 2018 y 2020.

H₁: Si se implementa en la educación básica regular una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario, se fortalece la actitud emprendedora de los adolescentes de cuarto y quinto grado de educación secundaria de los colegios estatales del distrito de Jesús, periodo 2018 y 2020.

5.3.1. Contrastación de hipótesis, muestras independientes (grupo experimental y grupo de control)

Pruebas de Normalidad

Tabla 3

Pruebas de normalidad variable Educación básica regular, grupos experimental y control

	Grupo de Estudio	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Educación Básica Regular PRETEST	Experimental	,125	67	,011	,974	67	,168
	Control	,127	74	,005	,968	74	,058
Educación Básica Regular POSTEST	Experimental	,160	67	,000	,957	67	,021
	Control	,189	74	,000	,934	74	,001

a. Corrección de significación de Lilliefors

En la variable educación básica regular, grupo experimental y de control, el valor de significancia es menor que 0,05, en los ítems del postest, por lo tanto, se asume que los datos no tienen una distribución normal, por lo tanto, se utilizó una prueba estadística no paramétrica.

Tabla 4*Pruebas de normalidad variable Actitud Emprendedora grupos experimental y control*

	Grupo de Estudio	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Actitud Emprendedora	Experimental	,110	67	,041	,976	67	,214
PRETEST	Control	,129	74	,004	,971	74	,085
Actitud Emprendedora	Experimental	,083	67	,200*	,983	67	,513
POSTEST	Control	,170	74	,000	,780	74	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

En variable actitud emprendedora, grupo experimental y de control, el valor de significancia es menor que 0,05, por lo menos en un grupo, por lo tanto, se asume que los datos no tienen una distribución normal, por lo tanto, se utilizó una prueba estadística no paramétrica.

Prueba de hipótesis.**Tabla 5***Pruebas de contrastación muestras independientes (U de Mann-Whitney)*

	Educación		Actitud	
	Básica Regular	Básica Regular	Emprendedora	Emprendedora
	PRETEST	POSTEST	PRETEST	POSTEST
U de Mann-Whitney	2317,500	55,000	2034,000	49,000
W de Wilcoxon	4595,500	2830,000	4312,000	2824,000
Z	-,673	-10,050	-1,846	-10,044
Sig. asintótica(bilateral)	,501	,000	,065	,000

Pretest

Educación Básica Regular: Significancia 0,501 > 0,05

Actitud Emprendedora: Significancia 0,061 > 0,05

El valor de significancia en ambas variables es mayor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis estadística nula, y se asume que no existen diferencias significativas

entre el grupo experimental y el grupo control, en los resultados del pretest.

Postest

Educación Básica Regular: Significancia $0,000 > 0,05$

Actitud Emprendedora: Significancia $0,000 > 0,05$

El valor de significancia en ambas variables es menor a 0,05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis estadística nula, y se asume que, si existen diferencias significativas entre el grupo experimental y el grupo control, en los resultados del postest; por lo tanto, se asume que estas diferencias significativas se deben a la nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario para el fortalecimiento de las capacidades emprendedoras empresariales.

5.3.2. Contratación de hipótesis, muestras relacionadas (grupo experimental)

Pruebas de Normalidad

Tabla 6

Pruebas de normalidad por variables (Grupo experimental)

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Educación Básica Regular DIF	,130	67	,007	,971	67	,112
Actitud Emprendedora DIF	,086	67	,200*	,986	67	,680

a. Corrección de significación de Lilliefors

El valor de significancia es menor que 0'05, por lo menos en una variable, por lo tanto, se asume que los datos no tienen una distribución normal, por lo tanto, se utilizará una prueba estadística no paramétrica.

Prueba de hipótesis.

Tabla 7

Pruebas de contrastación muestras relacionadas (Wilcoxon)

	Educación Básica Regular POSTEST - Educación Básica Regular PRETEST	Actitud Emprendedora POSTEST - Actitud Emprendedora PRETEST
Z	-7,133 ^b	-7,120 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,000	,000

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon

Educación Básica Regular: Significancia $0,000 > 0,05$

Actitud Emprendedora: Significancia $0,000 > 0,05$

El valor de significancia en ambas variables es menor a 0,05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis estadística nula, y se asume que, si existen diferencias significativas entre los resultados del pretest y posttest, en ambas variables.

Por lo tanto, habiéndose realizado la contrastación de hipótesis tanto para muestras independientes (grupo experimental y grupo de control), como para muestras relacionadas (grupo experimental) existe evidencia para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de estudio:

H₁: Si se implementa en la educación básica regular una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario, se fortalece la actitud emprendedora de los adolescentes de cuarto y quinto grado de educación secundaria de los colegios estatales del distrito de Jesús, periodo 2018 y 2020.

CONCLUSIONES

1. La implementación de una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario, en la educación básica regular, fortalece la actitud emprendedora de los adolescentes de cuarto y quinto grado de educación secundaria, según el análisis estadístico U de Mann-Whitney y Wilcoxon que nos permitieron probar en la actitud emprendedora en el grupo experimental (con intervención a propósito hubo diferencias significativas en los resultados pretest y posttest, mientras que en el grupo de control no hubo diferencias significativa en los resultados pretest y posttest).
2. La educación básica regular mejora sustancial en la educación básica regular mediante la implementación de una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario para el desarrollo de actitudes emprendedoras en los adolescentes de cuarto y quinto grado de secundaria; estos resultados son consistentes tanto en los indicadores como en las dimensiones contenidos, procesos educativos y habilidades.
3. La actitud emprendedora, es valorada como bajo y medio, tanto en el pretest como posttest, tanto en el en el grupo de control, grupo con intervención a propósito, antes de la implementación de la nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario.
4. Después de la implementación de la nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario la actitud emprendedora en el grupo de control continúa siendo valorada como bajo y medio en posttest, mientras que, en el grupo con intervención a propósito los resultados reflejan una mejora considerable, con un alto porcentaje de alumnos que valoran la educación básica regular como buena; estos resultados son consistentes tanto en los indicadores como en las dimensiones emprendimiento para la constitución empresarial, para el establecimiento empresarial y para para mejorar las condiciones actuales de una empresa.

RECOMENDACIONES Y/O SUGERENCIAS

- ✓ Se recomienda continuar utilizando la estrategia de orientación educativa a nivel secundario para seguir fortaleciendo la actitud emprendedora de los adolescentes de cuarto y quinto grado de educación secundaria.

- ✓ Se recomienda la implementación de programas de emprendimiento en la institución educativa a nivel secundaria con la finalidad de ayudar a los jóvenes estudiantes de cuarto y quinto de nivel secundaria a encontrar alternativas nuevas de generación de empleo en un futuro al terminar sus estudios además de mejorar sustancialmente sus actitudes emprendedoras.

- ✓ Se recomienda contar con una base de datos de los planes de negocio creados por los alumnos con la finalidad de en un futuro buscar financiamiento y brindar ayuda para su implementación.

- ✓ Se recomienda tener más alianzas con otras instituciones público o privadas para ofrecer dinero semillero para la implementación de los planes de negocios creados por los alumnos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Artigas, C. (11 de Julio de 2011). *¿Qué diferencias existen entre la innovación y la creatividad?* Obtenido de educaweb:
<https://www.educaweb.com/noticia/2011/07/11/entrevista-carne-artigas-synergic-partners-innovacion-gestion-organizaciones-4890/>
- Balluerka, N., & Vergara, A. (2002). *Diseños de investigación experimental en psicología*. Pearson Educación.
- Banco Mundial (BM). (2018). *Población rural (% de la población total)*. Obtenido de datos.bancomundial.org/: <https://datos.bancomundial.org/indicador/sp.rur.totl.zs>
- Becerril-Carbajal, B. (2018). Crítica y propuesta de educación en Paulo Freire. *La Colmena*(97), 109-118. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/4463/446356088007/>
- Bermuy, E. (15 de Marzo de 2011). *Las organizaciones también pueden ser emprendedoras*. Obtenido de siscapem.wordpress.com/2011/03/15/las-organizaciones-tambien-pueden-ser-emprendedoras/
- Castillo, A. (1999). *Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento*. INTEC-CHILE.
- Charles Fadel, M. B. (2015). *Four-Dimensional Education: The Competencies Learners*. Boston: Center for Curriculum Redesign.
- Chavarría, A. (31 de 10 de 2018). <https://contiva.mx/>. Obtenido de <https://contiva.mx/blog/fiscal/por-que-el-75-de-las-pymes-cierran-en-los-primeros-5-anos-de-operacion/>
- Chuquilín, L. (2017). *ctitud emprendedora en estudiantes del 5.º de secundaria de la institución educativa N.º 6091 César Vallejo, Chorrillos, 2016*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/21543>
- Churruca, C. (2021). *Evaluación de la actitud emprendedora en estudiantes del ciclo avanzado de un CEBA en Villa María del Triunfo – Lima*. [Tesis de Segunda Especialidad, Universidad Nacional de Huancavelica]. Obtenido de URI: <http://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/3971>
- de Rearte, A. (2002). *El Proceso de creación de empresas en Argentina : factores determinantes y diferencias espaciales*. el autor. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/692/1/00196.pdf>
- Fadel, C., Bialik, M., & Trilling, B. (2015). *Four-Dimensional Education: The Competencies Learners*. Center for Curriculum Redesign.
- Fundación SERES. (2017). *¿Qué es el emprendimiento?* Obtenido de [fundacionseres.org/](https://www.fundacionseres.org/): <https://www.fundacionseres.org/Paginas/Campus/BuenasPracticas.aspx?IDE=24>
- García, A. (12 de Septiembre de 2012). *Control empresarial*. Obtenido de [slideshare.net/andrusfgarcia/control-empresarial?from_action=save](https://es.slideshare.net/andrusfgarcia/control-empresarial?from_action=save)
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2015). *El emprendimiento es opción de carrera cada vez más atractiva nivel mundial*. Obtenido de Conexión ESAN: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/emprendimiento-es-opcion-de-carrera-cada-vez-mas-atractiva-nivel-mundial>
- Gómez, L. (2010). *Teorías del emprendimiento*. Obtenido de [slideshare.net/](https://es.slideshare.net/dealanjay/teorias-del-emprendimiento?from_action=save) : [hhttps://es.slideshare.net/dealanjay/teorias-del-emprendimiento?from_action=save](https://es.slideshare.net/dealanjay/teorias-del-emprendimiento?from_action=save)
- González M., J. J., Cerón, C. A., & Alcazar, F. L. (29 de Julio de 2010). Caracterización

- empresadora de los empresarios en los Valles de Tundama y Sugamuxi. Boyacá. *Pensamiento & Gestión*, pág. 28.
- Hernández, C., & Arano, R. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Ciencia Administrativa*(1), 28-37.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI. (2007). *Censos Nacionales 2007, XI de población y VI de vivienda*. Obtenido de <http://censos.inei.gob.pe/cpv2007/tabulados/default.asp#>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI. (2012). *Características Socioeconómicas del Productor Agropecuario en el Perú IV CNA 2012*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1177/
- Jonatnan. (26 de Octubre de 2009). *Iniciativa Emprendedora. Definición de Emprendedor*. Obtenido de joniemprendedoratope: <http://joniemprendedoratope.blogspot.com/2009/10/definicion-de-emprendedor.html>
- Julca, E. (2012). *Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo*. [Tesis de maestría, Universidad San Martín de Porres]. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=104303>
- MINEDU. (2016). *Currículo Nacional de la Educación Básica*. Obtenido de <http://www.minedu.gob.pe/>: <http://www.minedu.gob.pe/curriculo/pdf/curriculo-nacional-de-la-educacion-basica.pdf>
- MINEDU. (15 de Marzo de 2017). *Ley 28044 Ley General de Educación_28044*. Obtenido de www.minedu.gob.pe: http://www.minedu.gob.pe/p/ley_general_de_educacion_28044.pdf
- Ministerio de Educación (MINEDU). (2010). *Padrón de Instituciones Educativas*. Obtenido de http://escale.minedu.gob.pe/censo-escolar/-/document_library_display/oJ44/view/958881;jsessionid=645c8e9e2bce640ed26f8c386088
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo MTPE. (2015). *Informe Anual del Empleo en el Perú*. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/enaho>
- Montes de oca, E. (13 de 03 de 2012). *Creatividad e Innovación Empresarial*. Obtenido de eoi.es: <https://www.eoi.es/blogs/elizabethmontesdeoca/2012/03/13/creatividad-e-innovacion-empresarial/>
- OCDE. (2016). <https://www.oecd.org/>. Obtenido de <https://www.oecd.org/>: https://www.oecd.org/countries/peru/PERU_Proyecto%20Educaci%C3%B3n%20Emprendedora%20en%20Cajamarca.pdf
- OCDE. (2016). <https://www.oecd.org/>. Obtenido de <https://www.oecd.org/>: https://www.oecd.org/countries/peru/PERU_Proyecto%20Educaci%C3%B3n%20Emprendedora%20en%20Cajamarca.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2008). Las 10 dimensiones de la calidad en educación. *UNESCO-OIE Herramientas de Formación para el Desarrollo Curricular*, 1-11.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (25 de 05 de 2018). *Indicadores de calidad y aprendizaje*. Obtenido de learningportal.iiep.unesco.org: <https://learningportal.iiep.unesco.org/es/fichas->

- praticas/monitorear-el-aprendizaje/indicadores-de-calidad-y-aprendizaje
- Paz, M. (18 de julio de 2020). *¿Cuál es la importancia de la planificación en tu emprendimiento?* Obtenido de crecemujer:
<https://www.crecemujer.cl/capacitacion/comienzo-un-negocio/cual-es-la-importancia-de-la-planificacion-en-tu-emprendimiento>
- Pérez, J. (18 de 01 de 2008). *Definición de conocimiento*. Obtenido de definicion.de:
<https://definicion.de/conocimiento/>
- Pérez, R. (2018). *Educación en emprendimiento y la cultura emprendedora de los estudiantes de las Facultades de Ciencias Económicas y de Economía y Negocios de la Universidad de Cartagena y la Universidad Tecnológica de Bolívar 2006-2015*. [Tesis doctoral, Universidad de Cartagena]. Obtenido de
<http://hdl.handle.net/11227/9445>
- Piaget, J. (1968). *Psicología de la Inteligencia*. Proteo.
- Ramírez, E. (2010). *Investigación y análisis sobre emprendimiento empresarial*. Obtenido de monografias.com:
https://www.monografias.com/trabajos104/investigacion-y-analisis-emprendimiento-empresarial/investigacion-y-analisis-emprendimiento-empresarial2#google_vignette
- Red Educativa Mundial. (2017). *Redem.org*. Obtenido de Los 18 tipos de educación: clasificación y características: <https://www.redem.org/los-18-tipos-de-educacion-clasificacion-y-caracteristicas/>
- Rodríguez, G. (11 de octubre de 2010). *¿Qué es el "conocimiento empresarial"?* Obtenido de pymes y autonomos:
<https://www.pymesyautonomos.com/management/que-es-el-conocimiento-empresarial>
- SILVIA, M. (17 de Septiembre de 2018). *www.formagro.org*. Obtenido de www.formagro.org: <https://www.formagro.org/editorial-agroecologia-mercado-y-juventud/>
- Varela, M. (20 de Abril de 2020). *Los 4 puntos básicos de la gestión empresarial*. Obtenido de cursosfemxa: <https://www.cursosfemxa.es/blog/desarrollo-profesional/los-4-puntos-basicos-de-la-gestion-empresarial>
- Vílchez, J. (2016). *Trabajo cooperativo para desarrollar la cultura emprendedora de los estudiantes del quinto y sexto grado de la I.E. N° 16973 – Lanche Conga - Cutervo, 2014*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Cajamarca]. Obtenido de <http://repositorio.unc.edu.pe/handle/UNC/2489>

APÉNDICES

Apéndice A. Instrumento de recolección de información.

UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ENCUESTA

El objetivo de la presente encuesta es recopilar información para analizar la implementación en la educación básica regular de una nueva estrategia de orientación educativa a nivel secundario y su influencia de en la actitud emprendedora de los adolescentes de cuarto y quinto grado de educación secundaria de los colegios estatales del distrito de Jesús

INSTRUCCIONES: Marque con una equis (X) Ud. La alternativa correspondiente conforme a la siguiente escala

1: No / En absoluto, 2: Algo / Alguna vez, 3: Bastante / A menudo, 4: Si / En total acuerdo

NOTA: Los datos serán tratados de manera conjunta y reservada.

Cuestionario para la variable: *EDUCACIÓN BÁSICA REGULAR*

Ítem	Descripción	1	2	3	4
1	¿Cree que el conocimiento sobre negocios es importante en las escuelas?				
2	¿Cuánto sabe sobre emprendimiento?				
3	¿Disfrutas aprendiendo en el entorno escolar sobre los negocios?				
4	¿Cree usted que la escuela secundaria le brinda los conocimientos necesarios para poner su propio negocio?				
5	¿Eres cauteloso a solicitar ayuda?				
6	¿Tienes facilidad de relacionarte con los demás?				
7	¿Analizas tus errores para aprender de ellos?				
8	¿Es fácil para ti encontrar múltiples decisiones a un mismo problema?				

Cuestionario para la variable: *ACTITUD EMPRENDEDORA*

Ítem	descripción	1	2	3	4
9	¿Te gusta tomar la iniciativa (Crear ideas, inventar, emprender por ti mismo)?				
10	¿Tomas la iniciativa ante situaciones complejas nuevas?				
11	¿Te consideras una persona creativa?				

Ítem	descripción	1	2	3	4
11	¿Te consideras una persona creativa?				
12	Si existe algo que “no hay manera de hacer”, ¿encuentras esa manera?				
13	¿Mantengo los compromisos que asumo?				
14	¿Afrontas los problemas con optimismo?				
15	¿Cuán importante para ti saber el tipo de negocio que quieres establecer?				
16	¿Sera importante conocer a tu competencia?				
17	¿Es importante para ti tener conocimientos de gestión empresarial?				
18	¿Sera importante dedicar tiempo, dinero y recursos necesarios para iniciar un negocio propio?				
19	¿Es importante realizar un plan de negocios para tener una guía para llevar a cabo nuestro negocio?				
20	¿Crees tú en la importancia de estar bien ubicado como negocio?				
21	¿Es importante establecer metas para nuestro negocio?				
22	¿Crees que es importante contar con las personas preparadas para ayudar a crecer nuestro negocio?				
23	¿Crees que es importante conocer nuestro producto o servicio ofrecido a los clientes?				
24	¿Crees que es importante saber cuál será nuestro mercado objetivo?				
25	¿Sera importante hacer cambios constantes en tu negocio y productos?				
26	¿Sera importante ser una empresa abierta a nuevas ideas?				
27	¿Sera importante modificar los objetivos de tu negocio con el tiempo?				
28	¿Sera importante concientizar a los colaboradores de mi negocio sobre las nuevas metas?				
29	¿Crees que es importante llevar registros de ingresos y egresos en tu negocio?				
30	¿Crees que es importante invertir de manera constante en tu negocio?				

Fecha.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Apéndice B. Escala sintética para la agrupación de las variables.

Tabla 8

Baremo Educación Básica Regular

De 08 a 16	Bajo
de 17 a 24	Medio
de 25 a 32	Alto

Tabla 9

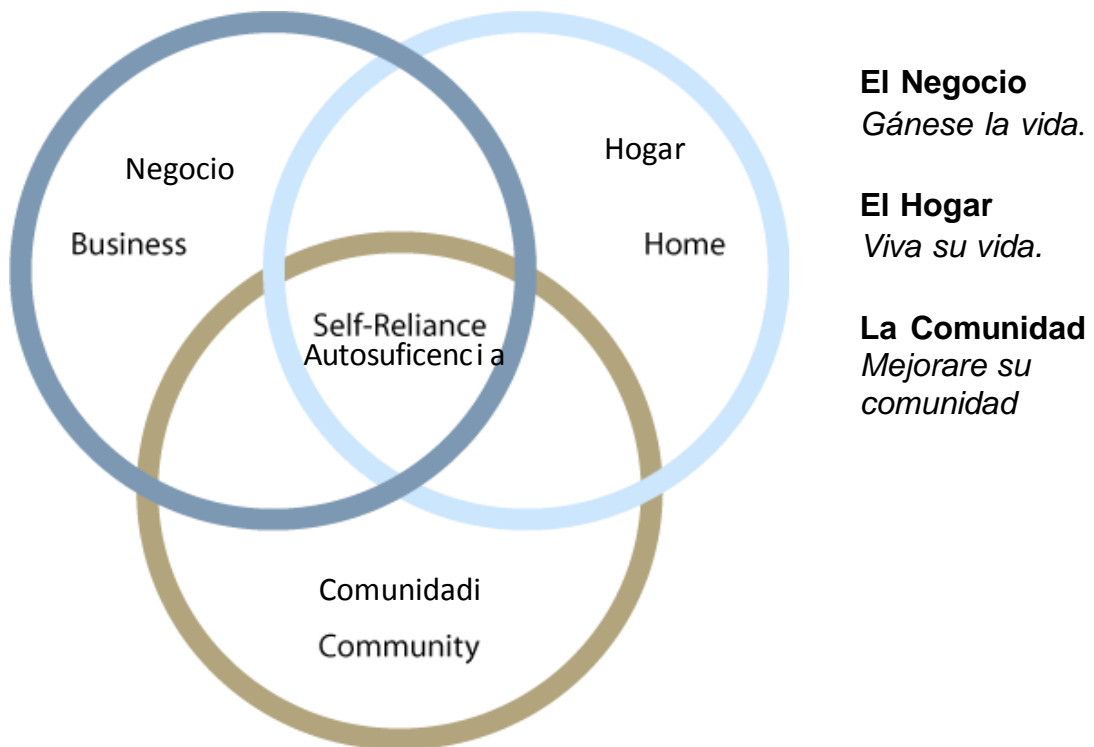
Baremo actitud emprendedora

De 22 a 44	Débil
de 45 a 66	Moderada
de 67 a 88	Alta

Baremos basados en rango establecido en función al puntaje máximo y mínimo de valoración de cada variable.

Apéndice C. Lineamientos generales de las estrategias educativas orientadas al emprendimiento.

Círculos del Éxito 3 Planes



El Negocio (*Gánese la vida*): Se enfoca en las 6p del negocio (PLAN, PRODUCTO, PROCESO, PROMOCIÓN, PRECIO, Y PAPELES) de manera fácil y sencillo.

Plan - "Las medidas que debe tomar para el éxito de su negocio".

Se desarrolla un plan práctico que lo ayude a fortalecer su negocio y a aumentar sus ingresos.

Producto - "El producto o servicio que usted vende". ¿Cuáles son los productos o servicios que vende ahora o, si no tiene un negocio, que piensa vender? Lo ayudaremos a identificar los productos que lo ayudarán a mejorar.

Papeles de trámites - "Sus ingresos, gastos y metas por escrito". ¿Lleva un registro de sus ingresos y egresos? Si sus registros están bien, podrá saber claramente qué tan eficaz es su negocio y cómo mejorarlo.

Precio - "Lo que cobra por su producto o servicio". Es muy importante no cobrar un precio demasiado alto o demasiado bajo por su producto o servicio. Una de las claves importantes para el éxito de su negocio es determinar el precio correcto de venta.

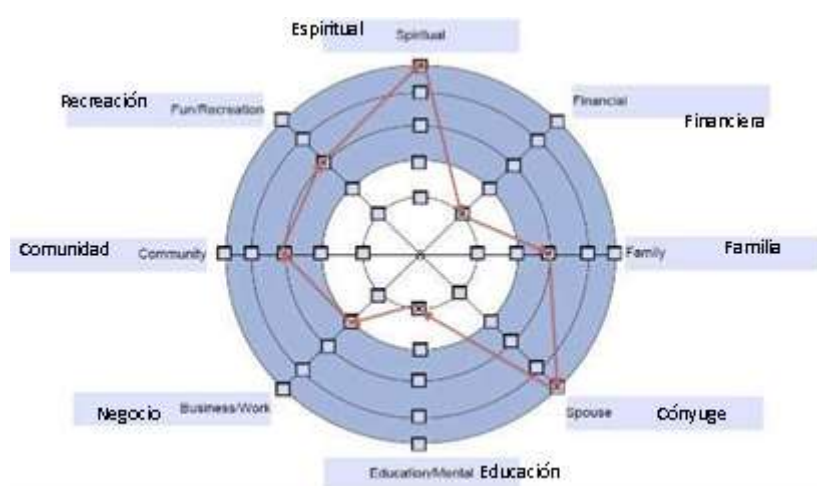
Promoción - "Cómo atraer clientes". Hay muchas maneras de aumentar sus ventas. Una mejor comprensión de los principios para la promoción lo ayudará a aumentar sus utilidades.

Proceso – "Cómo crear el producto y hacérselo llegar a los clientes". Si realmente entiende el proceso para crear el producto y llevarlo al punto de venta, puede encontrar formas tanto de reducir gastos como de agregar valor a su negocio.

El Hogar (*Viva su vida*): Se alienta a los alumnos a establecer un plan de vida. Cada uno llena su rueda de calidad de vida. Para crear su propia rueda de calidad de vida, se insta a

cada participante a identificar las áreas de la vida que son más importantes para él o ella. La rueda tiene ocho rayos que reflejan las categorías más importantes de su vida.

Se califica cada categoría de 1 a 5, en las que 1 es la calificación más baja y 5 es la mejor. Mientras más bajo sea el número, más querrá mejorar esa área. Los números más altos significan que está más satisfecho con el esfuerzo que hace ahora en esa área. Luego se conecta los puntos para ver qué tan redondeados están. Su meta futura será calificar todas las áreas con 5 puntos, para que los puntos se conecten en un círculo. Las áreas con calificaciones menores necesitarán un mayor esfuerzo.



La Comunidad (*Mejorar su comunidad*):

Objetivos de los participantes:

- ✓ Completar la organización de su grupo (los grupos de llaman asociaciones comunitarias, grupos de redes, bancos populares o grupos de solidaridad).
- ✓ Generar e implementar un plan de acción comunitaria con, por lo menos, un proyecto de servicio del grupo.
- ✓ Comprometerse a completar los requisitos para el Certificado de Autosuficiencia Interweave.