



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
POST GRADO EN EDUCACIÓN**

**PROPUESTA PEDAGÓGICA BASADA EN EL MODELO
NEGOCIO CANVAS Y DESARROLLO DE LAS
CAPACIDADES EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES
DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TEODORO
RIVERA TAIPE, SATIPO-2021.**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
DOCTOR EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

AUTOR:

URETA MEDRANO, JUAN CARLOS

ORCID: 0000-0002-8968-5880

ASESORA:

PEREZ MORAN, GRACIELA

ORCID: 0000-0002-8497-5686

CHIMBOTE – PERÚ

2022

2. Equipo de Trabajo.

AUTOR:

Ureta Medrano, Juan Carlos

ORCID: 0000-0002-8968-5880

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Posgrado,

Chimbote, Perú

ASESORA

Pérez Morán, Graciela

ORCID: 0000-0002-8497-5686

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Derecho y

Humanidades, Post grado de Educación, Chimbote, Perú

JURADOS DE INVESTIGACIÓN

Quiñones Negrete, Magaly Margarita

ORCID: 0000-0003-2031-7809

Velásquez Castillo, Nilo Albert

ORCID: 0000-0002-2189-4088

Amaya Saucedo, Sosas Amadeo

ORCID: 0000-0002-8638-6834

3. Hoja de firma del jurado y asesor

Dr. Velásquez Castillo, Nilo Albert
Miembro

Dr. Amaya Saucedo, Rosas Amadeo
Miembro

Dra. Quiñones Negrete, Magaly Margarita
Presidente

Dra. Pérez Morán, Graciela
Asesora

4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria

AGRADECIMIENTO

A Dios, por su infinita misericordia.

A mis padres y hermanos por su constante apoyo.

A la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, por cobijarnos en sus aulas.

A los profesores que compartieron sus enseñanzas.

DEDICATORIA

A mis padres quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades.

5. Índice de Contenido

1. Carátula.....	i
2. Equipo de Trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iv
5. Índice de Contenido	vi
6. Índice de figura y tablas.....	viii
7. Resumen y Abstract	x
I. Introducción.....	1
II. Marco teórico.....	6
2.1. Bases teóricas relacionados con el estudio	6
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	13
2.3. Hipótesis.....	41
2.4. Variables.....	42
III. Metodología.....	43
3.1 El tipo y el nivel de la investigación.....	43
3.2 Diseño de la investigación.....	43
3.3 Población y muestra.....	45
3.4 Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	47

3.5	Técnicas e instrumentos	49
3.6	Plan de análisis.....	52
3.7	Matriz de consistencia.	54
3.8	Principios éticos.....	56
IV.	Resultados.....	57
4.1.	Resultados.....	57
4.2.	Análisis de resultados.	70
V.	Conclusiones.....	75
VI.	Recomendaciones:	76
	Referencias.....	77
	Anexos 1: Instrumento de recolección de datos	87
	Anexos 2: Carta de la Institución donde realizo la investigación.....	93
	Anexos 3: Consentimiento informado	95
	Anexos 4: Sesiones de aprendizaje u otras actividades aplicadas	96
	Anexos 5: Modelo Negocio Canvas	112
	Anexos 6: Base datos	119

6. Índice de figura y tablas

	pág.
Índice de Figuras	
Figura 1: Componentes del modelo de negocio	23
Figura 2: Estructura del modelo de negocios.....	25
Figura 3: Lienzo Modelo Canvas.....	26
Figura 4: Segmento de clientes	27
Figura 5: Propuesta de valor	28
Figura 6: Canales	28
Figura 7: Relación con los clientes	29
Figura 8: Fuentes de ingreso.....	31
Figura 9: Recursos clave.....	31
Figura 10: Actividades clave	32
Figura 11: Asociaciones clave	33
Figura 12: Estructura de costos.....	33
Figura 13: El modelo y las definiciones GEM	35
Figura 14 Capacidades emprendedoras de los sujetos de la muestra pre test	58
Figura 15 Resultados de los módulos de aprendizaje.....	60
Figura 16 Nivel de desarrollo de la capacidad emprendedora según el post test	59
Figura 17 Post test grupo control.....	68
Figura 18 Post test grupo experimental	68

Índice de tablas

Tabla 1	Distribución de la población de estudio.....	46
Tabla 2	Distribución de la muestra de estudio.....	46
Tabla 3	Baremos para establecer nivel desarrollo	52
Tabla 4	Estadística de confiabilidad Alfa Cronbach.....	52
Tabla 5	Baremo para establecer el nivel de confiabilidad	49
Tabla 6	Resultados pre test en los grupos control y experimental.....	58
Tabla 7	Resultados de los módulos de aprendizaje aplicado a los sujetos del grupo experimental.....	60
Tabla 8	Nivel de desarrollo capacidades emprendedora post test	62
Tabla 9	Prueba de normalidad kolmogorov – smirnov.....	60
Tabla 10	Prueba de rangos con signo de Wilcoxon para el objetivo general	66
Tabla 11	Prueba de normalidad Kolmogorov – Smirnov	67
Tabla 12	Prueba t de Student para muestras relacionadas	70

7. Resumen y Abstract

Resumen.

La investigación partió del objetivo de demostrar que la propuesta pedagógica basado en el modelo negocio Canvas influye de manera positiva en la capacidad emprendedora en estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe, Satipo – 2021. Es una investigación de tipo cuantitativo, de nivel explicativo; con diseño cuasi experimental, con prueba de pre y post test en grupo control y experimental. Para la población de estudio se abarcó a todos los estudiantes del Instituto Tecnológico Público, “Teodoro Rivera Taipe”, de los cuales se eligió una muestra de 60 estudiantes en el grupo control y 60 en el grupo experimental, elegidos mediante la técnica no probalística. Se empleó la técnica de la encuesta para recopilar los datos, utilizando un cuestionario como instrumento de investigación. Se ha logrado demostrar que la propuesta pedagógica basado en el modelo de negocios Canvas influye de manera positiva en la capacidad emprendedora de los estudiantes del grupo experimental, según la prueba estadística Rangos de Wilcoxon que arrojó una significancia asintótica (bilateral) de = 000, esta cifra a la vez es menor que Alpha (0,05), con la cual queda demostrado el objetivo planteado. En la investigación se ha logrado demostrar que la propuesta pedagógica basado en el modelo de negocios Canvas desarrolla la capacidad emprendedora de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe, Satipo 2021.

Palabras clave: Capacidad, emprendimiento, modelo Canvas, propuesta pedagógica.

Abstract

The research started with the objective of demonstrating that the pedagogical proposal based on the Canvas business model positively influences the entrepreneurial capacity in students of the Teodoro Rivera Taípe Higher Technological Institute, Satipo - 2021. It is a quantitative research, explanatory level; with quasi-experimental design, with pre and post test in control and experimental group. For the study population, all the students of the Public Technological Institute, "Teodoro Rivera Taípe", were included, from which a sample of 60 students was chosen in the control group and 60 in the experimental group, chosen using the non-probabilistic technique. The survey technique was used to collect the data, using a questionnaire as a research instrument. It has been possible to demonstrate that the pedagogical proposal based on the Canvas business model positively influences the entrepreneurial capacity of the students of the experimental group, according to the Wilcoxon Ranks statistical test that yielded an asymptotic (bilateral) significance of = 000, this figure at the same time is less than Alpha (0.05), with which the proposed objective is demonstrated. In the research it has been possible to demonstrate that the pedagogical proposal based on the Canvas business model develops the entrepreneurial capacity of the students of the Teodoro Rivera Taípe Higher Technological Institute, Satipo 2021.

Keywords: Capacity, entrepreneurship, Canvas model, pedagogical proposal.

I. Introducción.

La investigación trata sobre la propuesta pedagógica basada en el modelo negocio Canvas para el desarrollo de las capacidades emprendedoras en estudiantes de nivel superior tecnológico. Esta estrategia se puede definir como una herramienta indispensable de gestión estratégica que permite analizar y crear modelos de negocios de forma dinámica y con visión de futuro. Insertar esta herramienta en la formación académica de los estudiantes, permite desarrollar sus capacidades emprendedoras desde los cimientos de su formación, ya que, muchas instituciones de nivel superior, forman profesionales con una visión muy errada, futuros profesionales que irán a engrosar las filas de desempleados debido a que recibieron una formación de dependencia. En contraposición a ella, es que, el modelo de negocios Canvas, tiene dentro de su malla curricular, contenidos que permiten que los estudiantes aperturen su mente hacia una visión empresarial, emprendedora y de generación de su propio empleo.

Esta investigación se realizó en el marco de que, una sociedad como la nuestra muy segmentada socialmente y estratificada económicamente es importante cambiar el modo de concebir una carrera profesional. Ya no estamos en tiempos donde se formaban profesionales para cubrir las necesidades de empleo. Ahora necesitamos formar profesionales con visión emprendedora; debido a que, el mercado laboral es cada vez menos reducido.

Según el GEM (2021), “existe una caída en la actividad emprendedora al 5,2%, retrocediendo a los niveles posteriores a la crisis de 2008 a nivel mundial” (p. 19)

A esto se suma la falta de apoyo a la actividad emprendedora por parte del estado. Los países mejor posicionados en apoyo a la actividad emprendedora son: Letonia (15,4%), Eslovaquia (13,3%), Portugal (12,9%), Irlanda (12,4%). Como siempre, los países Latinoamericanos están ubicados en la cola. En el caso del Perú, ni siquiera figura en la tabla de posiciones.

Sin embargo, los jóvenes o los que poseen un espíritu joven, emprendedor, han doblado sus esfuerzos para seguir reinventándose en actividades bastante novedosas. Pese a no contar con el apoyo del estado, muchos jóvenes han iniciado pequeños negocios innovadores, que les ha generado ingresos y ayudado a superar la difícil situación que venimos atravesando.

Apoyar el espíritu emprendedor en un país como el nuestro, es enfrentar las dificultades económicas con mucho éxito. El Perú tiene que seguir las sendas de muchos países donde el espíritu emprendedor es una de sus armas efectivas de generar riqueza y desarrollo.

Los últimos reportes de Ipsos (2021), señalan que, “nuestro país posee la tercera posición en el ranking mundial (55%) que mide el Índice de Espíritu Emprendedor en tiempos de pandemia, destacando atributos como la creatividad, la iniciativa, la innovación y la autoconfianza” (p. 12)

Después de países como Colombia que ocupa el primer lugar (61%) y Sudáfrica el segundo (56%), está el Perú en una posición muy apremiante (55%). El índice de espíritu emprendedor que es muy diferente a apoyo al espíritu emprendedor nos es siempre positivo. Necesitamos potenciar este espíritu, en hechos reales y prácticos. Necesitamos que el estado, promueva acciones desde el

ministerio de trabajo y promoción del empleo, con créditos, bonos y demás ayuda económica, para que nuestros emprendedores sean los motores de la reactivación económica.

Lindner (2021) señala que, el alto desempleo laboral de los jóvenes ha sido una problemática persistente en América Latina y el Caribe, los cambios en el mercado laboral y la economía debido al desarrollo de la tecnología son solo algunas de las razones por las que debemos dotar a las futuras generaciones de habilidades y mentalidades emprendedoras que permita responder a un mundo en constante cambio. La educación empresarial proporciona una plataforma para las ideas creativas e innovadoras que necesitamos para tener éxito en el siglo XXI.

Estos y muchos datos más, impulsaron a realizar la presente investigación, porque estamos seguros que nuestros estudiantes del Instituto Superior Tecnológico “Teodoro Rivera Taipe”, tienen aquellas potencialidades que nos enmarca como jóvenes emprendedores. Lo que hay que hacer es promover, una currícula acorde con los grandes cambios que se vienen dando a nivel mundial en el tema de emprendimiento.

El problema central de nuestra investigación, señalaba: ¿Cómo influye la propuesta pedagógica basada en el modelo negocio Canvas en el desarrollo de las capacidades emprendedoras en estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe Satipo 2021? Para dar solución al problema investigación se propuso como objetivo general: Demostrar que la propuesta pedagógica basado en el modelo negocio Canvas desarrolla la capacidad emprendedora de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe, Satipo 2021. Los objetivos

específicos fueron: Identificar el nivel de desarrollo de las capacidades emprendedoras mediante una prueba de pre test al grupo control y grupo experimental de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe Satipo 2021, en la prueba del pre test. Implementar módulos de aprendizaje sobre modelo de negocios Canvas para mejorar la capacidad emprendedora en el grupo experimental de estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe, Satipo 2021. Comparar los resultados de las pruebas de pre y post test en los grupos control y experimental sobre el desarrollo de las capacidades emprendedoras de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe - Satipo, 2021. Evaluar si la propuesta pedagógica basada en el modelo Canvas surte efectos positivos en la capacidad emprendedora de los estudiantes del grupo experimental del instituto superior tecnológico Teodoro Rivera Taipe - Satipo, 2021.

La presente investigación contribuye al conocimiento de las capacidades emprendedoras y su conexión con el modelo negocio Canvas en actividades empresariales, un mejor análisis y comprensión en los estudiantes y crear una cultura empresarial con una base académica para que cada “idea” tenga una manifestación física duradera donde se observa que los emprendedores se proyectan en beneficio de la sociedad, buscan el cambio y desarrollan una actitud para enfrentar los desafíos que se presentan en la sociedad el emprendimiento también puede nacer de una idea de negocio cultivada y fortalecida en la experiencia, nos ayuda a desarrollar competencias emprendedora para generar ventas repetidas para luego enfocarnos en diferentes tipos de estrategias y hacer el uso más eficiente de los recursos. A nivel práctico el propósito de este estudio es que nuestros estudiantes reciban una formación más pragmática, ya que

se ha redundado demasiado en el aspecto teórico. A partir del presente estudio, los estudiantes estarán preparados para enfrentar retos de crear sus propios empleos con actitudes emprendedoras. A nivel metodológico se justifica porque está construido sobre la base del método científico. Las herramientas y la recopilación de datos se realizan de manera confiable utilizando los pasos apropiados. Asimismo, se utiliza un sistema propuesto y desarrollado por la Universidad ULADECH y todos estos parámetros hacen que la investigación sea rigurosa y confiable. Y finalmente, a nivel social la investigación servirá para analizar el desarrollo del emprendimiento de los estudiantes del instituto superior tecnológico público Teodoro Rivera Taípe, que además promueve su emprendimiento para desarrollar y fortalecer ideas de negocios. Esto reduce la brecha entre la educación formal y el acceso al mercado laboral. En toda institución de educación superior, es importante conocer el índice de capacidades emprendedoras de los estudiantes y así estimar qué porcentaje de los egresados del edificio educativo tienen los medios para sobrevivir en el mercado actual. sentido y alcance de la sociedad.

El tipo de investigación realizada fue cuantitativa, de nivel explicativo; se utilizó el diseño cuasi experimental con dos muestras de estudio uno de control y el otro experimental. La muestra estudio estaba conformada por 120 estudiantes del VI semestre de los programas de estudio Computación e Informática, Computación e Informática, Enfermería Técnica y Producción Agropecuaria; dicha muestra fue elegida a través de la técnica no probabilística. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta, cuyo instrumento fue un cuestionario.

En los resultados estadísticos del pre test, se evidencia claramente que, en el grupo control el 5% alcanzaron el nivel de empleado y en el grupo experimental el

13%. El 45% de los sujetos de la muestra del grupo control alcanzaron el nivel de autoempleados, mientras que en el grupo experimental el 62% alcanzaron este nivel. El 50% del grupo control alcanzaron el nivel de dueños. Mientras que en el grupo experimental este nivel lo alcanzaron el 25%. Este resultado muestra claramente que los estudiantes no tienen una visión empresarial, la mayoría aspira a ser empleado, autoempleado y muy pocos llegan a alcanzar el nivel de dueños de una empresa. La prueba estadística Rangos de Wilcoxon arrojó una significancia asintótica (bilateral) de = 000, esta cifra a la vez es menor que Alpha (0,05), en consecuencia, se afirma que, la propuesta pedagógica basada en el modelo de negocios Canvas influye de manera positiva en las capacidades emprendedoras de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe 2021.

La principal conclusión de la investigación señala que, se ha logrado demostrar que la propuesta pedagógica basado en el modelo de negocios Canvas influye de manera positiva en la capacidad emprendedora de los estudiantes.

II. Marco teórico.

2.1. Bases teóricas relacionados con el estudio

Antecedentes Internacionales

Tenemos las siguientes investigaciones:

Cajigas (2019) en su tesis doctoral titulada: Propuesta de una estrategia para fortalecer la capacidad emprendedora en Colombia. Tesis para obtener el grado de Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Siendo su objetivo general: Proponer una estrategia para fortalecer la capacidad emprendedora en

Colombia, como vía para conseguir que más empresas de las creadas por año perduren siendo productivas y generadoras de bienestar económico y social. La metodología: Para poder responder la pregunta básica de este trabajo: ¿Qué estrategia debe estructurarse para fortalecer la capacidad emprendedora en un país?, se organizó el desarrollo del estudio mediante los procedimientos propios de una investigación empírica, con elementos cualitativos y cuantitativos, siendo necesario utilizar herramientas de análisis y la aplicación de un modelo econométrico.

Por otro lado, se detectó que Colombia cuenta con un esquema de financiamiento empresarial orientado desde la política pública, que va en concordancia con la normativa interna y las directrices internacionales que aconsejan respaldar el emprendimiento empresarial como vía hacia el crecimiento económico en las naciones. El apoyo financiero está direccionado en dos frentes: la creación de nuevas empresas y apoyo financiero a empresas ya constituidas en los diferentes sectores. La investigación permitió establecer que entre los principales programas para financiar iniciativas empresariales está el Fondo Emprender; seguido de programas de apoyo a la pequeña, mediana y gran empresa mediante Bancoldex, Procolombia, y el Fondo Nacional de la Productividad y la Competitividad. Las conclusiones señalan la necesidad de minimizar el alto número de empresas nuevas que se cierran antes de cumplir cinco años de fundadas, consiguiendo que las sobrevivientes sean productivas y competitivas, para poder asegurar que el emprendimiento empresarial aporta al desarrollo económico y social de los países que lo auspician como política de Estado.

De igual modo, Vallejo (2019), en su tesis doctoral: Propuesta de un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo a través de la Validación de los aprendizajes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Universidad de Nebrija, Ecuador. Tesis previa a la obtención del grado de Doctor en Ciencias Económicas. El objetivo general de la tesis señalaba: diseñar un “Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo”. El paradigma de investigación que guía esta tesis es el paradigma hermenéutico, el nivel de la investigación es interpretativo, el tipo de estudio para la recopilación de la información es de campo (no experimental). El enfoque de esta investigación es ecléctico, cuantitativo-cualitativo. La conclusión más relevante dice: el análisis descriptivo realizado a través del estudio de la personalidad empresarial de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, de acuerdo a las cinco dimensiones de la personalidad emprendedora (necesidad de éxito, autonomía e independencia, tendencia creativa, asumir riesgos moderados, empuje y determinación), que establece el Test de Tendencia General de Emprendimiento (General Enterprising Tendency Test - GETT), permitió inferir que, el modelo propuesto es aplicable en el sistema de educación tanto en el ámbito público como privado, sin restricción de sexos, edades, o experiencia familiar en emprendimiento. En segundo lugar, el análisis explicativo de la formación en emprendimiento, el nivel de emprendimiento y su relación con la educación impartida a los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento, realizado mediante entrevistas a expertos y docentes determinó que la propuesta de un Modelo

Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo, establecería los cimientos de una cultura de emprendimiento, permitiendo abarcar a todas las personas desde temprana hasta avanzada edad, donde, dicho por los expertos, cada persona emprenderá de acuerdo a su propia condición y según el entorno que la rodea. Además, la cultura de emprendimiento fomentará emprendimientos e intraemprendimientos de todo tipo y alcance; siendo beneficioso en el ámbito económico, dada la generación de empleo; así como en el ámbito personal, dado a la satisfacción y el equilibrio emocional que produce.

Calixto (2019) en su tesis doctoral titulada: Innovación educativa en la formación emprendedora de los ingenieros en desarrollo empresarial. Se planteó como objetivo general: Analizar los resultados de la intervención para la innovación educativa, por medio de la realización de un taller, y si este permite determinar si se lograron diferencias significativas en el nivel de sus capacidades medidas en un ejercicio de evaluación pre y posttest al taller, para fortalecer la formación emprendedora de los estudiantes de la IDE. La metodología fue de tipo cuantitativa, porque para efectos de dar respuesta a las preguntas, objetivos e hipótesis fue necesario la cuantificación de los resultados, por las características propias que implicó el estudio, lo que se buscó fue la identificación del nivel de los estudiantes previo y posterior a una intervención, para finalmente llevar a cabo la comparación de ambos resultados y poder llegar a la descripción de los hallazgos que se encontraron. El método que se empleó fue cuasi experimental, debido a que se trabajó con un grupo de control con el cual se realizó una intervención. La técnica empleada fue la encuesta apoyada en cuestionario (test)

que sirvió como la herramienta que se aplicó al grupo antes (pretest), y después de la intervención (postest). La conclusión más resaltante señala: la innovación educativa repercute de manera positiva en la formación emprendedora de los ingenieros en desarrollo empresarial, los resultados estadísticos así lo confirman.

Antecedentes Nacionales

Puente (2020), en su tesis titulada: Capacidad Emprendedora y la Generación de Modelo de Negocio en Estudiantes de un Instituto de Nivel Superior en Ate Vitarte, 2019. Para lo cual se planteó el siguiente objetivo: determinar la relación que existe entre la capacidad emprendedora y la generación de modelo de negocio en un instituto de nivel superior en el distrito de Ate Vitarte en el año 2019. El tipo de investigación desarrollada fue básica, de enfoque Cuantitativa, con un nivel de nivel de investigación Correlacional, con diseño de investigación: No experimental. La conclusión más relevante señala: La capacidad emprendedora se relaciona significativamente con la generación de modelo de negocio, esto se debe a que el nivel de significancia obtenido resultó de $= 0.002$, valor que logra afirmar la hipótesis del tesista; de esta forma, mediante el análisis del índice de correlación Rho Spearman $= 0.317$ afirmamos que existe una relación estadísticamente significativa entre las variables del presente estudio que fue realizado a los estudiantes de un instituto de nivel superior, ubicado en el distrito de Ate Vitarte 2019.

Quispe (2021), en su tesis titulada: La motivación y capacidad emprendedora en los estudiantes de administración de la Uladech, 2019. Siendo su

objetivo general: Determinar cómo se relaciona la motivación con las capacidades de emprendimiento de los estudiantes de administración. La metodología fue un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, de corte transversal, descriptivo, correlacional. Se aplicó un cuestionario a 255 estudiantes del semestre 2019-II; Conclusiones: Se concluye que la totalidad de estudiantes posee un nivel medio de motivación emprendedora; destacando la motivación personal en un nivel alto, y la motivación por disponibilidad de recursos en un nivel bajo. Por otro lado, la mayoría posee un nivel medio en sus capacidades emprendedoras, percibiéndose un nivel medio en sus tres dimensiones (Capacidad para planificar, para relacionarse socialmente y de realización personal). Respecto a las correlaciones, se acepta que exista correlación significativa entre las dimensiones de la variable motivación emprendedora y la variable capacidad emprendedora, puesto que el valor p fue menor a 0.01, excepto en la correlación de la dimensión motivación personal y la capacidad emprendedora, la cual fue no significativa ($p > 0.01$). Por otro lado, se aceptó la hipótesis de investigación que postula que la motivación y la capacidad emprendedora de los estudiantes se relacionan significativamente ($p < 0.01$).

Salirrosas (2020) en su tesis doctoral titulada: Propuesta de Andy Freire para desarrollar el emprendimiento en estudiantes de Educación Superior Tecnológica, Chocope 2019. Siendo su objetivo general: determinar en qué medida la propuesta de Andy Freire influye en la actitud para el emprendimiento en estudiantes de Educación Superior Tecnológica, Chocope 2019. La metodología fue cuantitativa y utilizando como el diseño cuasi – experimental, se

aplicó a una población de 70 estudiantes. Conclusiones: La propuesta de Andy Freire está relacionada de manera significativa con la actitud emprendedora de los estudiantes de educación superior tecnológica; ya que se puede apreciar un cambio cuantitativo con respecto al pretest y el postest.

Ureta (2021) en su tesis doctoral titulada: El modelo CANVAS para el desarrollo de la Innovación Educativa en los Docentes del Nivel Primaria de las Instituciones Educativas del Distrito de Chinchao, 2019. Siendo su objetivo general: determinar la influencia del modelo CANVAS en el desarrollo de la innovación educativa en los docentes del nivel primaria de las instituciones educativas del distrito de Chinchao, 2019. La investigación por su finalidad fue aplicada y por su profundidad explicativa, con un diseño experimental, en su variante cuasi-experimental, con posprueba con grupos intactos. La muestra de trabajo no probabilístico fue de tipo intencionada, estuvo conformada por 15 docentes (grupo experimental) de la institución educativa “Nuestra Señora de Lourdes” Acomayo. Las conclusiones más relevantes señalan: Ha quedado demostrado que la innovación educativa del grupo experimental fundamentado en el modelo CANVAS es mayor, en comparación de lo habitual que realizan los docentes. Se demostró que el modelo CANVAS interviene en el desarrollo de la intencionalidad. Se comprobó a través del modelo CANVAS la mejora en el desarrollo de la planificación. Se probó después de la aplicación del modelo CANVAS el incremento en el desarrollo de la identificación de recursos. Se evidenció que mediante el modelo CANVAS se promueve el desarrollo de la

implementación. Se comprobó que el modelo CANVAS mejora el desarrollo de la evaluación.

2.2. Bases teóricas de la investigación.

Teoría sociocultural de Vygotsky (Zona de desarrollo próximo)

Nos centraremos en uno de los capítulos de la teoría, relacionado a la Zona de Desarrollo Próximo (ZDP). La ZDP, es la zona al que todo aprendiz puede llegar con el apoyo de alguien con mayor experiencia. Vygotski (1978), “proponía diferenciar dos niveles de desarrollo en el niño: el nivel de desarrollo actual, referido a la ejecución o resolución del problema individual, y el nivel más avanzado de desarrollo próximo, referido a la ejecución o resolución del problema con ayuda”. Citado por (Moll, 1990, p.247)

Vygotski (1978), “la ZDP es la distancia entre el nivel de desarrollo real, medido por la resolución de una tarea independientemente y el nivel de desarrollo potencial, medido por la resolución de la tarea bajo la dirección de un adulto o en colaboración con niños más capaces” (p. 86).

“El nivel de desarrollo real, escribía, caracteriza el desarrollo mental retrospectivamente; el nivel próximo caracteriza el desarrollo mental prospectivamente” (p. 86-87)

Teoría de la autoeficacia de Bandura.

Esta teoría plantea que, la autoeficacia, tiene un papel mediador en la decisión de las personas, donde la acción, los factores cognitivos, afectivos y personales, y

los sucesos ambientales se influyen causalmente de modo bidireccional. Es decir, la persona que es capaz de tomar sus propias decisiones está seguro de que posee las destrezas, habilidades, capacidades y competencias para afrontar situaciones de riesgo. Según esta teoría “la autoeficacia es afectada por una serie de fuentes de información (cognitivas, conductuales y emocionales), y a su vez influye en la conducta y en los procesos cognitivos y emocionales” Guzman (1996, p.52).

Un sujeto dotado de las capacidades cognitivas, conductuales y emocionales, es capaz de tomar decisiones por sí mismos, para ello el entorno social y su preparación académica son factores importantes para la autoeficacia. La autoeficacia sobre la conducta se encuentra limitada cuando faltan las capacidades necesarias para realizar la conducta con éxito. la autoeficacia está constituida por las expectativas de eficacia y las expectativas de resultados.

2.2.1 Propuesta pedagógica.

Para el MINEDU (2020):

La Propuesta Pedagógica es un instrumento en el que se plasman las intenciones que una institución educativa propone para el proceso de enseñanza – aprendizaje, en el marco de la autonomía responsable que el contexto y las capacidades instaladas le permite. Recoge los principios filosóficos (éticos y epistemológicos) y pedagógicos (teorías de enseñanza y aprendizaje) que dan coherencia a la práctica educativa. La aplicación y apropiación de estos principios generales se verifican en la acción pedagógica. (p. 10)

La propuesta pedagógica contempla, el tipo de estudiantes que queremos formar, el tipo de profesionales que queremos formar para hacer frente a un

mercado laboral cada vez más exigente, a una sociedad que queremos aspirar. En dicha propuesta se establecen los propósitos, los contenidos teóricos, el tipo de evaluación que se va implementar, el perfil del estudiante que queremos formar, la propuesta pedagógica, el modelo de enseñanza aprendizaje, las estrategias didácticas a utilizar y demás recursos que se deben utilizar para tal propósito.

Por lo tanto, una propuesta pedagógica, le da sentido lógico al proceso educativo institucional. Los demás instrumentos técnicos, pedagógicos y administrativos como el PEI, PAT, RIN, ROF, MOF, etc. se establecen en función a esta propuesta pedagógica.

2.2.2 Emprendimiento.

Para Borja et al., (2020),

El emprendimiento es el acto de crear un negocio o negocios con el cual se espera generar ganancias. Los emprendedores desempeñan un papel clave en cualquier economía, especialmente por el hecho de que a partir de sus habilidades y la iniciativa necesaria puedan anticipar las necesidades de los individuos y aportar con nuevas ideas en el mercado. En este sentido, la riqueza de los países y su dinámica económica se encuentra muy relacionada con la competitividad de las empresas, la cual, como ya se había manifestado depende en gran medida de las habilidades y capacidades que tienen los empresarios. (p.182)

Los datos proporcionados por la Encuesta Nacional de Hogares vislumbran que, el 68,6% de la PEA en el Perú, trabajan en pequeñas unidades económicas, creados por emprendedores, básicamente en las ramas de servicios. Y sabemos

muy bien que el nuestro país, el sector que más empleos ha generado en estos últimos tiempos es justamente este sector empresarial. El emprendimiento en consecuencia, es una actitud de progreso y autodeterminación, que impulsa a las personas a generar su propio empleo, a sacar a relucir su propia creatividad, a enfrentar la falta de ocupación haciendo valer nuestro talento.

Para Salinas & Osorio, (2012),

El emprendimiento es un término poliédrico, está directamente relacionado con la acción de la persona. En este sentido se puede entender el emprendimiento como el conjunto de actitudes y conductas que dan lugar a un determinado perfil personal orientado hacia la autoconfianza, la creatividad, la capacidad de innovación, el sentido de responsabilidad y el manejo del riesgo. (p. 132)

Podemos determinar que, el emprendimiento es una opción de vida, de aquellas personas que tienen como característica fundamental la autoconfianza, la participación, el sentido crítico, la iniciativa personal, la creatividad, la capacidad de aprender, la capacidad de planificar, la capacidad de tomar decisiones, la capacidad de asumir responsabilidades, facilidad de comunicación, liderazgo y actitud positiva para identificar ideas y oportunidades. Del mismo modo, las personas emprendedoras poseen un alto grado de actitud positiva y saben analizar los factores exógenos y endógenos que le puedan favorecer.

Para Vargas & Uttermann (2020), El emprendimiento es el proceso de actuar sobre oportunidades inadvertidas, para crear un nuevo proceso o producto, que es importante para el crecimiento y desarrollo de cualquier economía contemporánea y además es vista como el motor del crecimiento económico y

una fuerza impulsora para la descentralización y reestructuración económica.
(p.709)

He allí las cualidades personales que poseen los emprendedores, su alta capacidad visionaria, hacen que ellos identifiquen las oportunidades que los otros normalmente no pueden verlo. Los emprendedores son resilientes al mismo tiempo, están atentos a las oportunidades que el mercado les ofrece. Respecto al motor del crecimiento económico, las actividades emprendedoras generan un autoempleo y a la vez, generan empleo a pequeña escala, que hace que la población encuentre en ella una valiosa fuente de ingreso y sobrevivencia. Muchas veces el estado no le ha prestado la debida atención a este sector. A pesar que las estadísticas señalan la importancia de este sector, los sucesivos gobiernos han descuidado profundamente a este sector.

Por su parte Falla et al., (2020) señala:

El emprendimiento es un factor clave en la creación de empresas porque ser emprendedor se trata de innovar, algo que se plasma como un hecho cultural, donde una persona logra su propio desarrollo como individuo mientras su entorno empresarial le ofrece ventajas para tu crecimiento personal y profesional. (p.35)

El emprendimiento como actitud personal, responde a la formación que recibe la persona y las condiciones socioeconómicas que le rodea a la persona. La educación técnica es una valiosa oportunidad para que las personas puedan desarrollar sus competencias emprendedoras.

2.2.2.1 Teorías Emprendimiento

Teoría de Andy Freire

Citado por Burbano et al. (2020) la famosa teoría del triángulo invertido del famoso economista y empresario argentino Andy Freire, quien creó un diagrama sencillo que explica los puntos más importantes para lograr lo que todo emprendedor quiere para su idea. Del emprendedor va depender el éxito de su proyecto, la idea de negocio con viabilidad del mercado y económico permitirá recuperar el capital invertido en el menor tiempo posible y asegurar el respaldo de la empresa.

Teoría Schumpeter

Citado por (Burbano et al., 2020) en su teoría Schumpeter concibe el emprendedor como un ser extraordinario que promueve la innovación a las necesidades de los consumidores, es el principal agente del desarrollo económico y progreso social, lo que genera un equilibrio en el sistema capitalista. Schumpeter clasifica en 3 fases este proceso: invención, innovación, imitación.

Teoría Austriaca

Citado por (Burbano et al., 2020) El emprendedor desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con precios, ganancias y pérdidas, Entre los autores que resaltan en esta escuela son: Ludwig Von Mises. El empresario evalúa el entorno (precios, costos,

ingresos, necesidades y nuevos factores de producción) para crear algún tipo de empresa. El empresario es responsable de la organización de los recursos de producción. Comenzar un negocio se basa en el futuro, tolera la incertidumbre al no saber lo que hacen los demás. Friedrich Hayek crea la “teoría monetaria y el ciclo económico” en el cual declara la ineficacia de la economía planificada y la achaca a razones financieras. Los créditos que otorga el Banco Central y los bajos intereses que ofrecen para invertir en la empresa pueden provocar inflación de corto plazo. Profundiza la teoría sobre la imposibilidad del cálculo financiero una perspectiva socialista que no impide el emprendimiento. Israel Kirzner el emprendimiento se da con el fin de descubrir oportunidades, mantener la competitividad empresarial, innovar, hace uso de las TIC logrando procesos más eficientes.

Teoría Howard Stevenson

Citado por (Burbano et al., 2020) El profesor Howard Stevenson de Harvard Business School presenta una investigación sobre el espíritu empresarial que inicialmente refleja la mentalidad empresarial como un sistema de gestión basado en oportunidades en lugar de recursos. En sus obras, sus criterios apuntan a enfatizar el impacto del emprendimiento en el proceso de formación de una persona para ser creadora de riqueza, permitiendo que las personas tomen decisiones sobre su destino profesional con múltiples opciones, confirmando que emprender no es suficiente la visión como emprendedor, la obsesión por las oportunidades, el objetivo de crear y

compartir riqueza y la búsqueda constante del crecimiento es la base del emprendimiento, lo que enfatiza su posición de que un emprendedor no depende de los riesgos, sino de la explotación de las oportunidades que el mercado arroja cada cierto tiempo, si alguien inteligente quiere aprovecharlas. Según el criterio de Stevenson, un emprendedor no es aquel que no contiene innovación y simplemente imita a los demás, porque el mundo está en constante cambio y presenta un verdadero desafío hacia el futuro. Howard Stevenson, quien destaca el impacto de la preparación en la formación de los gerentes de empresas y considera importante incluir esta disciplina en el currículo como alternativa a la formación de los futuros gerentes, subrayando que “las condiciones actuales de competitividad deben partir de capacitar a los jóvenes personas a tomar decisiones sobre sus destinos profesionales con opciones más amplias, brindando espacio en los sistemas educativos”, con el fin de desarrollar en la persona esa preparación, la capacidad de crear y compartir la riqueza.

Teoría Allan Gibb

Citado por (Burbano et al., 2020) Alan Gibbs ha creado una corriente de pensamiento que es muy bien recibida en los países en vías de desarrollo, conecta muy bien el evento empresarial con los temas de desarrollo cultural y en especial con el tema de la educación empresarial. El ingeniero y economista-empresario neozelandés Alan Gibbs creó un modelo de cuatro factores complementarios que dieron como resultado un

proceso comercial para iniciar y desarrollar un nuevo negocio: Motivación y determinación, Idea y mercado, Habilidades, Recursos.

2.2.2.2 Importancia de la Educación Emprendedora

Del Villar et al., (2020) La educación empresarial es de gran valor en el campo de los negocios y el desarrollo económico, en primer lugar, debido a su papel en la formación de la cultura empresarial. Para formar emprendedores en la educación superior, la formación emprendedora es fundamental, ya que en muchos casos estas personas no provienen de familias industriales, y las academias tradicionales muchas veces se ven limitadas en poder identificar casos como inspiración para iniciar emprendimientos para la Innovación. Los modelos exitosos de formación empresarial incluyen, además de los cursos de emprendimiento obligatorios o electivos, interdisciplinarios, es decir, estos cursos y otras actividades desarrolladas en todas las carreras profesionales, estos programas exitosos también involucran excelentes relaciones con los sectores productivos, principalmente a través de prácticas empresariales y en definitiva, desarrollan fuertes procesos de preincubación e incubación empresarial.

Según De Alda (2019), la formación académica de los estudiantes de los países desarrollados y en vías de desarrollo, se prioriza la educación con visión empresarial, porque se reconoce que, el espíritu emprendedor es la que permite que muchos jóvenes creen sus propias fuentes de trabajo.

2.2.3 Modelo de negocio

Los modelos de negocio constituyen formas creativas de satisfacer las necesidades de los clientes ya sea en la forma de presentación del bien o servicio. Es pasar de lo tradicional a lo moderno. Es enfrentar los retos de los grandes cambios que se vienen dando a nivel de los gustos de los clientes. Hoy la competencia desleal, ha producido nuevas formas de captar el interés de los clientes y fidelizarlos.

Para Barg (2013), un modelo de negocio “es el mecanismo por el cual un negocio trata de generar ingresos y beneficios. Es un resumen de cómo una compañía planifica servir a sus clientes. Implica tanto el concepto de estrategia como el de implementación” (p.8)

Es un constructo conceptual, en la que los ofertantes buscan los medios y mecanismos necesarios de generarse mayores ingresos económicos. Es además optimizar el servicio y mejorar el bien para hacerla más atractiva y generar mayores ganancias.

“es una representación simplificada de la lógica de negocio. Describe lo que un negocio ofrece a sus clientes, cómo llega a ellos, y cómo se relaciona con ellos” (p.8)

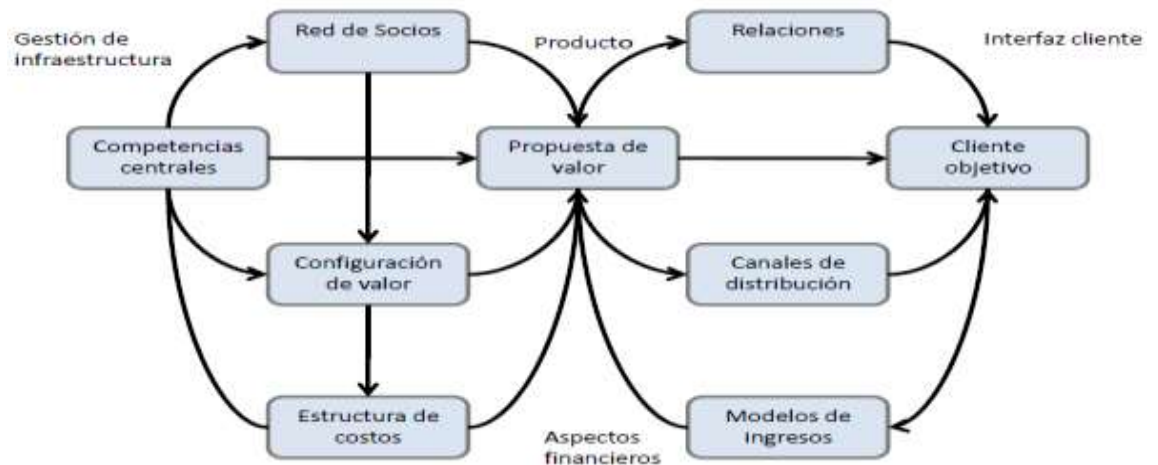
Un modelo de negocio es la idealización de un proyecto empresarial. Es la secuencia lógica de cómo una empresa crea, entrega y captura valor agregado que haga que sus clientes se fidelicen y les generen mayores ganancias.

Según Osterwalder y Pigneur (2011), “Un modelo de negocios recoge las bases de creación de valor de un negocio o proyecto. Es una simplificación, un plano, un croquis, que recoge las bases de un negocio o proyecto” (p. 4)

Cuando hablamos de éxito empresarial, más aún cuando se refiere a los proyectos de emprendimiento como pequeños negocios, tenemos que ser conscientes que, en estas últimas décadas han mejorado sostenidamente las experiencias de gente exitosa en el mundo empresarial. Eso hace que muchas personas tengas a disposición mucha información acerca de experiencias exitosas en las diferentes ramas del negocio. Hay que señalar además que existen diferentes factores para que una empresa sea exitosa. Con el avance de las redes sociales, hoy, las empresas invierten menos en publicidad, porque gracias a las redes, el producto del emprendedor llega con mayor facilidad a los clientes.

Figura 1.

Componentes del modelo de negocio.



Nota: La figura representa componentes del modelo de negocio. Extraído de Osterwalder y Pigneur (2011)

Modelo Canvas

Para Osterwalder y Pigneur (2011), el modelo Canvas es el libro coquito que todo emprendedor debe tener en cuenta a lo hora de idear su pequeña o gran empresa.

En ella se ilustra de manera didáctica, todos los componentes claves que hacen que una empresa sea eficiente. Muchas veces el emprendedor tiene todas las buenas intenciones de crear su propio negocio, sin embargo, lo realiza de manera empírica. El modelo Canvas lo que hace es esclarecer los factores que le dan ventaja a una empresa, ya sea esta nueva o ya constituida.

Para Carretto et al., (2013), el modelo Canvas:

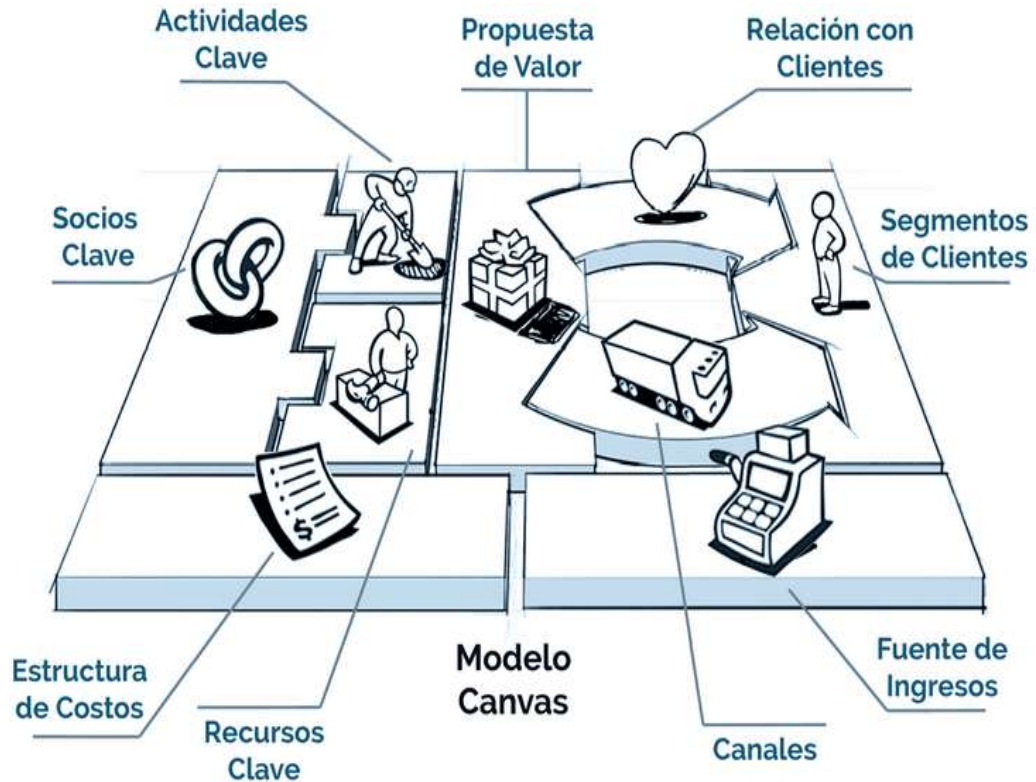
Es el abc del emprendimiento: se trata de una estructura visual y muy simple sobre la que trabajar con notas adhesivas, que se ha convertido en el punto de partida de muchos startups, y que genera una “radiografía” tanto de una empresa emergente como de una ya asentada. (p.17)

Según Chaguay et al., (2019), “El modelo basado en la metodología Canvas es una herramienta nueva e innovadora cada vez más utilizada porque puede plasmar en un lienzo la realidad que todo emprendedor necesita expresar” (p.91)

La metodología Canvas, mediante un lienzo, lo que pretende es explicar de manera didáctica y resumida una idea de negocio grande o pequeño. La metodología consta de nueve bloques relacionados a los clientes, alianzas empresariales, valor, actividades claves, canales de impulso, flujo de ingresos, costos, recursos y relaciones con el cliente. Cada una de estos componentes explicados de manera suscita a través de gráficos y esquemas didácticos.

Figura 2

Estructura del modelo negocio Canvas



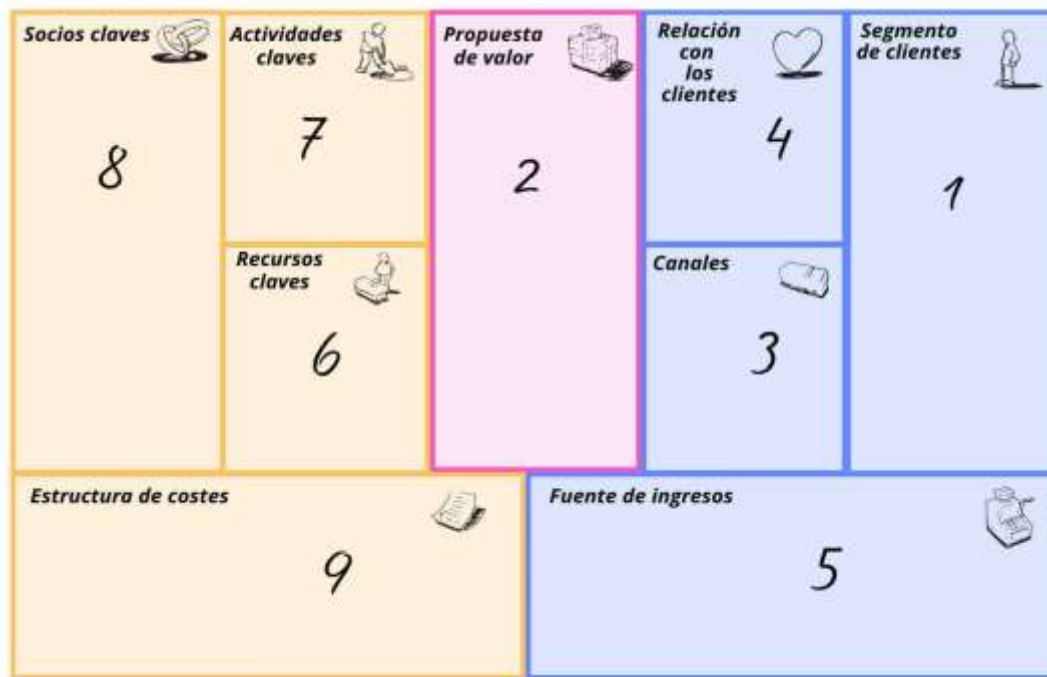
Nota: La figura representa estructura del modelo de negocios Canvas. Extraído de Osterwalder y Pigneur (2011)

Sánchez et al., (2016), plantea: que el método Canvas, “es una herramienta de gestión estratégica que permite tener bajo control y relacionadas todas aquellas medidas que representan las variables claves para dirigir un negocio” (p.39)

No basta con tener la idea de emprender una empresa, lo que se tiene que saber también son las estrategias más efectivas para que nuestra empresa tenga el éxito esperado y nos genera todas las ganancias que esperamos tener.

Figura 3

Lienzo modelo negocio Canvas



Nota: La figura representa Business Model Canvas. Extraído de Osterwalder y Pigneur (2011)

Dimensiones del modelo negocio CANVAS.

- 1. Segmento de clientes:** Este segmento está relacionado con el tipo de clientes que debemos contar, cuál es el tipo de clientes a quienes ofertaremos nuestros bienes y servicios que produciremos. Entre las que podemos distinguir los siguientes: Mercado de masas, nicho de mercado, mercado segmentado, mercado diversificado, mercados multilaterales.

Figura 4

Segmento de clientes.



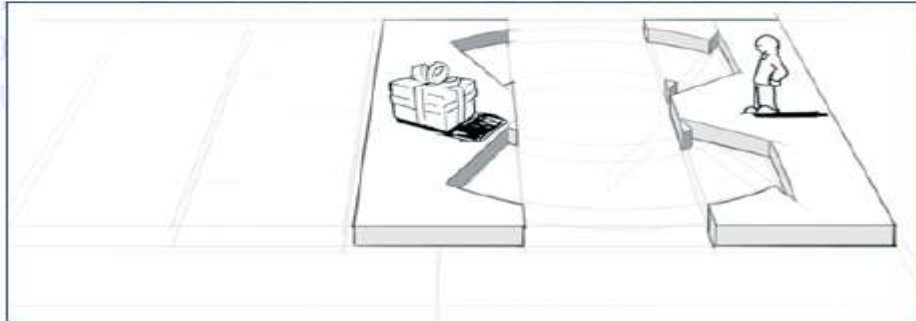
Nota: La figura representa segmento de mercado. Extraído Osterwalder y Pigneur (2011), segmento de clientes.

2. **Propuesta de Valor:** para competir tenemos que ser diferentes a los demás.

Podría haber muchas empresas ofreciendo el mismo bien o servicio, sin embargo, la nuestra debe tener algo original que nos distingue. En consecuencia, la propuesta de valor está directamente relacionada con los productos, servicios beneficios y valor agregado que estamos dispuestos a ofrecer a nuestros clientes. La propuesta de valor planteado en el método Canvas está relacionada con la novedad, mejora del rendimiento, personalización, el trabajo realizado, el diseño, la marca, el precio, la reducción de los costes, la reducción de los riesgos, la accesibilidad a nuestros productos y servicios, la comodidad y utilidad que se puede ofrecer del bien o servicio.

Figura 5

Propuesta de valor.

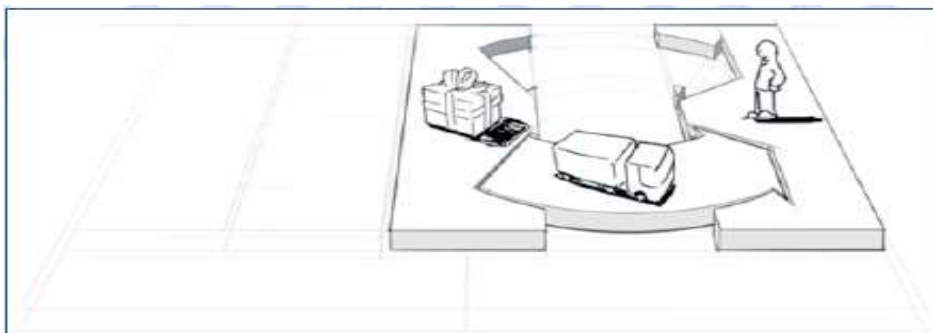


Nota: La figura representa propuesta de valor. Extraído de Osterwalder y Pigneur (2011)

- 3. Canales:** ¿Cuáles serán los medios a través del cual nos daremos a conocer a nuestros clientes? En este sentido podemos elegir los canales propios o de nuestros socios. Actualmente lo podemos hacer también a través de las redes sociales, que constituyen valiosos y efectivos medios para canalizar el bien o servicio que vamos a ofrecer.

Figura 6

Canales

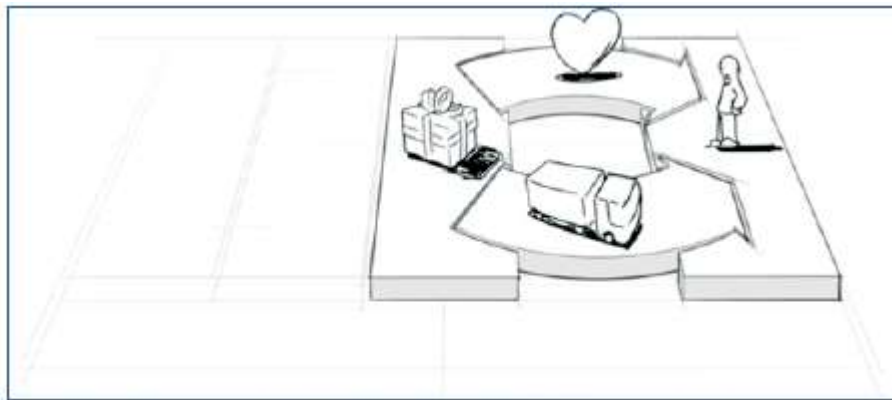


Nota: Osterwalder y Pigneur (2011) los canales a través de los cuales debemos darnos a conocer a nuestros clientes.

- 4. Relación efectiva con los clientes:** Es el tipo de vínculo que establecemos con nuestros clientes. Actualmente es este sector la que más desarrollo ha alcanzado, debido a la proliferación de las redes sociales. Sin embargo, es importante mencionar que, hay canales personales como las conversaciones presenciales o telefónicas. También encontramos la relación automatizada; la tercerización, relaciones individuales, colectivas. En resumen, este sector tiene mucho que ver con la fidelización del cliente y las buenas prácticas de comunicación que debe haber entre el productor y el consumidor.

Figura 7

Relación con los clientes.



Nota: La figura representa relación con los clientes. Extraído Osterwalder y Pigneur (2011) relación con los clientes.

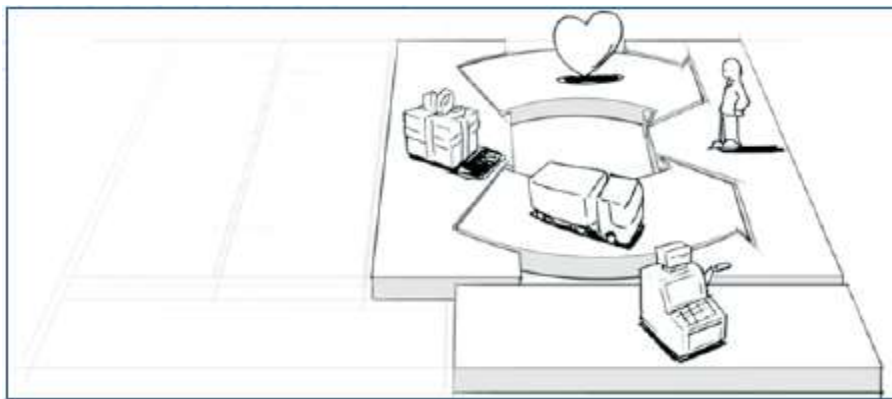
- 5. Fuentes de ingresos:** Sabemos que la principal fuente de ingreso de nuestra empresa son los productos o servicios que ofrecemos, en consecuencia, se debe tener muy en cuenta que el bien o servicio que ofrecemos es la principal fuente de ingreso que vamos a tener. Además, es el medio a través del cual

la empresa podrá recuperar la inversión realizada en publicidad, presentación, etc. en consecuencia, es importante tener en cuenta el precio que debemos cobrar por dicho bien o servicio, también tener en cuenta la disposición de pago de nuestros clientes por dicho bien o servicio y mecanismos que vamos a utilizar según las circunstancias.

Los ingresos obtenidos por la empresa en los diferentes segmentos del mercado, deben pensar no solo en el precio al que se debe vender el producto, sino también saber cuánto está dispuesto a pagar el cliente por el producto o servicio que ofreces y qué mecanismo utilizar según las circunstancias. Tenemos que ver también la forma de generarnos ingresos extras, con el mismo bien o servicio que ofrecemos. En este sentido, la estrategia Canvas propone generar otros ingresos mediante la venta de activos, cuotas por uso de nuestra marca, cuotas de suscripción, préstamos o alquileres, concesión de licencias, gastos de corretaje, publicidad, etc.

Figura 8

Fuentes de ingreso

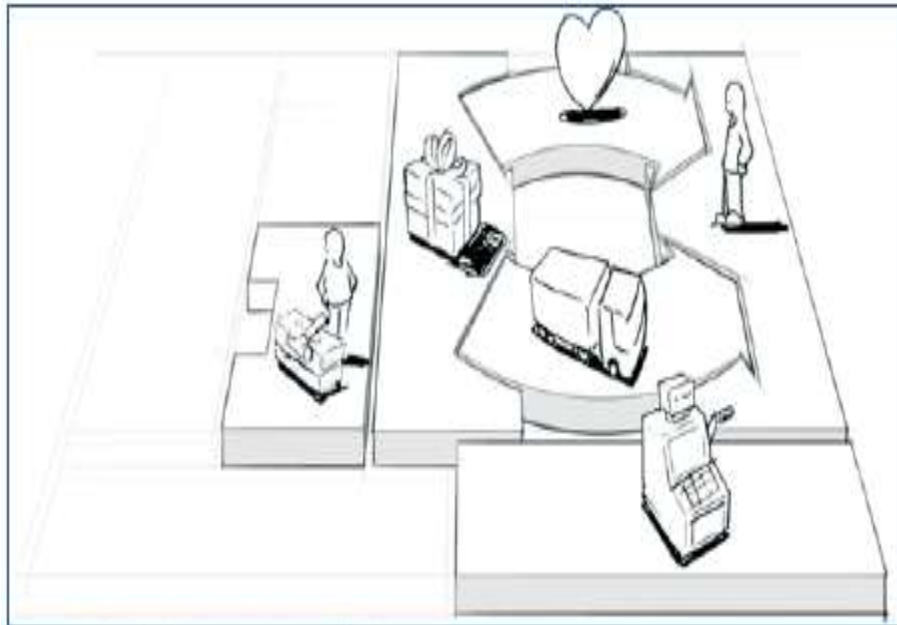


Nota: La figura representa fuentes de ingreso. Extraído de Osterwalder y Pigneur (2011).

6. Recursos clave: ¿Cómo nos diferenciaremos de los demás que ofrecen el mismo bien o servicio que ofrecemos? Este sector está directamente relacionado con la propuesta de valor del bien o servicio que ofreceremos. Estas pueden ser: físicos, intelectuales, humanos, economía, entre otros. Es aquel sector que constituye la marca de nuestra empresa.

Figura 9

Recursos clave

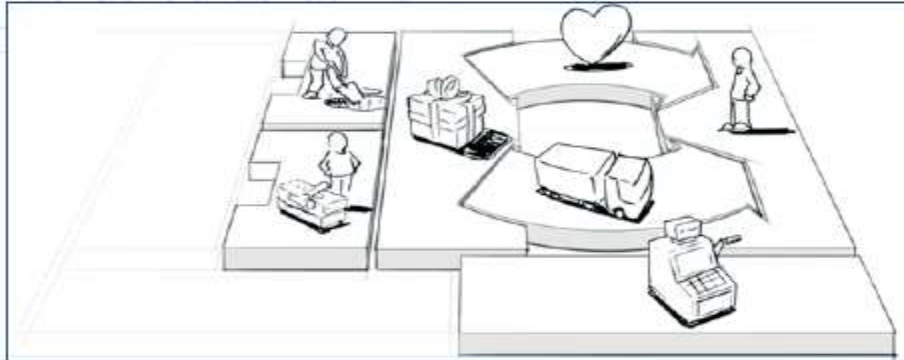


Nota: La figura representa recursos clave. Extraído de Osterwalder y Pigneur (2011)

7. Actividades clave: Son aquellas acciones y tareas que debe realizar la empresa para que el vehículo de la empresa entre en marcha. Entre las que destacamos los siguientes: producción, resolución de problemas, plataforma/Red, etc.

Figura 10:

Actividades clave.

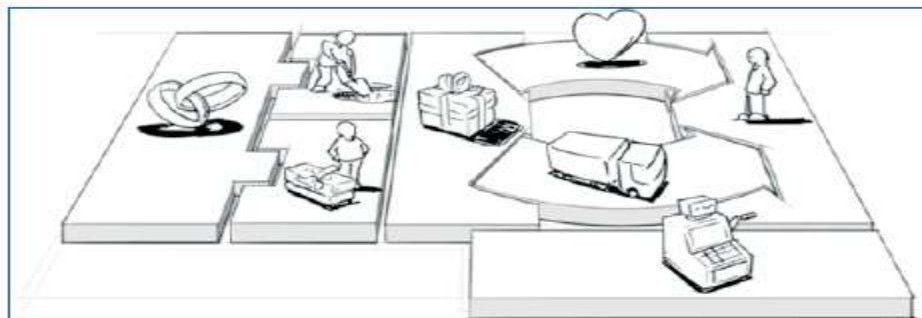


Nota: La figura representa actividades clave. Extraído de Osterwalder y Pigneur (2011)

8. Asociaciones clave: Los socios estratégicos son muy importantes para nuestra empresa. En consecuencia, el emprendedor debe tener en cuenta con qué tipo de persona natural o jurídica debe contar como aliados estratégicos que le permitan optimizar y dar a conocer el bien o servicio que se desea ofertar. Entre ellas tenemos los siguientes: Optimización y economías de escala; reducir el riesgo y la incertidumbre; compra de determinados recursos y actividades.

Figura 11

Asociaciones clave.

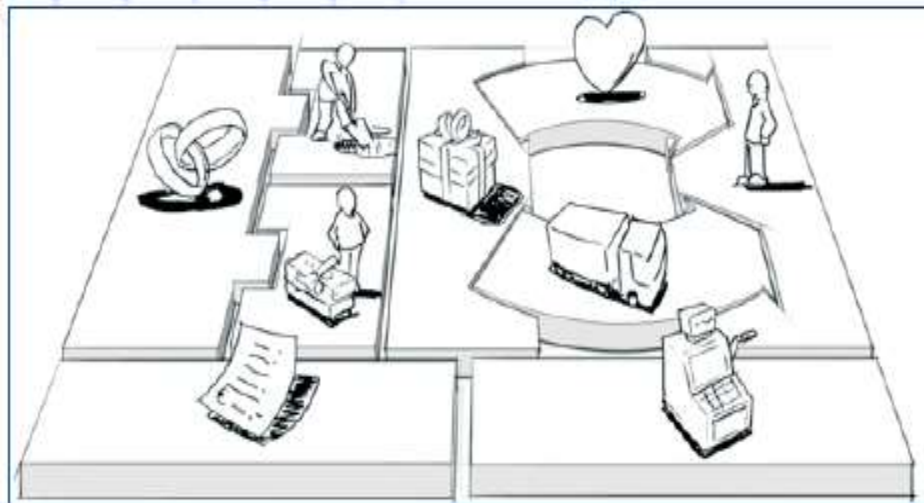


Nota: La figura representa asociaciones clave. Extraído de Osterwalder y Pigneur (2011)

9. Estructura de costos: Está directamente relacionada con la inversión que se va a realizar hasta poner a flote nuestra empresa. Materia prima, personal, establecimiento, publicidad, formalización, etc. elementos claves que debemos tener en cuenta para disponer del capital necesario para poner a funcionar el coche de nuestra empresa.

Figura 12

Estructura de costos



Nota: La figura representa estructura de costos. Extraído de Osterwalder y Pigneur (2011)

Modelo Timmons

Borja et al., (2020) menciona el modelo que para poder llevar a cabo un emprendimiento es necesario contar con al menos tres pilares: mercado, personas y recursos, para tener éxito en un mundo empresarial en el que combinan y

equilibran estos elementos. Un emprendedor debe buscar una oportunidad y cuando la encuentre, aprovecharla formando un equipo, reuniendo los recursos necesarios para crear un negocio que explote la oportunidad.

Modelo Isun

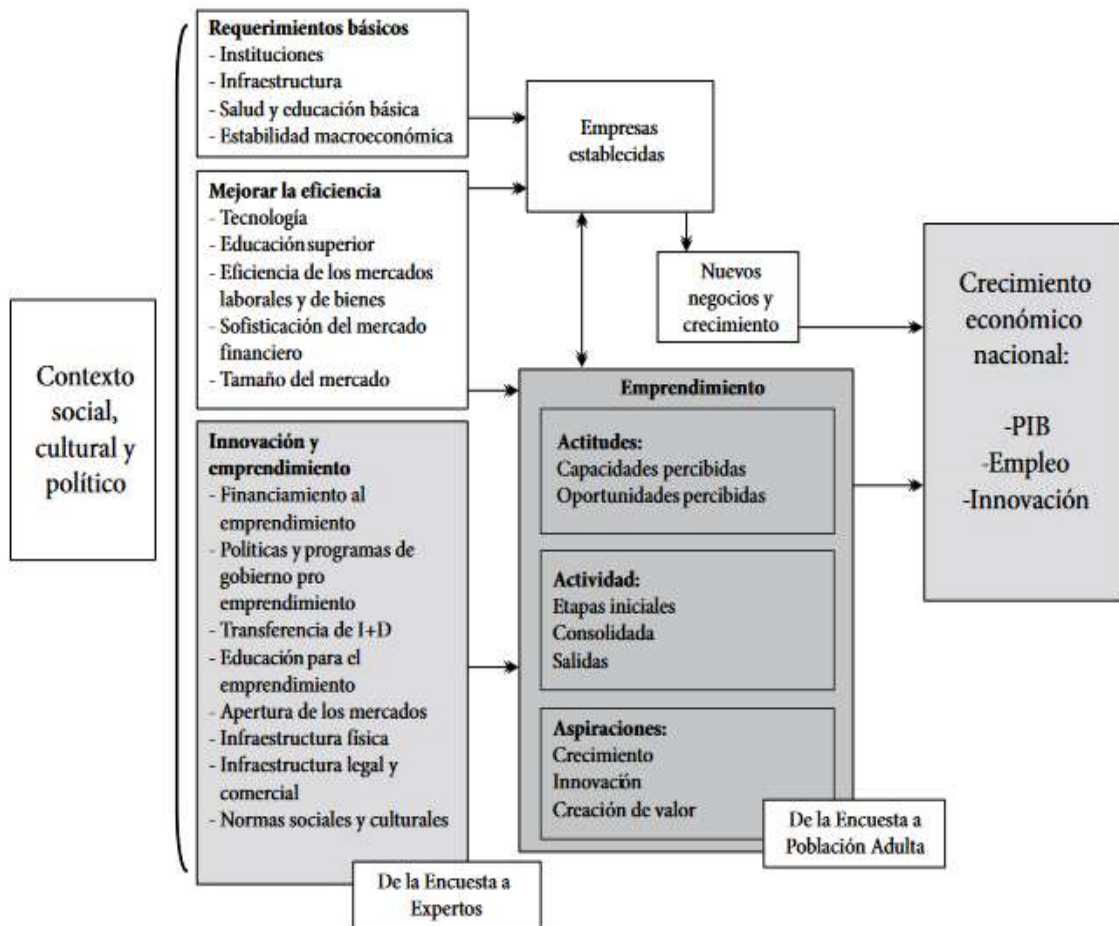
Borja et al., (2020) El programa está dirigido a personas que desean incursionar en los negocios de emprendimiento, que ya tienen una idea concreta. Este es un programa de capacitación que incluye trabajo de campo y apoyo posterior a la capacitación. Permite tener mayor visión para iniciar un negocio, crear un plan de negocios y evaluar la viabilidad económica del proyecto.

Modelo GEM

Borja et al., (2020) El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) proyecto de investigación se caracteriza por contar con información relevante a los nuevos emprendedores de relevancia nacional e internacional que analice las características del emprendimiento y sus diferentes etapas. Desde sus inicios, GEM ha buscado abordar los complejos vínculos entre el espíritu empresarial y el desarrollo. GEM adopta un enfoque holístico y considera el papel de las pequeñas y nuevas empresas y cómo se desarrolla este emprendimiento en el país, reconociendo diferentes tipos y etapas de emprendimiento.

Figura 13

El modelo y las definiciones GEM



Nota: la figura representa la función de la actividad emprendedora en la economía y pone especial énfasis en la relación entre emprendimiento y crecimiento económico Extraído de Kelley et al., 2011.

2.2.4 Capacidad emprendedora.

Según Ovalles et al., (2018), la capacidad emprendedora “es una estrategia social y de conocimiento para el desarrollo de habilidades que permiten en la población económicamente activa, realizar proyectos

empresariales para el autoempleo con un mayor grado de certidumbre y posibilidades de una mejor calidad de vida” (p.217)

En este sentido, la formación profesional debe estar enmarcada bajo este enfoque por competencias. En nuestro país, no se toma en cuenta este valor fundamental para el progreso de nuestra sociedad. Sabemos que los pequeños empresarios son aquellos que sostienen la economía nacional, pese a eso, gobierno tras gobierno han sido dejados a su suerte. Los pequeños empresarios son aquellos que ofrecen más oportunidades laborales a la población económicamente activa. A pesar de generar un empleo informal, permiten que muchos logren alcanzar un empleo.

Sandoval (2021), señala:

El emprendimiento se demuestra creando un plan completo de piezas innovadoras, y el esfuerzo que se emplea para lograrlo significa pasar de una idea a algo real en un tiempo determinado y con los recursos necesarios para lograrlo también cualidades como la imaginación y la creatividad, representa la perseverancia de no desistir de un proyecto cuando hay obstáculos, requiere habilidades y conocimientos de liderazgo para motivar y dirigir a las personas y la capacidad de tomar decisiones efectivas para sacar adelante a la empresa en el camino del éxito. (p.71)

La capacidad emprendedora en este sentido, es un conjunto de habilidades que poseen las personas para concretar las ideas en acciones. Está asociado a actitudes como: innovación, creatividad, asunción de

riesgos. También se saca a relucir la habilidad de planificación, gestión de proyectos y relaciones interpersonales.

Según Marulanda et. al (2014) “la capacidad emprendedora está motivado por factores internos y externos (motivación interna y externa), combina sus conocimientos, habilidades y destrezas para implementar una idea de negocio” (p.12)

La motivación intrínseca es uno de los factores descollantes para sacar a relucir nuestras capacidades emprendedoras y se manifiesta en circunstancias extremas, cuando el ser humano está atravesando momentos decisivos en su vida.

2.2.5 Dimensiones de la capacidad emprendedora.

Percepción de oportunidades.

Una de las cualidades de un emprendedor es la fácil identificación de oportunidades. Al mínimo atisbo, de una oportunidad, sabe ejecutarlo de manera eficiente. La percepción de oportunidades es una cualidad humana que consiste en estar atentos a cualquier situación que nos genere una opción de elegirlo bueno o malo de la circunstancia.

En palabras de Romero et al., (2017), “la define como la habilidad que tienen las personas para enfrentarse ante situaciones de adversidad” (p.1)

Podemos decir entonces, que la percepción de oportunidades, es una cualidad humana, que se antepone a cualquier situación adversa y que nos permite salir airosos frente a ella.

Para García & García (2008), “la oportunidad emprendedora o percepción de oportunidades viene a ser un negocio potencialmente factible que busca beneficios, que provee un nuevo producto/servicio al mercado, mejora un producto/servicio ya existente, o imita un producto/servicio rentable en un mercado no saturado” (p. 111)

En palabras sencillas la percepción de oportunidades es ampliar nuestra percepción de futuro y mejorar nuestra calidad de vida.

Motivaciones personales.

La automotivación es muy importante a la hora de generar nuestra propia empresa. Normalmente uno se está automotivado, cuando somos capaces de identificar una necesidad y la queremos satisfacer de manera inmediata.

Según López (2010), “la motivación es la palanca que mueve toda conducta, lo que nos permite provocar cambios tanto a nivel escolar como de la vida en general” (p.2)

Las motivaciones personales vienen a ser motivos que nos hacen actuar de una manera u otra, es importante cuando se trata de tomar decisiones inmediatas.

Habilidades para crear una empresa.

El crear una empresa, o generar un autoempleo, requiere de imaginación, creatividad y decisión. Son habilidades que vamos desarrollando en la medida que atravesamos situaciones riesgosas o imprevistas. Un buen

emprendedor le saca provecho a mínimo de oportunidad que le brinda la vida.

En palabras de Rodríguez & Moreno (2020), el crear una empresa implica, un ejercicio de generación de algunas ideas sobre lo que estimamos pudiera llegar a convertirse en negocio, nos brinda la oportunidad de “pensar en cosas que conocemos, que nos interesan o incluso que nos generan curiosidad”, es decir, aquello que efectivamente puede motivarnos. (p.13)

2.2.6 Marco conceptual

El emprendedor

Es una persona con ideas proactivas, con visión de futuro y que no le teme enfrentar los retos que la vida le ofrece. En la opinión de Alcaraz (2017) “el emprendedor es un “tomador de riesgos” que pondera los beneficios y asume los peligros que son inherentes a su consecución” (p.4).

Posee características peculiares en las diferentes dimensiones: motivacionales, personales, física, intelectuales y generales. En cada una de las dimensiones señaladas, existen conductas específicas que permiten diferenciar a los emprendedores de cualquier persona común y corriente.

Por ejemplo, en la dimensión motivacional existen diferentes tipos de necesidades tanto intrínsecas como extrínsecas que permiten a que los emprendedores asuman riesgos que los otros no están dispuestos a asumir: necesidad de logro, de reconocimiento, de desarrollo personal, de trascendencia, necesidad de poder, necesidad de independencia, etc. En la dimensión personal, se

pueden evidenciar características como capacidad de decisión, iniciativa personal, aceptación de riesgos, orientación hacia la oportunidad, etc. En la dimensión física podemos distinguir la energía de querer hacer las cosas, y ahinco. En la dimensión intelectual distinguimos características como: versatilidad, creatividad, flexibilidad, imaginación, búsqueda de la verdad e imaginación, etc.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor)

Para Neira et al. (2021) GEM

Es un observatorio internacional que con carácter anual analiza el fenómeno emprendedor, plasmando en informes de ámbito global, nacional, regional y local gracias al consorcio de equipos de investigación pertenecientes a los países que lo integran. Informa sobre temas monográficos tales como: emprendimiento y género, educación y formación emprendedora, emprendimiento rural, emprendimiento de alto potencial de crecimiento, financiación del emprendimiento, emprendimiento social, emprendimiento corporativo, emprendimiento senior, de las empresas familiares y otros.

Como se puede notar, este observatorio, está relacionado con la actividad emprendedora en todos los países del mundo. Brinda además asesoría para que muchos emprendedores logren sus metas propuestas. A lo largo de su permanencia ha realizado importantes estudios relacionados al emprendimiento en sus diferentes niveles y responsabilidades, por lo que es una compañía muy seria que aporta información útil para todos los ciudadanos que quieran realizar o iniciar su propia empresa.

Gestión empresarial

Para Condori (2017), la gestión empresarial:

Son los esfuerzos y acciones que buscan mejorar la productividad y la competitividad de las empresas o negocios. (...) busca garantizar que la oferta cubra a la demanda de las distintas actividades o productos de la empresa, generando procedimientos con costos más bajos y beneficien al consumidor, generando así el aumento constante de la productividad de la empresa. (p.7)

Una buena gestión empresarial, hará que el emprendedor alcance los nichos de mercado en donde podrá garantizar colocar sus productos o servicios.

2.3. Hipótesis.

2.3.1. Hipótesis general:

La propuesta pedagógica basado en el modelo negocio Canvas desarrolla positivamente las capacidades emprendedoras de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe Satipo 2021.

2.3.2. Hipótesis específica:

- Existe un nivel bajo de desarrollo de las capacidades emprendedoras en la prueba de pre test del grupo control y el grupo experimental de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe Satipo 2021.
- La propuesta pedagógica basada en el modelo negocio Canvas al aplicar al estudiante es positivamente.

- La diferencia entre los resultados de pre y post test del grupo experimental y control es significativa de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taípe - Satipo, 2021.
- El desarrollo de las capacidades emprendedoras es muy alto en el post test del grupo experimental de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taípe - Satipo, 2021.

2.4. Variables.

Variable independiente: Modelo negocio Canvas.

Es una herramienta nueva e innovadora cada vez más utilizada por los emprendedores porque puede plasmar en un lienzo la realidad que todo emprendedor necesita expresar formas innovadoras de hacer negocios, consiste en crear valor para construir nuevas empresas, mejorar su organización a través de la innovación en los diferentes modelos de negocio para sustituir los modelos obsoletos (Osterwalder y Pigneur, 2011).

Variable dependiente: Capacidades emprendedoras

Caldera et al., (2013), señalan que la capacidad emprendedora viene a ser el conjunto de habilidades y características que interactúan entre sí para crear comportamientos únicos. Cada persona tiene cualidades que le permiten desempeñarse de manera diferente o exitosa, esto significa que no todas las personas tienen éxito simplemente porque quieren serlo, es necesario tener cualidades que les permiten realizar una actividad con más éxito que otra.

III. Metodología

3.1 El tipo y el nivel de la investigación

El tipo de investigación fue una investigación cuantitativa.

Para Herber (2012), la investigación cuantitativa:

La investigación social cuantitativa está directamente basada en el paradigma explicativo. Este paradigma utiliza preferentemente información cuantitativa o cuantificable para describir o tratar de explicar los fenómenos que estudia, en las formas que es posible hacerlo en el nivel de estructuración lógica en el cual se encuentran las ciencias sociales actuales. (p.3)

El nivel de investigación que se desarrolló fue el explicativo.

Según Díaz, (2006), “aquí se explica cuáles son los factores que han dado lugar al problema social (variable de estudio), es decir, las causas condicionales y determinantes que caracterizan al problema social que se investiga” (p. 15)

3.2 Diseño de la investigación.

El diseño de la investigación, fue el cuasi-experimental, porque busca la manipulación deliberada, al menos, de la variable independiente (propuesta pedagógica modelo de negocio Canvas), para observar su efecto y relación sobre la variable dependiente (capacidades emprendedoras).

Según Howard & Shagún (2014),

Los diseños cuasiexperimentales identifican un grupo de comparación lo más parecido posible al grupo de tratamiento en cuanto a las características del estudio de base (previas a la intervención). El grupo de comparación

capta los resultados que se habrían obtenido si el programa o la política no se hubieran aplicado (es decir, el contrafáctico). Por consiguiente, se puede establecer si el programa o la política han causado alguna diferencia entre los resultados del grupo de tratamiento y los del grupo de comparación (p.1)

En este caso, se considerarán dos secciones, 01 y 02. Al inicio del semestre, a ambas secciones se les aplicó una pre-prueba, para verificar la equivalencia entre los grupos. Luego, en este diseño se establecieron dos grupos: uno experimental, (GE) al cual se le aplicó el modelo de negocio canvas, con el uso de herramientas tecnológicas para determinar las capacidades emprendedoras; y otro de control, (GC) que sirvió como punto de referencia para conocer las variaciones producidas como consecuencia de la estrategia aplicada.

Formalización:

GE 0₁ X 0₂

GC 0₁ - 0₂

Donde:

GE: Grupo de sujetos que serán expuestos a un tratamiento experimental.

0₁: Es la medición a través del pre test del modelo de negocio Canvas en los estudiantes de Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe, Satipo - 2021

X: Tratamiento experimental: Aplicación del modelo de negocio Canvas.

GC: Grupo de control, estudiantes que desarrollaron la medición del pre test y post tes sin intervención

O₂: Medición a través del post test del modelo Canvas en los estudiantes de Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taípe, Satipo -2021

3.3 Población y muestra.

Población.

Según Hernández (2014), la población “es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio” (p.174)

La población de estudio lo conformaron estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Teodoro Rivera Taípe de los cuatro programas de estudio.

Tabla 1

Distribución de la población de estudio.

PROGRAMA DE ESTUDIO	Semestre	TOTAL
Computación e Informática	II, IV, VI	95
Administración de Empresas	II, IV, VI	90
Enfermería Técnica	II, IV, VI	110
Producción Agropecuaria	II, IV, VI	100
TOTAL		395

Nota: Nómina oficial de matrícula, 2021.

Muestra

Según Hernández (2014) “la muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población” (p.174)

Para el presente estudio se eligió como muestra a 120 estudiantes de los programas de estudio Computación e Informática y Administración de Empresas del V y VI semestre, de la unidad didáctica Proyecto Empresarial.

Tabla 2

Distribución de la muestra de estudio

Semestre	Programa de estudio	Tipo de muestra	Nº
VI	Computación e informática	Grupo experimental	30
VI	Administración de Empresas	Grupo control	30
VI	Enfermería Técnica		30
VI	Producción agropecuaria		30
TOTAL			120

Nota: Nómina oficial de matrícula, 2021.

Técnica de muestreo: La técnica de muestro que se utilizó fue el no probabilístico, debido a que, se ha seleccionado la muestra de acuerdo al interés del investigador.

Criterio de inclusión:

- Estudiantes que asisten regularmente a clases presenciales y virtuales.
- Estudiantes que firmaron el consentimiento informado.

Criterio de exclusión:

- Estudiantes con más de una falta injustificada.
- Estudiantes que no firmaron el consentimiento informado.

3.4 Definición y operacionalización de variables e indicadores

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA INSTRUMENTO
Modelo de negocio Canvas	Consiste en crear valor para las empresas, clientes y la sociedad a través de la innovación en los diferentes modelos de negocio para sustituir los modelos obsoletos (Osterwalder y Pigneur, 2011).	La variable Generación de modelo de negocio tiene 6 dimensiones las cuales son: Segmentación, con 2 indicadores, propuesta de valor, con 2 indicadores, canales con 2 indicadores, relaciones con el cliente, con 2 indicadores, ingresos y costos con 4 indicadores, asociaciones, actividades y socios clave, con 8 indicadores.	Segmentación	Mercado de masas	Escala Licker Cuestionario
				Mercado de Nicho	
			Propuesta de valor	Personalización	
				Comodidad	
			Canales	Directo	
				Indirecto	
			Relaciones con clientes	Asistencia personal	
				Comunidades	
			Ingresos y costos	Venta de activo y/o Cuota por uso	
				Suscripción y Alquiler	
				Costo Fijo y Variable	
				Economía de escala	
			Actividades, Asociaciones y Recursos clave	Humanos	
				Físicos	
Económicos					
Producción					
Resolución de problemas					
Plataforma					
Optimización y economías de escala					
Reducción de riesgos e incertidumbres					

Capacidades emprendedoras	Se manifiesta mediante la concepción de un proyecto que contenga elementos innovadores y el grado en que se logra materializarlo (Gómez, 2008)	La variable capacidad emprendedora presenta 3 dimensiones: La percepción de oportunidades tiene 4 indicadores, Motivaciones personales tiene 4 indicadores, Habilidades para crear una empresa tiene 8 dimensiones.	Percepción de oportunidades	Percepción de oportunidades. Visión de futuro. Iniciativa propia. Relaciones sociales.
			Motivaciones personales	Automotivación. Oportunidad de riesgos. Competencias personales. Objetivos claros.
			Habilidades para crear una empresa	Creatividad. Pasión por trascender Confianza en sí mismo. Deseo de innovación. Planificador. Ética laboral. Competitividad. Disciplina

3.5 Técnicas e instrumentos

Técnicas

3.5.1. Técnicas

La técnica que se utilizó fue la encuesta.

Según Katz et al. (2019), la encuesta es “una técnica de producción de datos que, mediante la utilización de cuestionarios estandarizados, permite indagar sobre múltiples temas de los individuos o grupos estudiados: hechos, actitudes, creencias, opiniones, pautas de consumo, hábitos, prejuicios predominantes e intenciones de voto” (p.2)

Para la aplicación de la encuesta se requería la presencia insitu del encuestado. La encuesta se administró en dos momentos diferentes en el grupo control. Antes de iniciar el desarrollo de los módulos y al terminar el desarrollo de los módulos en ambos grupos.

Mientras que el grupo experimental se empleó antes de iniciar los módulos, durante el desarrollo de cada módulo se empleó la encuesta como afianzamiento de los conocimientos obtenidos.

3.5.2. Instrumento

Para el recojo de la información se utilizó el cuestionario.

Según Fernández (2007):

El cuestionario es un instrumento, una herramienta para recolectar datos con la finalidad de utilizarlos en una investigación. Un cuestionario nos puede ayudar a obtener la información necesaria

si nuestra investigación tiene como objetivo conocer la magnitud de un fenómeno social, su relación con otro fenómeno o cómo o por qué ocurre, especialmente en el caso de que sea necesario conocer la opinión de una gran cantidad de personas. (p.1)

El cuestionario utilizado consta de 28 ítems con respuestas politómicas de escala Likert dividido en tres dimensiones: Percepción de oportunidades (1,2,3,4,5,6,7); Motivaciones personales (8,9,10,11,12,13,14), habilidades para crear una empresa (15,16,17,18,19,20).

Ficha técnica del instrumento:

- a) **Nombre:** Cuestionario para medir el nivel de desarrollo de la capacidad emprendedora de estudiantes de nivel superior.
- b) **Objetivos:** Medir el nivel de desarrollo de la capacidad emprendedora de los estudiantes del instituto superior tecnológico Teodoro Rivera Taipe - Satipo, 2021.
- c) **Autor:** Puente (2020)
- d) **Adaptación:** Juan Carlos Ureta Medrano.
- e) **Administración:** El instrumento se administra de manera directa, el encuestado resuelve el cuestionario según los requerimientos.
- f) **Duración:** 5 minutos, incluyendo las instrucciones.
- g) **Sujetos de aplicación:** Estudiantes de nivel superior.
- h) **Técnica:** la encuesta.
- i) **Puntuación y escala de calificación:**

Puntuación numérica	ESCALA
1	Nunca
2	Casi nunca
3	A veces
4	Casi siempre
5	Siempre

Tabla 3.

Baremos para establecer el nivel de desarrollo de la capacidad emprendedora

Niveles	General	Dimensión 1	Dimensión 2	Dimensión 3
Muy alto	106 - 140	25 - 35	34 - 45	48 - 65
Alto	71 - 105	17 - 24	23 - 33	33 - 48
Moderado	36 - 70	9 - 16	12 - 22	17 - 32
Bajo	1 - 35	1 - 8	1 - 11	1 - 16

Nota: Elaboración propia

- j) Confiabilidad del instrumento.** Para probar la confiabilidad del instrumento, se sometió a la prueba de confiabilidad Alfa Cronbach, para lo cual se ha seleccionado a 12 estudiantes del III semestre de la especialidad de Computación e informática, cuyo resultado es el siguiente:

Tabla 4

Estadística de confiabilidad Alfa Cronbach.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.661	28

Nota: Base de datos de la prueba piloto.

Tabla 5.

Baremo para establecer el nivel de confiabilidad.

Baremo	Nivel de confiabilidad
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy Confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1.0	Confiabilidad perfecta

Nota: Herrera (1998), citado por (Marroquin, 2013, p. 5)

Decisión: Como podemos observar el puntaje arrojado de la prueba estadística es igual a 0,661, este resultado, al ser comparado en la tabla de propuesto por Herrera (1998) se encuentra en el rango (0,66 – 0,71) por lo tanto, el instrumento es muy confiable.

3.6 Plan de análisis.

El procedimiento fue el siguiente:

Se procedió a la selección de la población objetivo de la investigación.

Los datos se tabularon y procesaron para el análisis estadístico mediante el programa SPSS versión 25, y Libre Office Calc (hoja de cálculo) para elaborar tablas y gráficos estadísticos que representan los resultados de la investigación de manera objetiva. Por tanto, la información obtenida, a través del cuestionario haciendo uso de la escala de Likert se procesó por medio de técnicas estadísticas.

Para determinar si los datos estaban distribuidos de manera normal o anormal se utilizó la prueba estadística Shapiro Wilk, debido a que nuestra muestra de estudios era mayor a 50 sujetos.

En base a los datos procesados la evaluación de la significancia de los resultados de acuerdo con los planteamientos de la hipótesis, se empleó la prueba estadística no paramétrica de Wilcoxon debido a que los datos estaban distribuidos de manera asimétrica.

3.7 Matriz de consistencia.

Enunciado del problema	Objetivos	Hipótesis	Metodología
<p>Problema general: ¿Cómo influye la propuesta pedagógica basada en el modelo negocio Canvas en el desarrollo de las capacidades emprendedoras en estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe Satipo 2021?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cuál es el nivel de desarrollo de las capacidades emprendedoras en la prueba de pre test del grupo control y el grupo experimental de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe Satipo 2021?</p> <p>¿De qué manera la aplicación de la propuesta pedagógica basada en el modelo negocio Canvas mejora el desarrollo de capacidades emprendedoras de los estudiantes del grupo experimental del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe Satipo 2021?</p>	<p>Objetivo General: Demostrar que la propuesta pedagógica basado en el modelo negocio Canvas desarrolla la capacidad emprendedora de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe, Satipo 2021.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar el nivel de desarrollo de las capacidades emprendedoras mediante una prueba de pre test al grupo control y grupo experimental de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe Satipo 2021, en la prueba del pre test - Implementar módulos de aprendizaje sobre modelo de negocios Canvas para mejorar la capacidad emprendedora en el grupo experimental de estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe, Satipo 2021. 	<p>Hipótesis General: La propuesta pedagógica basado en el modelo negocio Canvas desarrolla positivamente las capacidades emprendedoras de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe Satipo 2021.</p> <p>Hipótesis Especifica Existe un nivel bajo de desarrollo de las capacidades emprendedoras en la prueba de pre test del grupo control y el grupo experimental de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe Satipo 2021.</p> <p>La propuesta pedagógica basada en el modelo negocio Canvas al aplicar al estudiante es positivamente.</p> <p>La diferencia entre los resultados de pre y post test del grupo experimental y control es significativa de los estudiantes</p>	<p>Tipo: Cuantitativo.</p> <p>Nivel: Explicativo</p> <p>Diseño: Cuasi experimental con pre y post prueba en dos muestras independientes (control y experimental)</p> <p>Muestra: 60 estudiantes de la unidad didáctica proyecto empresarial del Instituto Tecnológico Público Teodoro Rivera Taipe Satipo, 2021.</p> <p>Técnica de muestreo: No probabilístico criterial.</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Plan de Análisis: Libre Office Calc (hoja de cálculo) Programa SPSS versión 25.</p>

<p>¿Cuál será la diferencia entre los resultados de pre y post test del grupo experimental y control en el desarrollo de las capacidades emprendedoras de los estudiantes del instituto superior tecnológico Teodoro Rivera Taipe - Satipo, 2021?</p> <p>¿Cuál es el nivel de desarrollo de las capacidades emprendedoras en el post test del grupo control y experimental de los estudiantes del instituto superior tecnológico Teodoro Rivera Taipe - Satipo, 2021?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comparar los resultados de las pruebas de pre y post test en los grupos control y experimental sobre el desarrollo de las capacidades emprendedoras de los estudiantes del instituto superior tecnológico Teodoro Rivera Taipe - Satipo, 2021. - Evaluar si la propuesta pedagógica basada en el modelo negocio Canvas surte efectos positivos en la capacidad emprendedora de los estudiantes del grupo experimental y grupo control del instituto superior tecnológico Teodoro Rivera Taipe - Satipo, 2021. 	<p>del instituto superior tecnológico Teodoro Rivera Taipe - Satipo, 2021.</p> <p>El desarrollo de la capacidad emprendedora es muy alto en el post test del grupo experimental de los estudiantes del instituto superior tecnológico Teodoro Rivera Taipe - Satipo, 2021.</p>	
---	--	--	--

3.8 Principios éticos.

La presente investigación no constituye plagio ni copia de trabajos de investigación, dado que cada una de las teorías a desarrollar están referenciadas bajo el formato de las normas APA 7ma edición. Durante su desarrollo, se tomó en cuenta el consentimiento previo de los directivos y estudiantes del instituto para aplicar el instrumento: Prueba objetiva y desarrollar la propuesta de modelo de negocio Canvas. Así mismo se enfocó en el cumplimiento de principios éticos del Código de Ética para la investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote Uladech (2021)

Protección a las personas. En todo momento se respetó la integridad de los sujetos se solicitó su libre decisión mediante el consentimiento informado.

Libre participación y derecho a estar informado, los participantes se les mantuvo constantemente informados sobre los propósitos y fines de la investigación que desarrolló.

Beneficencia no maleficencia. Siempre se actuó de buena fe. Los objetivos propuestos se sujetaron a lograr propósitos que benefician a las personas, para mejorar sus condiciones profesionales y de trabajo.

Justicia. En la investigación se practicó la imparcialidad y la equidad.

IV. Resultados

4.1. Resultados

Los resultados se han realizado en base a los objetivos propuestos.

4.1.1 Identificar el nivel de desarrollo de las capacidades emprendedoras mediante una prueba de pre test de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe, Satipo – 2021.

Tabla 6

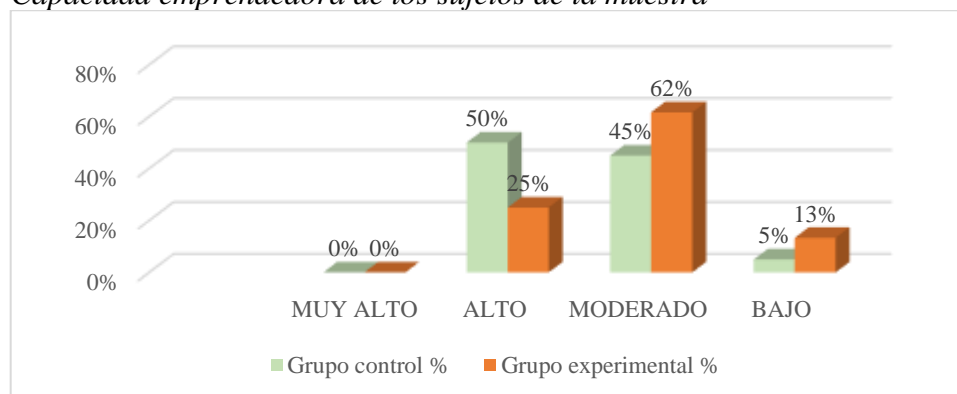
Resultados pre test en los grupos control y experimental.

CAPACIDAD EMPRENDEDORA	GRUPO CONTROL		GRUPO EXPERIMENTAL	
	fi	%	fi	%
MUY ALTO	0	0%	0	0%
ALTO	30	50%	15	25%
MODERADO	27	45%	37	62%
BAJO	3	5%	8	13%
TOTAL	60	100%	60	100%

Nota: Base de datos pretest del grupo control y experimental.

Figura 14

Capacidad emprendedora de los sujetos de la muestra



Nota: Tabla 6, Resultados pre test en los grupos control y experimental

En la tabla y gráfico se observan los resultados del pre test del nivel de desarrollo de las capacidades emprendedoras de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taípe, Satipo – 2021. Se evidencia claramente que, en el grupo control el 5% alcanzaron el nivel bajo y en el grupo experimental el 13%. El 45% de los sujetos de la muestra del grupo control alcanzaron el nivel de moderado, mientras que en el grupo experimental el 62% alcanzaron este nivel. El 50% del grupo control alcanzaron el nivel alto. Mientras que en el grupo experimental sólo alcanzaron el 25%. Este resultado muestra claramente que los estudiantes no tienen una visión empresarial muy clara, la mayoría alcanzaron el nivel moderado. Lo ideal es que la formación profesional en nuestra región dadas las circunstancias de falta de empleo digno, carencia de puestos de trabajo y subsecuentes colaterales se formen profesionales con visión empresarial.

4.1.2 Implementar módulos de aprendizaje sobre modelo de negocios Canvas para mejorar la capacidad emprendedora en el grupo experimental de estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe, Satipo 2021.

Tabla 7

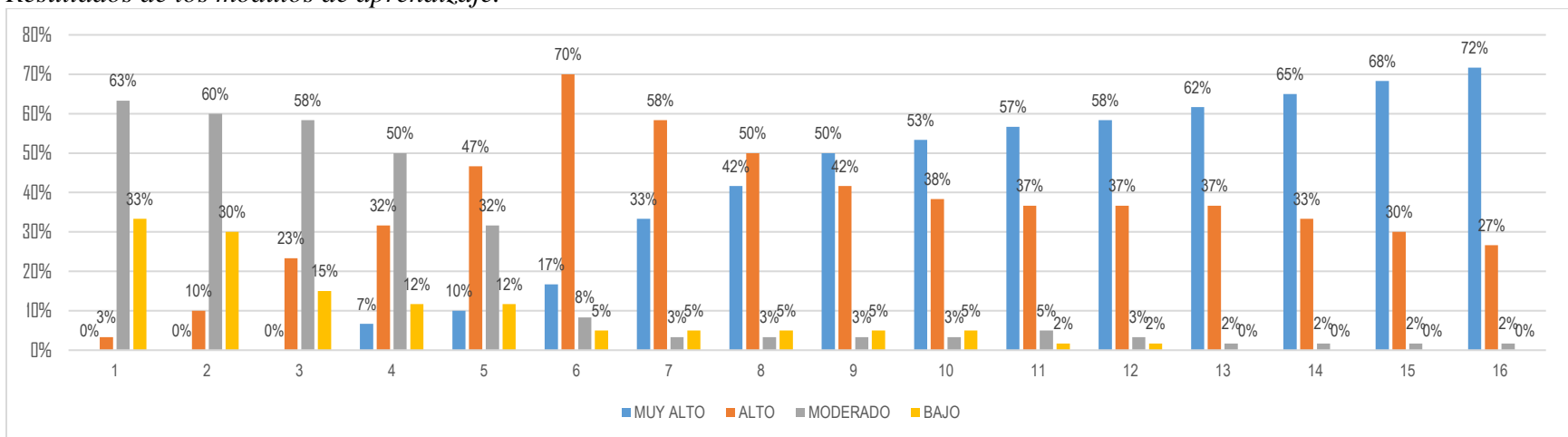
Resultados de los módulos de aprendizaje aplicado a los sujetos del grupo experimental

ESCALA	f1	sesión 1 %	f1	Sesión 2 %	f1	sesión 3 %	f1	Sesión 4 %	f1	Sesión 5 %	f1	Sesión 6 %	f1	Sesión 7 %	f1	Sesión 8 %	f1	Sesión 9 %	f1	Sesión 10 %	f1	Sesión 11 %	f1	Sesión 12 %	f1	Sesión 13 %	f1	Sesión 14 %	f1	Sesión 15 %	f1	Sesión 16 %
MUY ALTO	0	0%	0	0%	2	0%	4	7%	6	10%	10	17%	20	33%	25	42%	30	50%	32	53%	34	57%	35	58%	37	62%	39	65%	41	68%	43	72%
ALTO	2	3%	6	10%	14	23%	19	32%	28	47%	42	70%	35	58%	30	50%	25	42%	23	38%	22	37%	22	37%	22	37%	20	33%	18	30%	16	27%
MODERADO	38	63%	36	60%	35	58%	30	50%	19	32%	5	8%	2	3%	2	3%	2	3%	2	3%	3	5%	2	3%	1	2%	1	2%	1	2%	1	2%
BAJO	20	33%	18	30%	9	15%	7	12%	7	12%	3	5%	3	5%	3	5%	3	5%	3	5%	1	2%	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	60	100%	60	100%	60	97%	60	100%	60	100%	60	100%	60	100%	60	100%	60	100%	60	100%	60	100%	60	100%	60	100%	60	100%	60	100%	60	100%

Nota: Base de datos de los 9 módulos aplicados a los sujetos del grupo experimental

Figura 15

Resultados de los módulos de aprendizaje.



Nota: Tabla 7

En la tabla y gráfico, se observa los resultados de los 16 módulos de aprendizaje aplicado a los sujetos del grupo experimental, en ella se evidencia el incremento progresivo de los niveles de capacidad emprendedora. En la sesión 1, 33% de los sujetos de la muestra alcanzaron el nivel bajo; 63% el nivel moderado y sólo 3% el nivel alto. En la sesión 2, 30% alcanzaron el nivel bajo; 60% el nivel moderado y el 10% el nivel alto. En la sesión 3, 15% alcanzaron el nivel bajo; 58% el nivel moderado y 23% el nivel alto. En la sesión 4, 12% alcanzaron el nivel bajo, 50% el nivel moderado, 32% el nivel alto y 7% alcanzaron el nivel muy alto. En la sesión 5, 12% alcanzaron el nivel bajo, 32% el nivel moderado, el 47% el nivel alto y el 10% el nivel muy alto. En la sesión 6, 5% alcanzaron el nivel bajo, 8% el nivel moderado, el 70% el nivel alto y el 17% el nivel muy alto. En la sesión 7, 5% alcanzaron el nivel bajo 3% el nivel moderado, 58% el nivel alto y el 33% el nivel muy alto. En la sesión 8, 5% alcanzaron el nivel bajo 3% el nivel moderado, 50% el nivel alto y 42% el nivel muy alto. En la sesión 9, 5% alcanzaron el nivel bajo 3% el nivel moderado, 42% el nivel alto y el 50% el nivel muy alto. En la sesión 10, 5% permanecieron en el nivel bajo; 3% en el nivel moderado; 38% en el nivel alto; 53% en el nivel muy alto. En la sesión 11, 2% permanecieron en el nivel bajo; 5% ascendieron al nivel moderado; 37% en el nivel alto y 57% en el nivel muy alto. En la sesión 12, 2% permanecieron en el nivel bajo; 3% ascendieron al nivel moderado; 37% en el nivel alto y 58% ascendieron al nivel muy alto. En la sesión 13, 2% de los sujetos de la muestra permaneció en el nivel moderado; 37% ascendieron al nivel alto; 62% lograron el nivel muy alto de actitud emprendedora. En la sesión 14, 2% de los sujetos de la muestra permaneció en el nivel moderado; 33% ascendieron al nivel alto; 65% lograron el nivel muy alto de actitud emprendedora. En la sesión 15, 2% de los sujetos de la muestra

permaneció en el nivel moderado; 30% ascendieron al nivel alto; 68% lograron el nivel muy alto de actitud emprendedora. En la sesión 16, 2% de los sujetos de la muestra permaneció en el nivel moderado; 27% ascendieron al nivel alto; 72% lograron el nivel muy alto de actitud emprendedora. Estos resultados evidencian el desarrollo sostenido de las capacidades emprendedoras de los estudiantes. Se evidencia además un cambio de esquema mental, que va evolucionando de un pensamiento dependiente a un pensamiento libre y creativo.

4.1.3 Comparar los resultados de las pruebas de pre y post test en los grupos control y experimental sobre el desarrollo de las capacidades emprendedoras de los estudiantes del instituto superior tecnológico Teodoro Rivera Taipe - Satipo, 2021.

Tabla 8

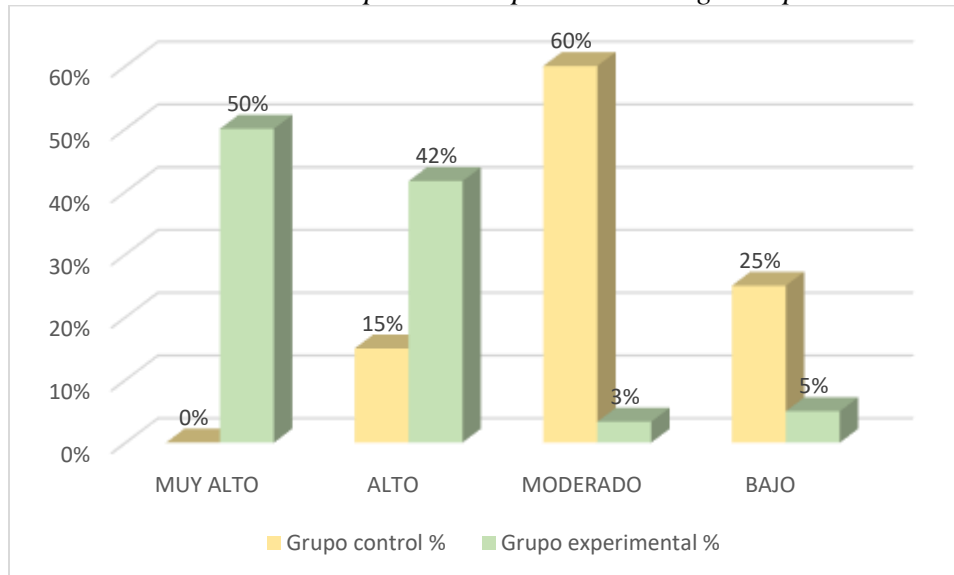
Nivel de desarrollo de capacidad emprendedora según el post test en los grupos control y experimental.

ESCALA	GRUPO CONTROL		GRUPO EXPERIMENTAL	
	fi	Grupo control %	fi	Grupo experimental %
MUY ALTO	0	0%	30	50%
ALTO	9	15%	25	42%
MODERADO	36	60%	2	3%
BAJO	15	25%	3	5%
TOTAL	60	100%	60	100%

Nota: Base de datos post test

Figura 16

Nivel de desarrollo de la capacidad emprendedora según el post test



Nota: Tabla 6

En la tabla y gráfico, se observa los resultados del post test a los grupos control y experimental sobre el desarrollo de la capacidad emprendedora. En el grupo control se evidencia que el 25% alcanzaron el nivel bajo, el 60% moderado y el 15% lograron el nivel alto. Mientras que en el grupo experimental el 5% alcanzaron el nivel bajo, el 3% el nivel moderado, el 42% el nivel alto y el 50% el nivel muy alto. Este resultado, evidencia de manera contundente que los módulos de negocio Canvas, ha dado resultados positivos en el desarrollo de la capacidad emprendedora de los estudiantes.

4.1.4 Evaluar si la propuesta pedagógica basada en el modelo Canvas surte efectos positivos en la capacidad emprendedora de los estudiantes del grupo experimental y grupo control del instituto superior tecnológico Teodoro Rivera Taipe - Satipo, 2021.

Ritual de la prueba de normalidad:

1. Hipótesis

H₀: Los datos recolectados mediante el instrumento “cuestionario para medir el nivel de desarrollo de las capacidades emprendedoras de estudiantes del instituto superior tecnológico” tienen una distribución normal.

H₁: Los datos recolectados mediante el instrumento “cuestionario para medir el nivel de desarrollo de las capacidades emprendedoras de estudiantes del instituto superior tecnológico” no tienen una distribución normal.

2. Nivel de significancia:

Al 95%

Significancia alfa $\alpha = 5\% = 0,05$

3. Prueba estadística a emplear:

Emplearemos la prueba de Kolmogorov – Smirnov

Tabla 9

Prueba de normalidad Kolmogorov – Smirnov.

		Promedio de resultados de los grupos control y experimental
N		
Parámetros normales ^{a,b}	Media	60
	Desv. Desviación	14,13
	Absoluto	3,382
Máximas diferencias extremas	Positivo	,115
	Negativo	,115
Estadístico de prueba		-,068
Sig. asintótica(bilateral)		,115
		,049^c

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Nota: Kolmogorov – Smirnov – SPSS-25v.

4. Criterio de decisión.

Si $p < 0,05$, rechazamos la H_0 y aceptamos la H_1

Si $p > a 0,05$ aceptamos a H_0 y rechazamos la H_1

5. Decisión y conclusión.

Como $p = 0,049 < 0,05$, entonces rechazamos la H_0 y aceptamos la H_1 que señalaba: Los datos recolectados mediante el instrumento “cuestionario para medir el nivel de desarrollo de las capacidades emprendedoras de estudiantes del instituto superior tecnológico” no tienen una distribución normal. Por lo tanto, utilizaremos estadística no paramétrica.

Prueba de hipótesis:

Ritual de la significancia estadística para la hipótesis específica.

Hipótesis del investigador:

La propuesta pedagógica basada en el modelo Canvas surte efectos positivos en la capacidad emprendedora de los estudiantes del grupo experimental de los estudiantes del instituto superior tecnológico Teodoro Rivera Taipe - Satipo, 2021.

Contrastación de hipótesis específica:

1. Hipótesis de trabajo.

H_0 : No existen diferencias significativas en los promedios antes y después de la aplicación de la propuesta pedagógica basada en el modelo de negocios Canvas en el grupo experimental.

H_1 : Existen diferencias significativas en los promedios antes y después de la aplicación de la propuesta pedagógica basada en el modelo de negocios Canvas en el grupo experimental.

2. Nivel de significancia:

Al 95%

Significancia alfa $\alpha = 5\% = 0,05$

3. Prueba estadística a emplear:

Utilizaremos una prueba no paramétrica para muestras relacionadas.

Tabla 10

Prueba de rangos con signo de Wilcoxon para el objetivo general

Estadísticos de prueba ^a	
	Post test grupo experimental - Post test grupo control
Z	-6,744 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,000

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon
b. Se basa en rangos negativos.

Nota: Wilcoxon en SPSS-25v

4. Criterio de decisión.

Si $p < 0,05$, rechazamos la H_0 y aceptamos la H_1

Si $p > = 0,05$ aceptamos a H_0 y rechazamos la H_1

Valor de $P = ,000$

Con una probabilidad de error del 0,000% existen diferencias significativas en los promedios de los grupos control y experimental de la aplicación de la propuesta pedagógica basada en el modelo de negocios Canvas.

5. Decisión y conclusión.

La propuesta pedagógica basada en el modelo de negocios Canvas influye de manera positiva en las capacidades emprendedoras de los estudiantes del grupo experimental del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe 2021.

4.1.5 Demostrar que la propuesta pedagógica basado en el modelo de negocios Canvas desarrolla la capacidad emprendedora de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taípe, Satipo 2021.

Prueba de normalidad.

1. Hipótesis.

H₀: Los datos recolectados mediante el instrumento “cuestionario para medir el nivel de emprendimiento” tienen una distribución normal.

H₁: Los datos recolectados mediante el instrumento “cuestionario para medir el nivel de emprendimiento” no tienen una distribución normal.

2. Nivel de significancia:

Al 95%

Significancia alfa $\alpha = 5\% = 0,05$

3. Prueba estadística a emplear:

Emplearemos la prueba de Kolmogorov – Smirnov

Tabla 11

Prueba de normalidad Kolmogorov – Smirnov.

	Estadístico	gl	Sig.
Postest grupo control	,085	60	,200*
postest grupo experimental	,078	60	,200*

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota: Kolmogorov – Smirnov – SPSS-25v.

Figura 17
Post test grupo control

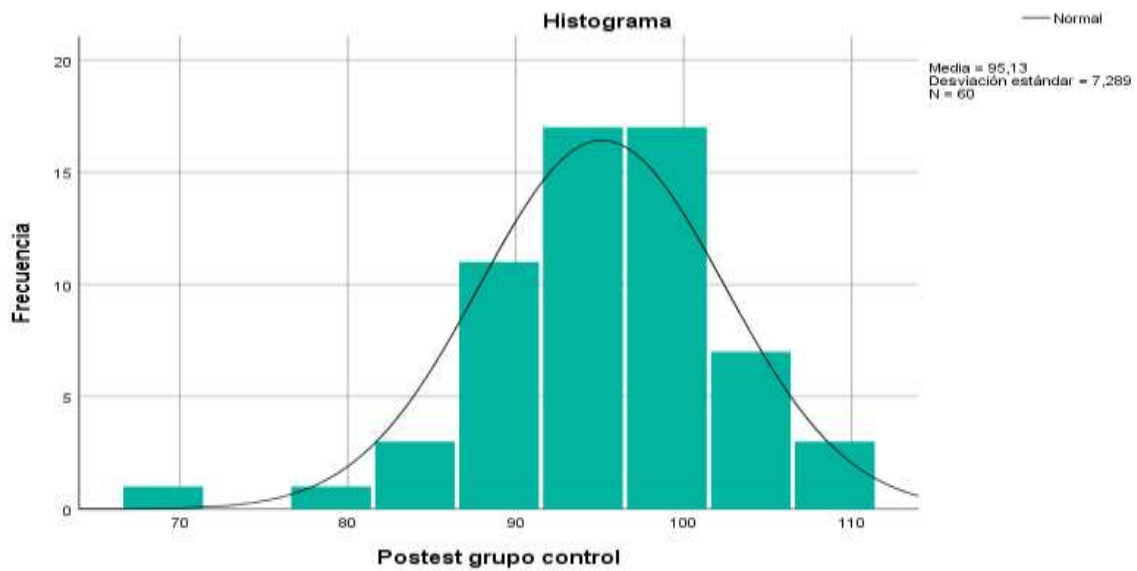
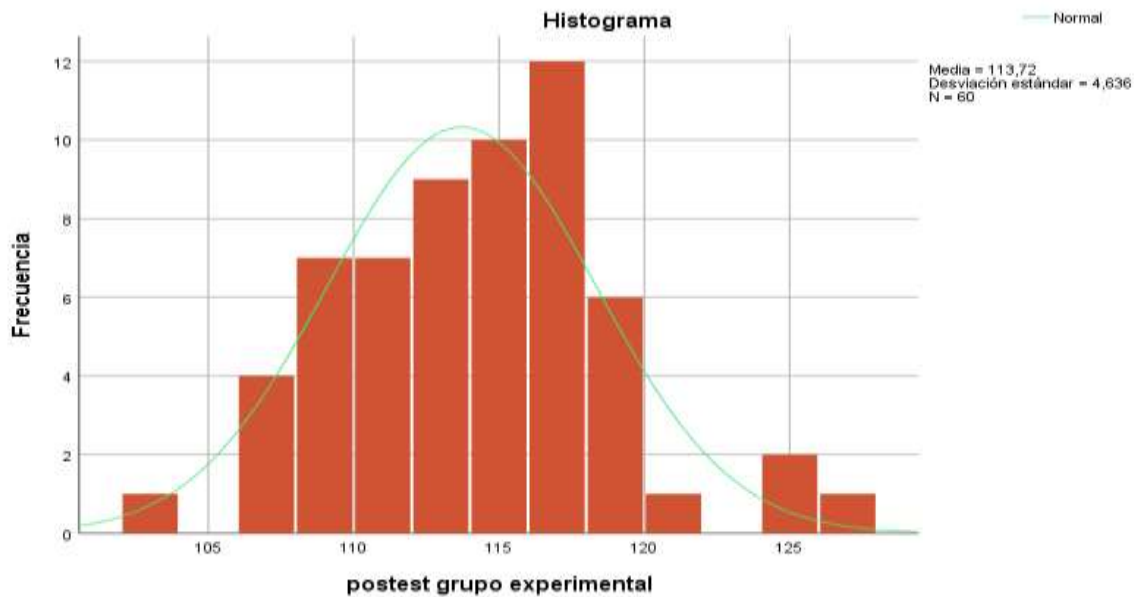


Figura 18
Post test grupo experimental



4. Criterio de decisión.

Si $p < 0,05$, rechazamos la H_0 y aceptamos la H_1

Si $p > 0,05$ aceptamos a H_0 y rechazamos la H_1

5. Decisión y conclusión.

Como $p = ,200 > 0,05$, entonces aceptamos la H_0 y rechazamos la H_1 que señalaba: Los datos recolectados mediante el instrumento “cuestionario para medir el nivel de desarrollo de las capacidades emprendedoras de estudiantes de nivel superior” tienen una distribución normal. Por lo tanto, utilizaremos estadística paramétrica.

Prueba de hipótesis general:

Ritual de la significancia estadística para la hipótesis general.

Hipótesis del investigador:

La propuesta pedagógica basado en el modelo de negocio Canvas desarrolla positivamente las capacidades emprendedoras de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe Satipo 2021.

1. Hipótesis de trabajo.

H_0 : No existen diferencias significativas en los promedios antes y después de la aplicación de la propuesta pedagógica basada en el modelo de negocios Canvas en el grupo control y experimental.

H_1 : Existen diferencias significativas en los promedios antes y después de la aplicación de la propuesta pedagógica basada en el modelo de negocios Canvas en el grupo control y experimental.

2. Nivel de significancia:

Al 95%

Significancia alfa $\alpha = 5\% = 0,05$

3. Prueba estadística a emplear:

Utilizaremos una prueba paramétrica para muestras relacionadas.

Tabla 12*Prueba t de Student para muestras relacionadas.*

		Prueba de muestras emparejadas								
		Diferencias emparejadas								
				95% de intervalo de						
				confianza de la						
				diferencia					Sig.	
		Desv.	Desv.	Error	Inferior	Superior	t	gl	(bilateral)	
Par	Media	Desviación	promedio							
1	Postest grupo control - postest grupo experimental	-	9,289	1,199	-20,983	-16,184	-	59	,000	
		18,583					15,497			

Nota: Prueba t de Student en SPSS-25v

4. Criterio de decisión.Si $p < 0,05$, rechazamos la H_0 y aceptamos la H_1 Si $p > = a 0,05$ aceptamos a H_0 y rechazamos la H_1 Valor de $P = ,000$

Con una probabilidad de error del 0,000% existen diferencias significativas en los promedios de los grupos control y experimental de la aplicación de la propuesta pedagógica basada en el modelo de negocios Canvas.

5. Decisión y conclusión.

La propuesta pedagógica basada en el modelo de negocios Canvas influye de manera positiva en las capacidades emprendedoras de los estudiantes del grupo experimental del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe 2021.

4.2. Análisis de resultados.

Para el objetivo: Identificar el nivel de desarrollo de las capacidades emprendedoras mediante una prueba de pre test al grupo control y grupo experimental de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe Satipo 2021, en la prueba del pre test. Se evidencia claramente que, en el grupo control el 5% alcanzaron el nivel bajo y en el grupo experimental el 13%. El 45% de los sujetos de la muestra del grupo control alcanzaron el nivel de moderado, mientras que en el grupo experimental el 62% alcanzaron este nivel. El 50% del grupo control alcanzaron el nivel alto, mientras que en el grupo experimental sólo alcanzaron el 25%. Este resultado muestra claramente que los estudiantes no tienen una visión empresarial muy clara, la mayoría alcanzaron el nivel moderado. Lo ideal es que la formación profesional en nuestra región dadas las circunstancias de falta de empleo digno, carencia de puestos de trabajo y subsecuentes colaterales se formen profesionales con visión empresarial. Este resultado podemos compararlo con los encontrados por Cruz (2018), quien señaló: Los sujetos han logrado calificaciones bastante negativas en la prueba de entrada 60% en inicio y 40% en proceso de capacidad emprendedora.

En la opinión de Expertemprende (2015), El emprendimiento viene determinado por una serie de valores y capacidades que pueden enseñarse y aprenderse dentro del entorno educativo como la creatividad, la innovación, el liderazgo, la autonomía personal, la cooperación y el trabajo en equipo o la responsabilidad social.

En consecuencia, era pertinente desarrollar una propuesta pedagógica basada en el modelo de negocios Canvas para desarrollar las capacidades emprendedoras de los estudiantes, ya que el plan de estudios del instituto no contempla estos temas de vanguardia lo que repercute en que los

estudiantes sólo están preparados para buscar un empleo, mas no para generar su propio empleo y dar empleo a los demás.

Implementar módulos de aprendizaje sobre modelo de negocios Canvas para mejorar la capacidad emprendedora en el grupo experimental de estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taípe, Satipo 2021. En el módulo 1, 33% de los sujetos de la muestra alcanzaron el nivel bajo; 63% el nivel promedio y sólo 3% el nivel alto. En el módulo 2, 30% alcanzaron el nivel bajo; 60% el nivel moderado y el 10% el nivel alto. En el módulo 3, 15% alcanzaron el nivel bajo; 58% el nivel moderado y 23% el nivel alto. En el módulo 4, 12% alcanzaron el nivel bajo, 50% el nivel moderado, 32% el nivel alto y 7 estudiantes alcanzaron el nivel muy alto. En el módulo 5, 12% alcanzaron el nivel bajo, 32% el nivel moderado, el 47% el nivel alto y el 10% el nivel muy alto. En el módulo 6, 5% alcanzaron el nivel bajo, 8% el nivel moderado, el 70% el nivel alto y el 17% el nivel muy alto. En el módulo 7, 5% alcanzaron el nivel bajo 3% el nivel moderado, 58% el nivel alto y el 33% el nivel muy alto. En el módulo 8, 5% alcanzaron el nivel bajo 3% el nivel moderado, 50% el nivel alto y 42% el nivel muy alto. En el módulo 9, 5% alcanzaron el nivel bajo 3% el nivel moderado, 42% el nivel alto y el 50% el nivel muy alto. Estos resultados evidencian el desarrollo sostenido de las capacidades emprendedoras de los estudiantes. Se evidencia además un cambio de esquema mental, que va evolucionando de un pensamiento dependiente a un pensamiento libre y creativo. Resultado similar se han encontrado en la tesis de Ureta (2021), donde señala que, la enseñanza del modelo Canvas, incrementa de manera progresiva y sostenida la capacidad emprendedora de los sujetos de la muestra, notándose que los resultados tienen una variación cuantitativa y cualitativa, en la medida que se van implementando los talleres.

Según Casson (1982) Identificar y elegir las oportunidades adecuadas para iniciar un nuevo emprendimiento es la habilidad más importante de un emprendedor exitoso. De esta forma, la explicación del descubrimiento y su desarrollo es parte integral del proceso empresarial.

Para el objetivo: Evaluar si la propuesta pedagógica basada en el modelo Canvas surte efectos positivos en la capacidad emprendedora de los estudiantes del grupo experimental del instituto superior tecnológico Teodoro Rivera Taipe - Satipo, 2021. Los resultados de la estadística inferencial han demostrado que sí existe influencia positiva de la propuesta pedagógica basado en el modelo de negocios Canvas en la capacidad de emprendimiento en su dimensión motivaciones personales de los estudiantes; la prueba estadística Rangos de Wilcoxon arrojó una significancia asintótica (bilateral) de $= 000$, esta cifra a la vez es menor que Alpha (0,05), en consecuencia se afirma que, la propuesta pedagógica basada en el modelo de negocios Canvas surte efectos positivos en la capacidad emprendedora de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe 2021.

Este resultado es comparable con los resultados hallados por Quispe (2020), en su tesis: La motivación y capacidad emprendedora en los estudiantes de administración de la Uladech, 2019. Que demostró que, existe correlación significativa entre las dimensiones de la variable motivación emprendedora y la variable capacidad emprendedora, puesto que el valor p fue menor a 0.01.

Es innegable que una propuesta pedagógica no pueda tener resultados positivos, es interesante diseñar propuestas que ayuden a nuestros egresados a generar un espíritu emprendedor y visionario. Estamos acostumbrados a formar profesionales con altos índices de dependencia profesional, muy pocos estudiantes egresan de los institutos superiores con esa visión de emprender su propio trabajo.

Según Sastre (2013), “La motivación emprendedora es un factor importante para contribuir con el desarrollo de una sociedad. También es importante el proveer instrumentos para canalizar las acciones de los emprendedores/as potenciales para obtener el éxito” (p.2)

De allí la importancia de desarrollar el proceso de formación profesional, incluso desde los niveles de formación escolar. Nuestro país necesita de emprendedores en los diferentes rubros de la actividad económica, para generar puestos de trabajo, para desarrollar la competitividad.

Para el objetivo: Comparar los resultados de las pruebas de pre y post test en los grupos control y experimental sobre el desarrollo de las capacidades emprendedoras de los estudiantes del instituto superior tecnológico Teodoro Rivera Taipe - Satipo, 2021. En el grupo control se evidencia que el 25% alcanzaron el nivel bajo, el 60% moderado y el 15% lograron el nivel alto. Mientras que en el grupo experimental el 5% alcanzaron el nivel bajo, el 3% el nivel moderado, el 42% el nivel alto y el 50% el nivel muy alto. Este resultado, evidencia de manera contundente que los módulos de negocio Canvas, ha dado resultados positivos en el desarrollo de la capacidad emprendedora de los estudiantes.

Estos resultados son equiparables con los encontrados por Quispe (2021), en su tesis: Capacidad emprendedora y generación de modelo de negocio en estudiantes de administración de la Universidad Nacional de Apurimac, 2021. Los resultados estadísticos presentados por el investigador señalan que, existe una relación positiva media o moderada entre la capacidad emprendedora y generación de modelo de negocio, ya que, los resultados de los grupos control, y experimental tienen diferentes parámetros de comportamiento.

Este resultado, permite demostrar de manera contundente que la propuesta pedagógica basada en el modelo de negocios Canvas, es una de las tantas propuestas que permiten que nuestros estudiantes desarrollen sus competencias y capacidades emprendedoras.

Según Sánchez et al., (2012) Los motivos de cada persona hacia una actitud juegan un importante y complejo papel en las cogniciones, intenciones y comportamientos. No obstante, en la literatura más actual no se trata la motivación de los emprendedores como extraordinaria y diferente a la de los no emprendedores, sino que se estudia cómo estas ejercen un efecto positivo en la creación y desarrollo de la empresa. (p. 522)

El Objetivo general señalaba: Demostrar que la propuesta pedagógica basado en el modelo de negocios Canvas desarrolla la capacidad emprendedora de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe, Satipo 2021.

Los resultados de la estadística inferencial han demostrado que sí existe influencia positiva de la propuesta pedagógica basado en el modelo de negocios Canvas en la capacidad emprendedora de los estudiantes; la prueba estadística t de Student arrojó una significancia asintótica (bilateral) de $p = 0,000$, esta cifra a la vez es menor que Alpha (0,05), en consecuencia se afirma que, la propuesta pedagógica basada en el modelo de negocios Canvas desarrolla las capacidades emprendedoras de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe 2021. Este resultado podemos compararlos con los encontrados por Ureta (2021), Que demostró que, la innovación educativa del grupo experimental fundamentado en el modelo Canvas es mayor, en comparación de lo habitual que realizan los docentes. Ya que, en los resultados de la posprueba del grupo experimental, los docentes alcanzaron un promedio más alto ya que este ascendió de 12.8 a 14.27. Esto se contrastó a través de la prueba estadística 't' de student, donde se obtuvo un valor de 2.978, el cual, es superior al valor crítico 2.131. Queda evidenciado que, la propuesta pedagógica basada en el modelo de negocios Canvas desarrolla las capacidades emprendedoras de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe 2021.

Según Hernández (2015), emprender es la habilidad con la que cuentan las personas, que son capaces de proyectar ideas innovadoras y hacerlas posibles con sus actos, la cultura emprendedora está ligada con la innovación, por lo que conlleva a crear o transformar un producto o servicio en algo más atractivo y con mayores ventajas de competitividad, aunque también la cultura emprendedora no solo se basa en el crear o innovar, sino también en planificar y gestionar proyectos con el fin de alcanzar objetivos (p. 31)

V. Conclusiones.

- En la investigación se logró demostrar que la propuesta pedagógica basado en el modelo de negocios Canvas desarrolla la capacidad emprendedora de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taípe, Satipo 2021. Así lo evidencian los resultados del pre y post test desarrollado en el grupo experimental. Mientras que en grupo control, los puntajes se han mantenido estables.
- Se ha logrado Identificar el nivel de desarrollo de las capacidades emprendedoras mediante una prueba de pre test al grupo control y grupo experimental, evidenciando de manera contundente que los módulos de negocio Canvas, ha dado resultados positivos en el desarrollo de la capacidad emprendedora de los estudiantes.
- Se ha logrado Implementar módulos de aprendizaje sobre modelo de negocios Canvas para mejorar la capacidad emprendedora en el grupo experimental de estudiantes, en cuyos resultados de evidencia el desarrollo progresivo y sistemático de las capacidades emprendedoras de los estudiantes.
- En la tesis se logró evaluar que la propuesta pedagógica basada en el modelo Canvas surte efectos positivos en la capacidad emprendedora de los estudiantes del grupo experimental.

Existen diferencias significativas en los promedios de los grupos control y experimental de la aplicación de la propuesta pedagógica basada en el modelo de negocios Canvas.

- En la tesis se comparó los resultados de las pruebas de pre y post test en los grupos control y experimental sobre el desarrollo de las capacidades emprendedoras de los estudiantes. Se ha notado un desarrollo progresivo de las capacidades emprendedoras en el grupo experimental, mientras que en el grupo control sólo se ha notado un ligero incremento.

VI. Recomendaciones:

La propuesta pedagógica del modelo de negocios Canvas, es muy recomendable utilizarlos como una estrategia metodológica y a la vez como una propuesta para desarrollar modelos de emprendimiento. Sobre todo, incluir en las mallas curriculares de formación profesional.

Se recomienda utilizar el modelo de negocios Canvas como propuesta curricular en la formación de los futuros profesionales en las instituciones de nivel superior. Esta propuesta permitirá formar el espíritu emprendedor de nuestra juventud. De ese modo no tendremos profesionales que estén haciendo cola y buscando empleo mal remunerados.

Se recomienda seguir investigando este modelo de negocio Canvas, para seguir generando, teorías, conceptos y aportes científicos, para que sea de uso común y pueda abarcar sectores muy amplios de la comunidad científica.

Referencias.

- Alcaraz, R. (2017). El emprendedor de éxito. In McGrawHill (Ed.), Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA (Tercera Ed, Vol. 5, Issue 9). Recuperado de: <https://doi.org/10.29057/icea.v5i9.2099>
- Barg, E. (2013). Generación de ideas de negocio y emprendedorismo. Universidad de Belgrano, 1, 127. Recuperado de: https://www.rlcu.org.ar/recursos/A_0000144_003_Taller_1.pdf
- Borja, A., Carvajal, H., & Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. Revista ESPACIOS. ISSN, 798, 1015. Recuperado de: <http://www.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Burbano Vallejo, E. L., Murgueitio, M., & Moreno, E. (2020). Emprendimiento e innovación, sinergia para el desarrollo local. *Revista Economía Industrial*, (417), 35-43 Recuperado de: https://scholar.google.es/scholar?start=10&q=teoria+emprendimiento+Andy+Freire+Schumpeter+Escuela+Austr%C3%ADaca+Howard+Stevenson&hl=es&as_sdt=0,5&as_ylo=2018&as_yhi=2022
- Cajigas, M. (2019) *Propuesta de una estrategia para fortalecer la capacidad emprendedora en Colombia. Universidad de Granada, 2019.* Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10481/55752>
- Caldera, J., Rodríguez, F., & Moreno, J. (2013). y desarrollo de capacidades emprendedoras. Recuperado de: [https://www.uv.es/~motiva/MarDelPlata06/servicio%20atencion%20al%20emprendedor%20\(INFOEM\)/documents/5_AgentesMultiplicadores_SAE.pdf](https://www.uv.es/~motiva/MarDelPlata06/servicio%20atencion%20al%20emprendedor%20(INFOEM)/documents/5_AgentesMultiplicadores_SAE.pdf)
- Calixto, L. Z. (2019). Innovación Educativa en la formación emprendedora de los Ingenieros en

Desarrollo Empresarial. Recuperado de:

<https://repositorioinstitucional.buap.mx/handle/20.500.12371/4779>

Carretto, M., Harispe, M., & Vaz, F. (2013). The Business Model Canvas. Taller Encararé, 46.

Recuperado de: http://www.fadu.edu.uy/marketing/files/2013/04/BMC_2015.pdf

Chaguay, L. L., Flores, J. C., Bayas, T. F., & Zapata, R. O. (2019). El modelo de negocio:

metodología canvas como innovación estratégica para el diseño de proyectos

empresariales. Journal of Science and Research, 4(CIEIS2019), 87-99. Recuperado de:

<https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/786/576>

Condori Luján, E. J. (2017). Guía de gestión empresarial. In C. Z. en Bolivia (Ed.), Centros de

Educación Técnica Tecnológica y Productiva (Primera ed). Recuperado de:

<https://formaciontecnicabolivia.org/sites/default/files/publicaciones/guiadegestionambiental>

web.pdf

Corredor, A. M. (2021). *DISEÑA TU MODELO DE NEGOCIO: Y alinéalo con tu propósito con el método MERAKIUstar*. Merakiu. Recuperado de:

<https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=6LYVEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2>

[&dq=tu+modelo+negocio&ots=s0KHF-](https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=6LYVEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=tu+modelo+negocio&ots=s0KHF-)

[Czq6&sig=tOw7bJMpDEKBDYNzW_DKLeMxWxY#v=onepage&q=tu%20modelo%20n](https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=6LYVEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=tu+modelo+negocio&ots=s0KHF-Czq6&sig=tOw7bJMpDEKBDYNzW_DKLeMxWxY#v=onepage&q=tu%20modelo%20n)

[egocio&f=false](https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=6LYVEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=tu+modelo+negocio&ots=s0KHF-Czq6&sig=tOw7bJMpDEKBDYNzW_DKLeMxWxY#v=onepage&q=tu%20modelo%20negocio&f=false)

Cruz Vilca, M. S. (2018). Liderazgo transformacional docente y el desarrollo de Capacidades

Emprendedoras en estudiantes de secundaria - Lima, 2017. In Universidad César Vallejo.

Universidad César Vallejo. Recuperado de:

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/27474>

De Alda, A. A. D. (2019). *Análisis del concepto 'emprendedor' y su incorporación al ámbito*

educativo. Teoría de la Educación. Revista Interuniversitaria, 31(1), 57-80. Recuperado de: https://scholar.google.es/scholar?start=30&q=emprendedor&hl=es&as_sdt=0,5&as_ylo=2018&as_yhi=2022

Del Villar, R. D. L. H., Andrés, A., Alvear, A., Alberto, C., Mogollón, G., Arturo, P., ... & Barata, T. Q. F. (2020). Innovación en la Región Caribe de Colombia: aportes teóricos y buenas prácticas. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Jaime-Gonzalez-4/publication/347460775_Propuesta_de_un_modelo_de_emprendimiento_para_la_innovacion_en_instituciones_de_Educacion_Superior/links/5fe4c162299bf140883f317f/Propuesta-de-un-modelo-de-emprendimiento-para-la-innovacion-en-instituciones-de-Educacion-Superior.pdf

Espínola Verdín, V., & Torres González, L. A. (2020). Análisis cualitativo de modelos de negocio para el emprendimiento social. *Entreciencias: diálogos en la sociedad del conocimiento*, 8(22). Recuperado de: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-80642020000100309&script=sci_arttext

Expertemprende. (2015). Guía de habilidades emprendedoras. In CAPELUZ (Ed.), *Expertemprende 2014-2015 (Primera Ed)*. Recuperado de: <https://culturaemprendedora.extremaduraempresarial.es/wp-content/uploads/2012/09/Gu%C3%ADa-de-habilidades-emprendedoras.pdf>

Falla, G. D. H., Avilés, A. M. S., & Diaz, V. B. (2020). Influencia de la educación superior en el emprendimiento juvenil en estudiantes universitarios: una aproximación teórica. *Revista Boletín Redipe*, 9(8), 166-180. Recuperado de: <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/1049/952>

Fernández Núñez, L. (2007). ¿Cómo se elabora un cuestionario? *Bulletí LaRecerca*, 2002, 1–9.

Recuperado de: www.ub.edu/ice/recerca/pdf/ficha7-cast.pdf

Freire, F. C. (2010). Los nuevos modelos de gestión de las empresas mediáticas. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 16, 13-30. Recuperado de:

<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP1010110013A/11317>

GEM, I. (2021). Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2020-2021. Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2020-2021, August, 175. Recuperado de: <https://doi.org/10.22429/euc2021.022>

Guzman Luján, J. F. (1996). Análisis de la teoría de la autoeficacia en una tarea atlética.

[Universidad de Valencia]. In Universidad de Valencia (Primera Ed, Vol. 1). Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/71030756.pdf>

Herber Herrera, J. (2012). Investigación cuantitativa. *Investigación Cuantitativa*, 30.

<https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/investigacion/investigacion-cuantitativa/>

Hernández Rodríguez, C., & Arano Chávez, R. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Revista Ciencia Administrativa*, 1(1), 28–37. Recuperado de:

<http://www.uv.mx/iesca/files/2012/10/04CA201501.pdf> - Hernández Rodríguez

Carlos,%0AArano Chávez Raúl Manuel

Hernández, S. (2014). Metodología de la investigación. (H. McGraw (ed.); 6o edición). 2014.

Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Howard, W., & Shagún, S. (2014). Diseño y métodos cuasiexperimentales. Sinopsis

Metodológicas. Sinopsis de La Evaluación de Impacto N°. 8, 1–16. Recuperado de:

<https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/MB8ES.pdf>

- Ipsos. (2021). Emprendimiento en tiempos de pandemia. *Game Changers*, 1, 52. Recuperado de:
<https://doi.org/10.2307/j.ctv253f5f1.19>
- Katz, M., Seid, G., & Abiuso, F. L. (2019). La técnica de encuesta : Características y aplicaciones. *Cuaderno de Cátedra N° 7, 1*, 1–38. Recuperado de:
<http://metodologiadelainvestigacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/117/2019/03/Cuaderno-N-7-La-técnica-de-encuesta.pdf>
- Marroquin, R. (2013). Confiabilidad y Validez de Instrumentos de investigación. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, 39.
- Marulanda, V. F. Á., Montoya, R. I. A., y Vélez, R. J. M. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento, *Pensamiento y gestión*, (36), 204-236. Recuperado de:
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762014000100008
- Alcaraz, R. (2017). El emprendedor de éxito. In McGrawHill (Ed.), *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA* (Tercera Ed, Vol. 5, Issue 9). <https://doi.org/10.29057/icea.v5i9.2099>
- Barg, E. (2013). Generación de ideas de negocio y emprendedorismo. *Universidad de Belgrano*, 1, 127. https://www.rlcu.org.ar/recursos/A_0000144_003_Taller_1.pdf
- Borja, A., Carvajal, H., & Vite, H. (2020). Modelo de Emprendimiento y Análisis de los Factores Determinantes para su Sostenibilidad. *Revista Espacios*, 41(24), 183–196.
<https://www.revistaespacios.com>
- Cajigas Romero, M. (2019). *Propuesta de una estrategia para fortalecer la capacidad emprendedora en Colombia* (Vol. 2). Universidad de Granada.
- Carretto, M., Harispe, M., & Vaz, F. (2013). The Business Model Canvas. *Taller Encararé*, 46.
- Chaguay, L., Flores, J., Fernández, T., & Zapata, R. (2019). El Modelo De Negocio:

- Metodología Canvas Como Innovación Estratégica Para El Diseño De Proyectos Empresariales the Business Model: Canvas Methodology As a Strategic Innovation for the Design of Business Projects. *Revista Ciencia e Investigación*, 4(2019), 87–99.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.3594015>
- Condori Luján, E. J. (2017). Guía de gestión empresarial. In C. Z. en Bolivia (Ed.), *Centros de Educación Técnica Tecnológica y Productiva* (Primera ed).
<https://formaciontecnicabolivia.org/sites/default/files/publicaciones/guiadegestionambientalweb.pdf>
- Cruz Vilca, M. S. (2018). Liderazgo transformacional docente y el desarrollo de Capacidades Emprendedoras en estudiantes de secundaria - Lima, 2017. In *Universidad César Vallejo*. Universidad César Vallejo.
- Expertemprende. (2015). Guía de habilidades emprendedoras. In CAPELUZ (Ed.), *Expertemprende 2014-2015* (Primera Ed).
- Fernández Núñez, L. (2007). ¿Cómo se elabora un cuestionario? *Bulletí LaRecerca*, 2002, 1–9.
www.ub.edu/ice/recerca/pdf/ficha7-cast.pdf
- García, C., & García, S. (2008). Reconocimiento de la oportunidad y emprendeduría de base tecnológica: un modelo dinámico. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa.*, 14(2), 109–125.
- GEM, I. (2021). Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2020-2021. *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2020-2021, August*, 175.
<https://doi.org/10.22429/euc2021.022>
- Guzman Luján, J. F. (1996). Análisis de la teoría de la autoeficacia en una tarea atlética. [Universidad de Valencia]. In *Universidad de Valencia* (Primera Ed, Vol. 1).

<https://core.ac.uk/download/pdf/71030756.pdf>

Herber Herrera, J. (2012). Investigación cuantitativa. *Investigación Cuantitativa*, 30.

<https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/investigacion/investigacion-cuantitativa/>

Hernández Rodríguez, C., & Arano Chávez, R. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Revista Ciencia Administrativa*, 1(1), 28–37.

<http://www.uv.mx/iiesca/files/2012/10/04CA201501.pdf> - Hernández Rodríguez

Carlos, %0AArano Chávez Raúl Manuel

Hernández, S. (2014). *Metodología de la investigación*. (H. McGraw (ed.); 6º edición). 2014.

Howard, W., & Shagún, S. (2014). Diseño y métodos cuasiexperimentales. *Sinopsis*

Metodológicas. Sinopsis de La Evaluación de Impacto N° 8, 1–16. <https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/MB8ES.pdf>

Ipsos. (2021). Emprendimiento en tiempos de pandemia. *Game Changers*, 1, 52.

<https://doi.org/10.2307/j.ctv253f5f1.19>

Katz, M., Seid, G., & Abiuso, F. L. (2019). La técnica de encuesta : Características y aplicaciones. *Cuaderno de Cátedra N° 7*, 1, 1–38.

[http://metodologiadelainvestigacion.sociales.uba.ar/wp-](http://metodologiadelainvestigacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/117/2019/03/Cuaderno-N-7-La-técnica-de-encuesta.pdf)

[content/uploads/sites/117/2019/03/Cuaderno-N-7-La-técnica-de-encuesta.pdf](http://metodologiadelainvestigacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/117/2019/03/Cuaderno-N-7-La-técnica-de-encuesta.pdf)

López Jurado, L. (2010). La motivación. *Psychiatric Annals*, 5(10), 8.

<https://doi.org/10.3928/0048-5713-19751001-09>

Marroquin, R. (2013). Confiabilidad y Validez de Instrumentos de investigación. *Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle*, 39.

- MINEDU. (2020). *Lineamientos para la construcción de la Propuesta Pedagógica*. (M. de Educación (ed.); Tercera ed). <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/07/Lineamientos-para-la-construccion-Propuesta-Pedagogica-tercera-edicion.pdf>
- Moll, L. (1990). La Zona de Desarrollo Proximo de Vygotski: Una reconsideracion de sus implicaciones para la enserianza. *Infancia y Aprendizaje*, 13(51–52), 247–254. <https://doi.org/10.1080/02103702.1990.10822280>
- Osterwalder, A. (2010). Business Model Generation. In Garaituz (Ed.), *Programa Garaituz*, Universidad del País Vasco (1ra Edición). <https://www.ehu.es/documents/1432750/4992644/Guía+para+el+diseño+de+modelos+de+negocios+basado+en+el+Modelo+Canvas.pdf>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. Recuperado de: https://www.camarabaq.org.co/wp-content/uploads/2020/11/Generacion-de-Modelos-de-Negocio-2010.en_es_.pdf
- Ovalles, L., Moreno, Z., Olivares, M., & Silva, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento. *Universidad Del Zulia*, 23, 217–234. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29055767013/html/index.html>
- Puente Custodio, E. (2020). *Capacidad emprendedora y la generación de modelo de negocio en estudiantes de un instituto de nivel superior en Ate Vitarte, 2019*. [Universidad San Martín de Porres]. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/6913>
- Quispe Huamanquispe, A. (2021). Capacidad emprendedora y generación de modelo de negocio en estudiantes de administración de la Universidad Nacional de Apurímac, 2021. [Universidad César Vallejo]. In *Universidad César Vallejo*.

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/76522>

- Quispe López, J. (2020). *La motivación y capacidad emprendedora en los estudiantes de administración de la Uladech, 2019*. Universidad César Vallejo.
- Rodríguez, F., & Moreno, J. (2020). *Manual para la identificación de oportunidades de negocio*. (INFOEM (ed.); PRIMERA ED).
- Romero, O., Jaramillo, M., Aguirre, M., & Ruíz, J. (2017). Resiliencia y percepción de oportunidades de negocio de los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. *Revista Espacios*, 38(50), 8.
- Salinas, F., & Osorio, L. (2012). Emprendimiento y Economía Social. Oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Emprendimiento y Economía Social, Oportunidades y Efectos En Una Sociedad En Transformación*, 75, 129-151.
- Sánchez, J., Aldana, R., & De Dios, S. (2012). La motivación y la intención emprendedora. *Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal Sistema*, 4, 521–531.
- Sánchez, J. M., Vélez, M. L., & Araújo, P. (2016). Balanced Sacoore para emprendedores: desde el modelo canvas al cuadro de mando integral. *Facultad de Ciencias Económicas*, XXIV(1), 37–47. <https://www.redalyc.org/pdf/909/90943602004.pdf>
- Sastre, R. (2013). La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento. *Ciencias Administrativas*, 1(1), 1–10. <https://www.redalyc.org/>
- Ureta Bernardo, J. (2021). *El modelo CANVAS para el desarrollo de la innovación educativa en los docentes del nivel primaria de las instituciones educativas del distrito de Chinchao, 2019*. (Vol. 7). Universidad Nacional Hermilio Valdizán.
- Vallejo Fiallos, M. del R. (2019). Propuesta de un Modelo Formativo Integral de

Emprendimiento Prospectivo a través de la Validación de los Emprendizajes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. [Universidad de Nebrija]. In *SSRN Electronic Journal* (Issue September 2017).

<https://doi.org/10.2139/ssrn.3277771>

Vargas Valdiviezo, M. A., & Uttermann Gallardo, R. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 709–720.

<https://doi.org/10.37960/rvg.v25i90.33029>

Valdiviezo, M. A. V., & Gallardo, R. U. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 709-720. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/journal/290/29063559024/29063559024.pdf>

Vallejo Fiallos, M. del R. (2019). Propuesta de un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo a través de la Validación de los Emprendizajes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. [Universidad de Nebrija]. In *SSRN Electronic Journal* (Issue September 2017). Recuperado de:

<https://doi.org/10.2139/ssrn.3277771>

Vargas Valdiviezo, M. A., & Uttermann Gallardo, R. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 709–720.

<https://doi.org/10.37960/rvg.v25i90.33029>

Anexos 1: Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO PARA MEDIR EL NIVEL DE EMPRENDIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO “TEODORO RIVERA TAIPE”

Fecha:

1. Sexo:

Masculino () **Femenino** ()

2. Edad:.....

3. Carrera profesional:

4. Ciclo de estudios:.....

Instrucciones: Estimado estudiante el presente cuestionario tiene por objetivo identificar el nivel de emprendimiento de los estudiantes de nivel superior técnico o universitario. Los resultados serán de utilidad solo para fines educativos y con una alta reserva en concordancia con la ética de la investigación.

Como opciones de respuesta se presentan cinco alternativas, marque con un aspa “X” la opción de la escala que sea acorde a su respuesta. Considere que cada opción tiene la siguiente equivalencia.

Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
------------------	-----------------------	--------------------	-------------------------	--------------------

N°	Dimensiones e ítems	Criterios				
		1	2	3	4	5
Dimensión 1: Percepción de oportunidades.						
01	Percibo que hay muchas oportunidades para emprender.					
02	Las oportunidades de crear una empresa han aumentado en los últimos años.					
03	Considero que para emprender un negocio siempre hay que estar enfocados en el futuro.					
04	Considero que para emprender un negocio debemos tener iniciativa propia.					
05	Tengo facilidad de encontrar información sobre las oportunidades de negocio existentes.					
06	Considero que habrá más oportunidades de negocio en los próximos 6 meses.					
07	Considero que para emprender un negocio hay que tener buenos contactos.					
Dimensión 2: Motivaciones personales.						
08	Considero que existen muchas iniciativas emprendedoras.					

09	Considero que para emprender un negocio hay que ser un apasionado por la vida.					
10	Considero que para emprender un negocio hay que tomar riesgos calculados.					
11	Pienso que, para emprender un negocio debo ser competitivo.					
12	Considero que emprender un negocio es sólo tener claro los objetivos de querer lograrlo.					
13	Me siento satisfecho de ver noticias en los medios de comunicación acerca de empresarios de éxito.					
14	Si creo una empresa de riesgo considero una forma apropiada de hacerme rico.					
15	Las circunstancias que estamos viviendo me motivan a generar mi propio negocio.					
16	He visto cómo los que arriesgan gana mucho dinero.					
Dimensión 3: Habilidades para crear una empresa:						
17	Hay mucha gente que considera que la creación de una empresa es muy fácil.					
18	Hay mucha gente que sabe cómo dirigir una empresa o negocio.					
19	Soy un apasionado por lo que hago en la vida					
20	Considero que, para emprender un negocio, hay que ser creativos.					
21	Considero que para emprender un negocio debo tener fuerte confianza en mis habilidades.					
22	Considero que para emprender un negocio hay que ser una persona habilidosa.					
23	Estoy seguro que para emprender una empresa, hay que ser un excelente planificador.					
24	Mucha gente tiene experiencia en la creación de una nueva empresa					
25	Mucha gente reacciona rápidamente frente a las nuevas oportunidades de negocio.					
26	Considero que, para emprender un negocio hay que tener una estricta ética laboral.					
27	Considero que para emprender un negocio hay que ser una persona competitiva.					
28	Considero que para emprender un negocio hay que ser muy disciplinados.					
29	Considero que la disciplina es un factor muy importante de progreso.					

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN.

**FICHA TÉCNICA DEL CUESTIONARIO PARA MEDIR EL NIVEL DE
EMPRENDIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO PÚBLICO “TEODORO RIVERA TAIPE”**

Nombre Original del instrumento:	Cuestionario para medir el nivel de desarrollo de la capacidad emprendedora de estudiantes de nivel superior.
Autor y año:	Puente (2020)
Adaptado y contextualizado por	Juan Carlos Ureta Medrano (2022)
Objetivo del instrumento:	Medir el nivel de desarrollo de las capacidades emprendedoras de los estudiantes del instituto superior tecnológico público “Teodoro Rivera Taípe”
Usuarios:	
Forma de Administración o Modo de aplicación:	Directa (autoadministrado).
Validez: (Presentar la constancia de validación de expertos)	De constructo: mediante juicios de expertos. De confiabilidad: estadístico de confiabilidad alfa CRONBACH

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Marque con una X en donde corresponde, que, según su criterio, Si cumple o No cumple, la coherencia entre dimensiones e indicadores de la variable en estudio.

Variables	Dimensiones	Indicadores	N° de ítems	COHERENCIA	
				SI	NO
Capacidad emprendedora	Percepción de oportunidades.	Circunstancia de emprender un negocio.	4	X	
		Circunstancia de buscar información y oportunidades para emprender	3	X	
	Motivaciones personales	Motivación intrínseca	5	X	
		Motivación extrínseca	4	X	
	Habilidades para crear una empresa.	Habilidades personales	7	X	
		Habilidades sociales	6	X	

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Elizabeth Camarena Aguilar**, con Documento Nacional de Identidad N° **21288166**, de profesión Docente, grado académico **Doctora en Ciencias de la Educación**, labor que ejerzo actualmente como **Subdirectora de la I.E. Francisco Irazola**.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado Modelo de Negocio CANVAS, cuyo propósito es medir el desarrollo de las capacidades emprendedoras, a los efectos de su aplicación en estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taípe.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.	X				

Apreciación total:

Muy adecuado (**X**) Bastante adecuado () A= Adecuado () PA= Poco adecuado ()

No adecuado ()

Apellidos y nombres: Camarena Aguilar, Elizabeth

DNI: 21288166

Fecha: 10/12/21



Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Juan Luis García Huaraca**, con Documento Nacional de Identidad N° **20048894**, de profesión Docente, grado académico **Doctora en Educación**, labor que ejerzo actualmente como **Docente en el Instituto Educación Superior Pedagógico Privado “San Juan Bosco”**

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado Modelo de Negocio CANVAS, cuyo propósito es medir el desarrollo de las capacidades emprendedoras, a los efectos de su aplicación en estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taípe.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.	X				

Apreciación total:

Muy adecuado (**X**) Bastante adecuado () A= Adecuado () PA= Poco adecuado ()

No adecuado ()

Apellidos y nombres: García Huaraca, Juan Luis

DNI: 20048894

Fecha: 14/12/21



Juan Luis García Huaraca
DNI. 20048894
DOCTOR EN EDUCACIÓN

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Edilberto Carhuallanqui Berrocal**, con Documento Nacional de Identidad N° **20032129**, de profesión Docente, grado académico **Doctor en Ciencias de la Educación**, labor que ejerzo actualmente como **Docente en la Universidad Intercultural “Juan Santos Atahualpa”**

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado Modelo de Negocio CANVAS, cuyo propósito es medir el desarrollo de las capacidades emprendedoras, a los efectos de su aplicación en estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taípe.

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.	X				

Apreciación total:

Muy adecuado (**X**) Bastante adecuado () A= Adecuado () PA= Poco adecuado ()

No adecuado ()

Apellidos y nombres: Carhuallanqui Berrocal, Edilberto

DNI: 20032129

Fecha: 16/12/21


Firma

Anexos 2: Carta de la Institución donde realizo la investigación

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Carta N° 002-2021-JCUM

INSTITUTO TECNOLÓGICO
TEODORO RIVERA TAÍPE
TRAMITE
19 JUL. 2021
1219
01

SOLICITO: Autorización para aplicar mi proyecto de tesis a los estudiantes

SEÑOR: PABLO CARDENAS PERALTA
Director del Instituto Tecnológico Público Teodoro Rivera Taipe

ASUNTO: Solicito autorización para aplicar mi proyecto de Tesis a los estudiantes del programa de estudios computación e informática

Yo Juan Carlos Ureta Medrano Identificada con DNI N° 20074987, con domicilio en Jr. Augusto B. Leguía N° 343 Satipo, con el debido respeto me presento para manifestarle lo siguiente:

Que, siendo requisito fundamental para lograr el grado de Doctor, necesito realizar una Investigación Científica, para tal fin vengo desarrollando un proyecto de Investigación Titulado: Propuesta pedagógica basada en el modelo de negocio CANVAS para el desarrollo de capacidades emprendedoras en estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe, Satipo - 2021


Motivo por el cual recorro a su despacho para solicitar la autorización correspondiente para aplicar mi proyecto de tesis a los estudiantes del programa de estudios de computación e informática que usted muy dignamente dirige y me brinde las facilidades del caso para concretar mi Investigación.

Por lo tanto;

Solicito a usted señor director atender a mi pedido para lograr el objetivo trazado, sin otro particular me suscribo de usted.

Satipo 19 de julio del 2021

Atentamente


Juan Carlos Ureta Medrano
DNI: 20074987

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Satipo, 03 de agosto del 2021

Señor:

Mg. Juan Carlos Ureta Medrano

ASUNTO : AUTORIZACIÓN PARA APLICACIÓN Y DESARROLLO DE INVESTIGACIÓN

Presente.-

De mi especial consideración

Por medio de la presente me dirijo a Ud. Para saludarlo cordialmente y al mismo tiempo teniendo conocimiento que viene cursando estudios de Posgrado en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en el cual su persona desarrollará, la investigación titulada: *PROPUESTA PEDAGÓGICA BASADA EN EL MODELO NEGOCIO CANVAS PARA EL DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO. TEODORO RIVERA TAIPE, SATIPO 2021*, esta casa superior de estudios autoriza el acceso a las instalaciones del instituto y coordinaciones con docentes y estudiantes según amerite su investigación; debiendo alcanzar al finalizar su investigación los resultados, conclusiones y recomendaciones a esta institución.

Sin otro en particular, aprovecho la oportunidad para reiterarle las muestras de mi estima personal.

Atentamente



Lic. Pedro J. Carrasco Peralta
DIRECTOR GENERAL
C.M. 182271689

Anexos 3: Consentimiento informado



EXPRESION DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA APLICACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN PARA EL RECOJO DE INFORMACION A ESTUDIANTES

FECHA:

YO..... con DNI.

N°....., declaro lo siguiente:

Acepto participar de manera voluntaria en el Trabajo de Investigación titulado: *PROPUESTA PEDAGÓGICA BASADA EN EL MODELO NEGOCIO CANVAS PARA EL DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO. TEODORO RIVERA TAIPE, SATIPO 2021.* en el marco del programa de Doctorado en Ciencias de la Educación. El estudiante de doctorado Juan Carlos Ureta Medrano me ha informado que esta investigación se realiza de forma voluntaria y que soy libre de desistir y no participar más en ella si es que lo considero pertinente. Asimismo, me ha indicado que el instrumento consta de 52 ítem, distribuidas en tres categorías, las cuales tiene el objetivo de identificar el nivel de fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes. Me ha informado también que esta acción se realizará de manera virtual con fines netamente académicos.

Se me ha comunicado que su fin es identificar y fortalecer Modelo de Negocio CANVAS en los estudiantes de Computación de Informática del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe Satipo, en su proceso de formación profesional.

Considerando lo anterior, declaro estar de acuerdo con participar en este proceso de investigación académica.

.....
Nombres y apellidos
DNI N°

Anexos 4: Sesiones de aprendizaje u otras actividades aplicadas

FICHA DE ACTIVIDAD

Programa de Estudios	Computación e Informática	Semestre	IV	HORAS PEDAGÓGICAS PRESENCIAL		
Unidad Didáctica	Proyecto empresarial	Nº de Sesión	1	Teoría	1	
Actividad	El emprendedor	Tiempo de dedicación	2 horas	Práctica	1	
Propósito de Sesión	Examina la importancia del emprendimiento y las características del emprendedor					
Indicadores de Logro	Identifica las características del emprendedor.					
Docente	Mg. Juan Carlos Ureta Medrano					
Modalidad	Presencial-Aula virtual					
CONTENIDOS			Competencias para la Empleabilidad abordados transversal /especifico			
Emprendedor – Características, emprendedor en el desarrollo de proyectos empresariales de éxito			Trabaja en equipo			
MOMENTOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE		RECURSOS	HORAS		
INICIO: (Motivación, recuperación de saberes previos y conflicto cognitivo)	PRESENTACIÓN DEL DOCENTE El docente se presenta saluda cordialmente a los estudiantes y se les explica la metodología que se seguirá a lo largo de las actividades. Se les invita que cada alumno pueda ingresar a la Plataforma Moodle. La finalidad de entrar en contacto y de paso controlar la asistencia. MOTIVACIÓN: El docente envía un mensaje a través de WhatsApp/Moodle, dando inicio a la 1ra. actividad "El emprendedor" cuyo propósito es examinar la importancia del emprendimiento y las características del emprendedor. Observa el video "Qué es un emprendedor - Características" https://youtu.be/bL3tCdZBASE A partir del video responde a las siguientes preguntas ¿Cómo se relaciona el trabajo del emprendedor con el éxito empresarial? ¿Cuáles son las características del emprendedor? ¿Cómo contribuye el emprendedor en la generación de empleo? El estudiante remite al docente el documento con las respuestas correspondientes. El docente recibe las respuestas enviadas por sus estudiantes, y realiza la retroalimentación a partir de las siguientes, preguntas:		Mensaje de presentación Mensaje de inicio de las actividades de la unidad didáctica. Video Correo Electrónico Mensaje de retroalimentación	Horas presenciales Sincrónicas 1/2 horas		
	PROCESO: (Construcción del aprendizaje, recepción, elaboración o procesamiento y comunicación del aprendizaje)		El docente envía al grupo a través de WhatsApp/Moodle, las actividades de aprendizaje del desarrollo de la clase. Después de proporcionar la información se llevará a cabo un video donde se muestra la historia éxito peruano caso kola real : https://www.youtube.com/watch?v=UpQ_oPTdTI4 Participa activamente de la explicación del docente, con el apoyo de ppts Luego el docente hace preguntas relacionadas con el tema: ¿Cómo influye el trabajo del emprendedor en el desarrollo de proyectos empresariales de éxito? ¿Cómo se relaciona las características de un emprendedor con los proyectos empresariales de éxito? ¿Qué diferencias existen entre el emprendedor y el empresario? ¿Es importante ser creativo? ¿Por qué? Los estudiantes envían sus respuestas a través de la plataforma Moodle El documento debe ser grabado de la siguiente manera. Apellidos y Nombres El docente revisa las tareas, comenta los trabajos de cada uno de los estudiantes y lo evalúa. Comunica por la plataforma Moodle los resultados de su evaluación, fortaleciendo o retroalimentando según considere el caso.	Correos electrónicos/Moodle	Horas presenciales Sincrónicas 1 hora	
	CIERRE: (Transferencia, Meta cognición y Evaluación)		TRASFERENCIA A SITUACIONES NUEVAS El docente plantea una situación Problema: la deficiente y nulo emprendimiento, se formula las siguientes preguntas: ¿Qué sucede si no reconocemos las características de los emprendedores de éxito? ¿Cuál es el papel del emprendedor en la generación de proyectos empresariales de éxito? El estudiante responde a las preguntas y enviar sus respuestas en Word donde debe incluir sus Apellidos y Nombres META COGNICIÓN El docente envía por Gmail invitaciones para que los estudiantes resuelvan en la Plataforma Moodle actividades de aprendizaje e invita a los estudiantes desarrollar el trabajo que forma parte del proceso de meta cognición de la actividad	Correos electrónicos/Moodle Encuesta virtual	Asincrónicas 1/2 hora	
INDICADORES DE LOGROS			INSTRUMENTOS			
identifica las características del emprendedor.			Ficha de evaluación, rubricas.			

FICHA DE ACTIVIDAD

Programa de Estudios	Computación e Informática	Semestre	VI	HORAS PEDAGÓGICAS PRESENCIAL		
Unidad Didáctica	Proyecto empresarial	Nº de Sesión	2			
Actividad	Identificación de la idea de negocio	Tiempo de dedicación	2 horas	Teoría	1	
Propósito de Sesión	Selecciona la mejor idea de negocio para su emprendimiento.				Práctica	1
Indicadores de Logro	Describe el proceso de identificación de ideas de negocios y su evaluación del micro y macro filtro					
Docente	Mg. Juan Carlos Ureta Medrano					
Modalidad	Presencial-Aula virtual					
CONTENIDOS				Competencias para la Empleabilidad abordados transversal /especifico		
Ideas de negocio, métodos para identificar ideas de negocio				Trabaja en equipo		
MOMENTOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE		RECURSOS	HORAS		
INICIO: (Motivación, recuperación de saberes previos y conflicto cognitivo)	PRESENTACIÓN DEL DOCENTE El docente se presenta saluda cordialmente a los estudiantes y se les explica la metodología que se seguirá a lo largo de las actividades. Se les invita que cada alumno pueda ingresar a la Plataforma Moodle. La finalidad de entrar en contacto y de paso controlar la asistencia. MOTIVACIÓN: El docente envía un mensaje a través de WhatsApp/Moodle, dando inicio a la 2da. actividad "Identificación de la idea de negocio" cuyo propósito es seleccionar la mejor idea de negocio para su emprendimiento. Observa el video "Identificación de ideas de negocio y selección de ideas de negocio" https://www.youtube.com/watch?v=rFaUriravB0 A partir del video responde a las siguientes preguntas: ¿Cómo identificar ideas de negocio? ¿Por qué debemos identificar ideas de negocio? ¿Cuáles son los métodos para identificar ideas de negocio? El estudiante remite al docente el documento con las respuestas correspondientes. El docente recibe las respuestas enviadas por sus estudiantes, y realiza la retroalimentación a partir de las siguientes, preguntas: ¿Qué sucede con las organizaciones que no identifican adecuadamente ideas de negocio?		Mensaje de presentación Mensaje de inicio de las actividades de la unidad didáctica. Video Correo Electrónico Mensaje de retroalimentación	Horas no presenciales Sincrónicas 1/2 horas		
	PROCESO: (Construcción del aprendizaje, recepción, elaboración o procesamiento y comunicación del aprendizaje)		El docente envía al grupo a través de WhatsApp/Moodle, las actividades de aprendizaje del desarrollo de la clase. Después de proporcionar la información se llevará a cabo un video emprendedores exitosos Shark Tank https://www.youtube.com/watch?v=keOjYdID10 Evaluación del micro y macro filtro https://www.youtube.com/watch?v=s-bfmcOohg0 Luego el docente hace preguntas relacionadas con el tema: ¿Cómo influye la identificación de la idea de negocio en los proyectos empresariales de éxito? ¿Cuál es el proceso para la identificación de ideas de negocio? ¿Cuál es el método y fuentes para generar e identificar ideas de negocio? Los estudiantes envían sus respuestas a través del WhatsApp El documento debe ser grabado de la siguiente manera. Apellidos y Nombres El docente revisa las tareas, comenta los trabajos de cada uno de los estudiantes y lo evalúa. Comunica por el correo, WhatsApp/Moodle los resultados de su evaluación, fortaleciendo o retroalimentando según considere el caso.	Correos electrónicos/Moodle	Horas no presenciales Sincrónicas 1 hora	
	CIERRE: (Transferencia, Meta cognición y Evaluación)		TRASFERENCIA A SITUACIONES NUEVAS El docente plantea una situación Problema: la deficiente y nula identificación de la idea de negocio, se formula las siguientes preguntas: ¿Qué sucede si no identifica adecuadamente una idea de negocio? ¿De qué manera la identificación de la idea de negocio conduce al desarrollo de proyectos empresariales de éxito? El estudiante responde a las preguntas y enviar sus respuestas en Word donde debe incluir sus Apellidos y Nombres META COGNICIÓN El docente envía por Gmail invitaciones para que los estudiantes resuelvan en la Plataforma Moodle actividades de aprendizaje e invita a los estudiantes desarrollar el trabajo que forma parte del proceso de meta cognición de la actividad	Correos electrónicos/Moodle Encuesta virtual	Horas no presenciales Asincrónicas 1/2 hora	
INDICADORES DE LOGROS			INSTRUMENTOS			
Describe el proceso de identificación de ideas de negocios y su evaluación del micro y macro filtro.			Ficha de evaluación, rubricas.			

FICHA DE ACTIVIDAD

Programa de Estudios	Computación e Informática	Semestre	VI	HORAS PEDAGÓGICAS PRESENCIAL		
Unidad Didáctica	Proyecto empresarial	Nº de Sesión	3			
Actividad	Plan de negocios	Tiempo de dedicación	2 horas	Teoría	1	
Propósito de Sesión	Definir los diversos conceptos, términos del plan de negocios.				Práctica	1
Indicadores de Logro	Reconoce las funciones y características de los planes de negocios.					
Docente	Mg. Juan Carlos Ureta Medrano					
Modalidad	Presencial-Aula virtual					
CONTENIDOS			Competencias para la Empleabilidad abordados transversal /especifico			
Plan de negocios, funciones y características			Trabaja en equipo			
MOMENTOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE		RECURSOS	HORAS		
INICIO: (Motivación, recuperación de saberes previos y conflicto cognitivo)	PRESENTACIÓN DEL DOCENTE El docente se presenta saluda cordialmente a los estudiantes y se les explica la metodología que se seguirá a lo largo de las actividades. Se les invita que cada alumno pueda ingresar a la Plataforma Moodle. La finalidad de entrar en contacto y de paso controlar la asistencia. MOTIVACIÓN: El docente envía un mensaje a través de WhatsApp/Moodle, dando inicio a la 3°. actividad "Plan de negocios" cuyo propósito es definir los diversos conceptos y términos del plan de negocios. Observa el video "Plan de negocios" https://youtu.be/xwBfAEMlpv4 A partir del video responde a las siguientes preguntas: ¿Cómo elaborar un plan de negocios? ¿Por qué debemos elaborar un plan de negocios? ¿Cuáles son las características del plan de negocios? El estudiante remite al docente el documento con las respuestas correspondientes. El docente recibe las respuestas enviadas por sus estudiantes, y realiza la retroalimentación a partir de las siguientes, preguntas: ¿Qué sucede si no se implementa un plan de negocios?		Mensaje de presentación Mensaje de inicio de las actividades de la unidad didáctica. Video Correo Electrónico Mensaje de retroalimentación	Horas no presenciales Sincrónicas 1/2 horas		
	PROCESO: (Construcción del aprendizaje, recepción, elaboración o procesamiento y comunicación del aprendizaje)		El docente envía al grupo a través de WhatsApp/Moodle, las actividades de aprendizaje del desarrollo de la clase. Después de proporcionar la información se llevará a cabo un video que contiene información respecto como hacer un plan de negocio. https://www.youtube.com/watch?v=b8N9Z5-Pq7g&t=4s Luego el docente hace preguntas relacionadas con el tema: ¿De qué manera el plan de negocios conduce al éxito de los proyectos empresariales? ¿Cuál es el procedimiento para elaborar planes de negocio? ¿Cuáles son los tipos de planes? Los estudiantes envían sus respuestas a través del WhatsApp El documento debe ser grabado de la siguiente manera. Apellidos y Nombres El docente revisa las tareas, comenta los trabajos de cada uno de los estudiantes y lo evalúa. Comunica por el correo, WhatsApp/Moodle los resultados de su evaluación, fortaleciendo o retroalimentando según considere el caso.	Correos electrónicos/Moodle	Horas no presenciales Sincrónicas 1/2 horas	
	CIERRE: (Transferencia, Meta cognición y Evaluación)		TRASFERENCIA A SITUACIONES NUEVAS El docente plantea una situación Problema: la deficiente y nula implementación de un plan de negocios, se formula las siguientes preguntas: ¿Qué sucede si no se elabora adecuadamente un plan de negocio? ¿De qué manera la formulación del plan negocio conduce al desarrollo de proyectos empresariales de éxito? El estudiante responde a las preguntas y envía sus respuestas en Word donde debe incluir sus Apellidos y Nombres META COGNICIÓN El docente envía por Gmail invitaciones para que los estudiantes resuelvan en la Plataforma Moodle actividades de aprendizaje e invita a los estudiantes desarrollar el trabajo que forma parte del proceso de meta cognición de la actividad	Correos electrónicos/Moodle Encuesta virtual	Horas no presenciales Asincrónicas 1 hora	
INDICADORES DE LOGROS			INSTRUMENTOS			
Reconoce las funciones y características de los planes de negocios.			Ficha de evaluación, rubricas.			

FICHA DE ACTIVIDAD

Programa de Estudios	Computación e Informática	Semestre	VI	HORAS PEDAGÓGICAS PRESENCIAL	
Unidad Didáctica	Proyecto empresarial	Nº de Sesión	4		
Actividad	Definiendo el negocio	Tiempo de dedicación	2 horas	Teoría	1
Propósito de Sesión	Definir y formular la misión y visión de la empresa en base a las etapas del proyecto empresarial e investiga el estudio de mercado con un instrumento.			Práctica	1
Indicadores de Logro	Establece la idea de negocio de acuerdo a la evaluación de las tendencias del mercado.				
Docente	Mg. Juan Carlos Ureta Medrano				
Modalidad	Presencial-Aula virtual				
CONTENIDOS				Competencias para la Empleabilidad abordados transversal /especifico	
Definir el negocio, fuentes para generar e identificar ideas de negocios				Trabaja en equipo	
MOMENTOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE		RECURSOS	HORAS	
INICIO: (Motivación, recuperación de saberes previos y conflicto cognitivo)	PRESENTACIÓN DEL DOCENTE		Mensaje de presentación	Horas no presenciales	
	El docente se presenta saluda cordialmente a los estudiantes y se les explica la metodología que se seguirá a lo largo de las actividades. Se les invita que cada alumno pueda ingresar a la Plataforma Moodle. La finalidad de entrar en contacto y de paso controlar la asistencia. MOTIVACIÓN: El docente envía un mensaje a través de WhatsApp/Moodle, dando inicio a la 4°. actividad "Definiendo el negocio", cuyo propósito es definir y formular la misión y visión de la empresa en base a las etapas del proyecto productivo e investiga el mercado. Observa el video "Definiendo el negocio" https://youtu.be/AOdbJb_qXfQ A partir del video responde a las siguientes preguntas: ¿Cómo definir el negocio? ¿Por qué debemos definir el negocio? ¿Qué aspectos se deben considerar para definir el negocio? El estudiante remite al docente el documento con las respuestas correspondientes. El docente recibe las respuestas enviadas por sus estudiantes, y realiza la retroalimentación a partir de las siguientes, preguntas: ¿Qué sucede si no definimos adecuadamente el negocio?		Mensaje de inicio de las actividades de la unidad didáctica.	Sincrónicas 1/2 horas	
			Vídeo Correo Electrónico		
PROCESO: (Construcción del aprendizaje, recepción, elaboración o procesamiento y comunicación del aprendizaje)	El docente envía al grupo a través de WhatsApp/Moodle, las actividades de aprendizaje del desarrollo de la clase. Después de proporcionar la información en donde se presenta un PPT que contiene información respecto a la definición del negocio. Luego el docente hace preguntas relacionadas con el tema: ¿Cuál es el procedimiento para definir la reseña histórica del negocio? ¿Cuál es el procedimiento para definir el nombre del negocio? ¿Cuál es el procedimiento para establecer la visión y misión del negocio? ¿Cómo determinar los objetivos del negocio y la estructura organizacional? Los estudiantes envían sus respuestas a través del WhatsApp/Moodle El documento debe ser grabado de la siguiente manera. Apellidos y Nombres El docente revisa las tareas, comenta los trabajos de cada uno de los estudiantes y lo evalúa. Comunica por el correo, WhatsApp/Moodle los resultados de su evaluación, fortaleciendo o retroalimentando según considere el caso.		Mensaje de retroalimentación		Horas no presenciales
			Correos electrónicos/Moodle		Sincrónicas 1/2 horas
CIERRE: (Transferencia, Meta cognición y Evaluación)	TRANSFERENCIA A SITUACIONES NUEVAS El docente plantea una situación Problema: la deficiente y nula definición del negocio, se formula las siguientes preguntas: ¿Qué sucede si no se define adecuadamente el negocio? ¿De qué manera la formulación la definición de la visión, misión y objetivos conduce al desarrollo de proyectos empresariales de éxito? El estudiante responde a las preguntas y enviar sus respuestas en Word donde debe incluir sus Apellidos y Nombres				Horas no presenciales
	META COGNICIÓN El docente envía por Gmail invitaciones para que los estudiantes resuelvan en la Plataforma Moodle actividades de aprendizaje e invita a los estudiantes desarrollar el trabajo que forma parte del proceso de meta cognición de la actividad		Correos electrónicos/Moodle		Asincrónicas 1 hora
			Encuesta virtual		
INDICADORES DE LOGROS			INSTRUMENTOS		
Establece la idea de negocio de acuerdo a la evaluación de las tendencias del mercado.			Ficha de evaluación, rubricas.		

FICHA DE ACTIVIDAD

Programa de Estudios	Computación e Informática	Semestre	VI	HORAS PEDAGÓGICAS PRESENCIAL		
Unidad Didáctica	Proyecto empresarial	Nº de Sesión	5			
Actividad	Recopilación de información	Tiempo de dedicación	2 horas	Teoría	1	
Propósito de Sesión	Recopilar información de fuentes secundarias y primarias				Práctica	1
Indicadores de Logro	Efectúa la recopilación de información de fuentes secundarias y primarias.					
Docente	Mg. Juan Carlos Ureta Medrano					
Modalidad	Presencial-Aula virtual					
CONTENIDOS				Competencias para la Empleabilidad abordados transversal /especifico		
Recopilación de información de fuentes secundarias. Recopilación de fuentes primarias y tipos de datos a obtener				Trabaja en equipo		
MOMENTOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE		RECURSOS	HORAS		
INICIO: (Motivación, recuperación de saberes previos y conflicto cognitivo)	PRESENTACIÓN DEL DOCENTE El docente se presenta saluda cordialmente a los estudiantes y se les explica la metodología que se seguirá a lo largo de las actividades. Se les invita que cada alumno pueda ingresar a la Plataforma Moodle. La finalidad de entrar en contacto y de paso controlar la asistencia. MOTIVACIÓN: El docente envía un mensaje a través de WhatsApp/Moodle, dando inicio a la 5ª. actividad "Recopilación de información", cuyo propósito es recopilar información de fuentes secundarias y primarias. Observa el video "Fuentes primarias y secundarias" https://www.youtube.com/watch?v=88DpgQxCq0E A partir del video responde a las siguientes preguntas: ¿Por qué se debe recurrir a la recopilación de información de fuentes primarias y secundarias? ¿Cuál es la importancia de las fuentes de información secundarias y primarias? ¿Para realizar el estudio de mercados que tipos de datos debemos obtener? El estudiante remite al docente el documento con las respuestas correspondientes. El docente recibe las respuestas enviadas por sus estudiantes, y realiza la retroalimentación a partir de las siguientes, preguntas: ¿Qué sucede si no se recurre a las fuentes de datos primarios y secundarios?		Mensaje de presentación Mensaje de inicio de las actividades de la unidad didáctica. Video Correo Electrónico Mensaje de retroalimentación	Horas no presenciales Sincrónicas 1/2 horas		
	PROCESO: (Construcción del aprendizaje, recepción, elaboración o procesamiento y comunicación del aprendizaje)		El docente envía al grupo a través de WhatsApp/Moodle, las actividades de aprendizaje del desarrollo de la clase. Después de proporcionar la información se presenta un PPT que contiene información respecto a las fuentes de datos primarios y secundarios. Luego el docente hace preguntas relacionadas con el tema: ¿Por qué se debe recurrir a la recopilación de información de fuentes primarias y secundarias? ¿Cuál es la importancia de las fuentes de información secundarias y primarias? ¿Para realizar el estudio de mercados que tipos de datos debemos obtener? Los estudiantes envían sus respuestas a través del WhatsApp/Moodle El documento debe ser grabado de la siguiente manera. Apellidos y Nombres El docente revisa las tareas, comenta los trabajos de cada uno de los estudiantes y lo evalúa. Comunica por el correo, WhatsApp/Moodle los resultados de su evaluación, fortaleciendo o retroalimentando según considere el caso.	Correos electrónicos/Moodle	Horas no presenciales Sincrónicas 1 hora	
	CIERRE: (Transferencia, Meta cognición y Evaluación)		TRANSFERENCIA A SITUACIONES NUEVAS El docente plantea una situación Problema: la deficiente y nula recopilación de información, se formula las siguientes preguntas: ¿Qué sucede si no se recopila información de fuentes primarias y secundarias? ¿De qué manera la recopilación de información de fuentes primarias y secundarias conduce al desarrollo de proyectos empresariales de éxito? El estudiante responde a las preguntas y envía sus respuestas en Word donde debe incluir sus Apellidos y Nombres META COGNICIÓN El docente envía por Gmail invitaciones para que los estudiantes resuelvan en la Plataforma Moodle actividades de aprendizaje e invita a los estudiantes desarrollar el trabajo que forma parte del proceso de meta cognición de la actividad	Correos electrónicos/Moodle Encuesta virtual	Horas no presenciales Asincrónicas 1/2 hora	
INDICADORES DE LOGROS			INSTRUMENTOS			
Efectúa la recopilación de información de fuentes secundarias y primarias.			Ficha de evaluación, rubricas.			

FICHA DE ACTIVIDAD

Programa de Estudios	Computación e Informática	Semestre	VI	HORAS PEDAGÓGICAS PRESENCIAL	
Unidad Didáctica	Proyecto empresarial	Nº de Sesión	6		
Actividad	¿Cómo hacer una encuesta?	Tiempo de dedicación	2 horas	Teoría	1
Propósito de Sesión	Elaborar cuestionarios para la recogida de información y analiza la información recogida para la toma de decisiones.			Práctica	1
Indicadores de Logro	Confecciona cuestionarios para la recogida de información				
Docente	Mg. Juan Carlos Ureta Medrano				
Modalidad	Presencial-Aula virtual				
CONTENIDOS				Competencias para la Empleabilidad abordados transversal /especifico	
Empezar a hacer una encuesta, Elaboración de la encuesta, Recogida de datos, Procesamiento de la información y Análisis de resultados				Trabaja en equipo	
MOMENTOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE		RECURSOS	HORAS	
INICIO: (Motivación, recuperación de saberes previos y conflicto cognitivo)	PRESENTACIÓN DEL DOCENTE		Mensaje de presentación	Horas no presenciales	
	El docente se presenta saluda cordialmente a los estudiantes y se les explica la metodología que se seguirá a lo largo de las actividades. Se les invita que cada alumno pueda ingresar a la Plataforma Moodle. La finalidad de entrar en contacto y de paso controlar la asistencia. MOTIVACIÓN: El docente envía un mensaje a través de WhatsApp/Moodle, dando inicio a la 6°. actividad "¿Cómo empezar a realizar una encuesta?", cuyo propósito es elaborar cuestionarios para la recogida de información Observa el video "Cómo hacer ENCUESTAS de INVESTIGACIÓN/ Partes de la ENCUESTA" https://youtu.be/l3GrFOGG8hA A partir del video responde a las siguientes preguntas: ¿Cuál es el procedimiento para elaborar una encuesta? ¿Cuál es el procedimiento para la recogida de la información? ¿Cuál es el procedimiento para el procesamiento de la información? El estudiante remite al docente el documento con las respuestas correspondientes. El docente recibe las respuestas enviadas por sus estudiantes, y realiza la retroalimentación a partir de las siguientes, preguntas: ¿Qué sucede si no se prepara un buen cuestionario?		Mensaje de inicio de las actividades de la unidad didáctica.	Sincrónicas 1/2 horas	
			Vídeo Correo Electrónico		
PROCESO: (Construcción del aprendizaje, recepción, elaboración o procesamiento y comunicación del aprendizaje)	El docente envía al grupo a través de WhatsApp/Moodle, las actividades de aprendizaje del desarrollo de la clase. Después de proporcionar la información se presenta un PPT que contiene información respecto a ¿Cómo empezar a hacer una encuesta? Luego el docente hace preguntas relacionadas con el tema: ¿Cuál es el procedimiento para elaborar una encuesta? ¿Cuál es el procedimiento para la recogida de la información? ¿Cuál es el procedimiento para el procesamiento de la información? Los estudiantes envían sus respuestas a través del WhatsApp/Moodle El documento debe ser grabado de la siguiente manera. Apellidos y Nombres El docente revisa las tareas, comenta los trabajos de cada uno de los estudiantes y lo evalúa. Comunica por el correo, WhatsApp/Moodle los resultados de su evaluación, fortaleciendo o retroalimentando según considere el caso.		Correo electrónico/Moodle	Horas no presenciales Sincrónicas 1/2 horas	
	CIERRE: (Transferencia, Meta cognición y Evaluación)	TRASFERENCIA A SITUACIONES NUEVAS El docente plantea una situación Problema: la deficiente y nula preparación de la encuesta, se formula las siguientes preguntas: ¿Cuál es el procedimiento para la preparación de la encuesta? ¿De qué manera la preparación de las encuestas conduce al desarrollo de proyectos empresariales de éxito? El estudiante responde a las preguntas y enviar sus respuestas en Word donde debe incluir sus Apellidos y Nombres META COGNICIÓN El docente envía por Gmail invitaciones para que los estudiantes resuelvan en la Plataforma Moodle actividades de aprendizaje e invita a los estudiantes desarrollar el trabajo que forma parte del proceso de meta cognición de la actividad		Correo electrónico/Moodle	Horas no presenciales Asincrónicas 1 hora
		Encuesta virtual			
INDICADORES DE LOGROS			INSTRUMENTOS		
Confecciona cuestionarios para la recogida de información.			Ficha de evaluación, rubricas.		

FICHA DE ACTIVIDAD

Programa de Estudios	Computación e Informática	Semestre	VI	HORAS PEDAGÓGICAS PRESENCIAL	
Unidad Didáctica	Proyecto empresarial	Nº de Sesión	7		
Actividad	Análisis del mercado.	Tiempo de dedicación	2 horas		
Propósito de Sesión	Analizar el mercado, para tomar decisiones adecuadas.				
Indicadores de Logro	Realiza análisis de mercado con la finalidad de establecer estrategias de mercado.				
Docente	Mg. Juan Carlos Ureta Medrano			Teoría	1
Modalidad	Presencial-Aula virtual			Práctica	1
CONTENIDOS				Competencias para la Empleabilidad abordados transversal /especifico	
Análisis del mercado, toma decisiones				Trabaja en equipo	
MOMENTOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE			RECURSOS	HORAS
INICIO: (Motivación, recuperación de saberes previos y conflicto cognitivo)	PRESENTACIÓN DEL DOCENTE			Mensaje de presentación Mensaje de inicio de las actividades de la unidad didáctica. Video Correo Electrónico Mensaje de retroalimentación	Horas no presenciales Sincrónicas 1/2 horas
	El docente se presenta saluda cordialmente a los estudiantes y se les explica la metodología que se seguirá a lo largo de las actividades. Se les invita que cada alumno pueda ingresar a la Plataforma Moodle. La finalidad de entrar en contacto y de paso controlar la asistencia. MOTIVACIÓN: El docente envía un mensaje a través de WhatsApp/Moodle, dando inicio a la 7°. actividad "Análisis de mercado", cuyo propósito es analizar el mercado, para tomar decisiones adecuadas. Observa el video "Análisis de mercado" https://www.youtube.com/watch?v=N29ZXyg_w1s A partir del video responde a las siguientes preguntas: ¿Cuál es el procedimiento para realizar el análisis del mercado? ¿Por qué se debe analizar el mercado? ¿Por qué es importante analizar el mercado? El estudiante remite al docente el documento con las respuestas correspondientes. El docente recibe las respuestas enviadas por sus estudiantes, y realiza la retroalimentación a partir de las siguientes, preguntas: ¿Qué sucede si no analiza el mercado?				
	PROCESO: (Construcción del aprendizaje, recepción, elaboración o procesamiento y comunicación del aprendizaje)				
	El docente envía al grupo a través de WhatsApp/Moodle, las actividades de aprendizaje del desarrollo de la clase. Después de proporcionar la información se se presenta un PPT que contiene información respecto al Análisis del mercado. Luego el docente hace preguntas relacionadas con el tema: ¿En qué consiste el análisis del entorno empresarial? ¿Cuál es el procedimiento para analizar el mercado potencial? Los estudiantes envían sus respuestas a través del WhatsApp El documento debe ser grabado de la siguiente manera. Apellidos y Nombres El docente revisa las tareas, comenta los trabajos de cada uno de los estudiantes y lo evalúa. Comunica por el correo, WhatsApp/Moodle los resultados de su evaluación, fortaleciendo o retroalimentando según considere el caso.			Correos electrónicos/Moodle	Horas no presenciales Sincrónicas 1/2 horas
CIERRE: (Transferencia, Meta cognición y Evaluación)	TRASFERENCIA A SITUACIONES NUEVAS			Correos electrónicos/Moodle Encuesta virtual	Horas no presenciales Asincrónicas 1 hora
	El docente plantea una situación Problema: la deficiente y nulo análisis de mercado, se formula las siguientes preguntas: ¿Cuál es el procedimiento para realizar el análisis de mercado? ¿De qué manera el análisis de mercado contribuye con el logro del proyecto empresarial? El estudiante responde a las preguntas y enviar sus respuestas en Word donde debe incluir sus Apellidos y Nombres META COGNICIÓN El docente envía por Gmail invitaciones para que los estudiantes resuelvan en la Plataforma Moodle actividades de aprendizaje e invita a los estudiantes desarrollar el trabajo que forma parte del proceso de meta cognición de la actividad				
INDICADORES DE LOGROS				INSTRUMENTOS	
Realiza análisis de mercado con la finalidad de establecer estrategias de mercado.				Ficha de evaluación, rubricas.	

FICHA DE ACTIVIDAD

Programa de Estudios	Computación e Informática	Semestre	VI	HORAS PEDAGÓGICAS PRESENCIAL		
Unidad Didáctica	Proyecto empresarial	Nº de Sesión	8	Teoría	1	
Actividad	Business Modelo CANVAS	Tiempo de dedicación	2 horas	Práctica	1	
Propósito de Sesión	Analizar Lienzo Modelo CANVAS					
Indicadores de Logro	Realiza la segmentación de clientes					
Docente	Mg. Juan Carlos Ureta Medrano					
Modalidad	Presencial-Aula virtual					
CONTENIDOS			Competencias para la Empleabilidad abordados transversal /especifico			
Segmentación de clientes, Ventaja competitiva del negocio o empresa, Análisis de la competencia y Estrategias de mercado.			Trabaja en equipo			
MOMENTOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE		RECURSOS	HORAS		
INICIO: (Motivación, recuperación de saberes previos y conflicto cognitivo)	PRESENTACIÓN DEL DOCENTE El docente se presenta saluda cordialmente a los estudiantes y se les explica la metodología que se seguirá a lo largo de las actividades. Se les invita que cada alumno pueda ingresar a la Plataforma Moodle. La finalidad de entrar en contacto y de paso controlar la asistencia. MOTIVACIÓN: El docente envía un mensaje a través de WhatsApp/Moodle, dando inicio a la 8°. actividad "Identificación Model CANVAS" cuyo propósito reconocer las partes del modelo de negocios y formular las hipótesis del lienzo Lean Canvas correspondiente a los bloques: segmento de mercado Observa el video Identificación Lienzo Model CANVAS https://www.youtube.com/watch?v=i1Le5GYkBT8 A partir del video responde a las siguientes preguntas: ¿Cómo aplicar Modelo CANVAS? ¿Por qué debemos identificar Modelo CANVAS? ¿Cuáles son los métodos para identificar Modelo CANVAS? El estudiante remite al docente el documento con las respuestas correspondientes. El docente recibe las respuestas enviadas por sus estudiantes, y realiza la retroalimentación Propone Business Model CANVAS: Dibujando en lienzo		Mensaje de presentación Mensaje de inicio de las actividades de la unidad didáctica. Video Correo Electrónico Mensaje de retroalimentación	Horas no presenciales Sincrónicas 1/2 horas		
	PROCESO: (Construcción del aprendizaje, recepción, elaboración o procesamiento y comunicación del aprendizaje)		El docente envía al grupo a través de WhatsApp/Moodle, las actividades de aprendizaje del desarrollo de la clase. Después de proporcionar la información se llevará a cabo un video que contiene información respecto a la segmentación de mercado. https://www.youtube.com/watch?v=zYNZqgsjT9w Luego el docente hace preguntas relacionadas con el tema: ¿En qué consiste la segmentación de mercado? ¿Quiénes son mis clientes? ¿Los conozco? ¿Puede describir los diferentes tipos de clientes en los que se está enfocando Los estudiantes envían sus respuestas a través del WhatsApp El documento debe ser grabado de la siguiente manera. Apellidos y Nombres El docente revisa las tareas, comenta los trabajos de cada uno de los estudiantes y lo evalúa. Comunica por el correo, WhatsApp/Moodle los resultados de su evaluación, fortaleciendo o retroalimentando según considere el caso.	Correos electrónicos/Moodle	Horas no presenciales Sincrónicas 1 hora	
	CIERRE: (Transferencia, Meta cognición y Evaluación)		TRASFERENCIA A SITUACIONES NUEVAS El docente plantea una situación Problema: la deficiente y nula segmentación de mercado, se formula las siguientes preguntas: ¿Cuál es el procedimiento para segmentar de clientes? ¿De qué manera la segmentación de mercado contribuye con el logro del proyecto empresarial? El estudiante responde a las preguntas y envía sus respuestas en Word donde debe incluir sus Apellidos y Nombres META COGNICIÓN El docente envía por Gmail invitaciones para que los estudiantes resuelvan en la Plataforma Moodle actividades de aprendizaje e invita a los estudiantes desarrollar el trabajo que forma parte del proceso de meta cognición de la actividad	Correos electrónicos/Moodle Encuesta virtual	Horas no presenciales Asincrónicas 1 hora	
INDICADORES DE LOGROS			INSTRUMENTOS			
Realiza la segmentación de clientes.			Ficha de evaluación, rubricas.			

FICHA DE ACTIVIDAD

Programa de Estudios	Computación e Informática	Semestre	VI	HORAS PEDAGÓGICAS PRESENCIAL		
Unidad Didáctica	Proyecto empresarial	Nº de Sesión	9	Teoría	1	
Actividad	Propuesta de Valor.	Tiempo de dedicación	2 horas	Práctica	1	
Propósito de Sesión	Analizar Propuesta de Valor.					
Indicadores de Logro	Realiza análisis Propuesta de Valor.					
Docente	Mg. Juan Carlos Ureta Medrano					
Modalidad	Presencial-Aula virtual					
CONTENIDOS			Competencias para la Empleabilidad abordados transversal /especifico			
Una propuesta de valor es lo que diferencia a su empresa en el mercado. La oferta es lo que atrae a los clientes; aquello por lo que están dispuestos a pagar.			Trabaja en equipo			
MOMENTOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE		RECURSOS	HORAS		
INICIO: (Motivación, recuperación de saberes previos y conflicto cognitivo)	PRESENTACIÓN DEL DOCENTE El docente se presenta saluda cordialmente a los estudiantes y se les explica la metodología que se seguirá a lo largo de las actividades. Se les invita que cada alumno pueda ingresar a la Plataforma Moodle. La finalidad de entrar en contacto y de paso controlar la asistencia. MOTIVACIÓN: El docente envía un mensaje a través de WhatsApp/Moodle, dando inicio a la 9°. actividad "Propuesta de Valor", cuyo propósito es analizar el mercado, para tomar decisiones adecuadas. Observa el video "Propuesta de Valor" https://www.youtube.com/watch?v=QD1qhC8T9w8 A partir del video responde a las siguientes preguntas: ¿Qué es el Canvas de la Propuesta de Valor? ¿Qué es el lienzo de la propuesta de valor? El estudiante remite al docente el documento con las respuestas correspondientes. El docente recibe las respuestas enviadas por sus estudiantes, y realiza la retroalimentación a partir de las siguientes, preguntas: ¿Qué sucede si no analiza propuesta de valor?		Mensaje de presentación Mensaje de inicio de las actividades de la unidad didáctica. Video Correo Electrónico Mensaje de retroalimentación	Horas no presenciales Sincrónicas 1/2 horas		
	PROCESO: (Construcción del aprendizaje, recepción, elaboración o procesamiento y comunicación del aprendizaje)		El docente envía al grupo a través de WhatsApp/Moodle, las actividades de aprendizaje del desarrollo de la clase. Después de proporcionar la información en el siguiente link: https://sebastianpendino.com/canvas-lienzo-propuesta-de-valor/#definicion-de-canvas-de-la-propuesta-de-valor que contiene información respecto a la propuesta de valor modelo canvas. Luego el docente hace preguntas relacionadas con el tema: ¿Cómo crear un canvas para tu propuesta de valor? Los estudiantes envían sus respuestas a través del WhatsApp/Moodle El documento debe ser grabado de la siguiente manera. Apellidos y Nombres El docente revisa las tareas, comenta los trabajos de cada uno de los estudiantes y lo evalúa. Comunica por el correo, WhatsApp/Moodle los resultados de su evaluación, fortaleciendo o retroalimentando según considere el caso.	Correos electrónicos/Moodle	Horas no presenciales Sincrónicas 1 hora	
	CIERRE: (Transferencia, Meta cognición y Evaluación)		TRASFERENCIA A SITUACIONES NUEVAS El docente plantea una situación Problema: la deficiente y nulo análisis de mercado, se formula las siguientes preguntas: ¿Cuál es el procedimiento para realizar Propuesta de Valor? ¿De qué manera el Propuesta de Valor contribuye con el logro del proyecto empresarial? El estudiante responde a las preguntas y envía sus respuestas en Word donde debe incluir sus Apellidos y Nombres META COGNICIÓN El docente envía por Gmail invitaciones para que los estudiantes resuelvan en la Plataforma Moodle actividades de aprendizaje e invita a los estudiantes desarrollar el trabajo que forma parte del proceso de meta cognición de la actividad	Correos electrónicos/Moodle Encuesta virtual	Horas no presenciales Asincrónicas 1/2 hora	
INDICADORES DE LOGROS			INSTRUMENTOS			
Realiza análisis Propuesta de Valor			Ficha de evaluación, rubricas.			

FICHA DE ACTIVIDAD

Programa de Estudios	Computación e Informática	Semestre	IV	HORAS PEDAGÓGICAS PRESENCIAL	
Unidad Didáctica	Proyecto empresarial	Nº de Sesión	10		
Actividad	Canales de distribución	Tiempo de dedicación	2 horas	Teoría	1
Propósito de Sesión	Examina la importancia canales de distribución			Práctica	1
Indicadores de Logro	Identifica los canales de distribución				
Docente	Mg. Juan Carlos Ureta Medrano				
Modalidad	Presencial-Aula virtual				
CONTENIDOS				Competencias para la Empleabilidad abordados transversal /especifico	
Canales de distribución, Importancia de los canales de distribución.				Trabaja en equipo	
MOMENTOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE		RECURSOS	HORAS	
INICIO: (Motivación, recuperación de saberes previos y conflicto cognitivo)	PRESENTACIÓN DEL DOCENTE		Mensaje de presentación	Horas no presenciales	
	El docente se presenta saluda cordialmente a los estudiantes y se les explica la metodología que se seguirá a lo largo de las actividades. Se les invita que cada alumno pueda ingresar a la Plataforma Moodle. La finalidad de entrar en contacto y de paso controlar la asistencia. MOTIVACIÓN: El docente envía un mensaje a través de WhatsApp/Moodle, dando inicio a la 10ª. actividad "El emprendedor" cuyo propósito es examinar la importancia del emprendimiento y las características del emprendedor. Observa el video Canales de distribución https://www.youtube.com/watch?v=3THP-QAPLN4 A partir del video responde a las siguientes preguntas ¿Cómo llega a los clientes y cómo los conquista? El estudiante remite al docente el documento con las respuestas correspondientes. El docente recibe las respuestas enviadas por sus estudiantes, y realiza la retroalimentación a partir de las siguientes, preguntas:		Mensaje de inicio de las actividades de la unidad didáctica. Video Correo Electrónico	Sincrónicas 1/2 horas	
	El docente envía al grupo a través de WhatsApp/Moodle, las actividades de aprendizaje del desarrollo de la clase. Después de proporcionar la información se llevará a cabo un video en donde se presenta información respecto al Canales de distribución https://www.youtube.com/watch?v=6ffLmZA7PU Luego el docente hace preguntas relacionadas con el tema: ¿Cómo se conjugan nuestros canales y cuáles tienen mejores resultados? ¿Cómo se integran estos canales en las actividades diarias de los clientes? Los estudiantes envían sus respuestas a través del WhatsApp/Moodle El documento debe ser grabado de la siguiente manera. Apellidos y Nombres El docente revisa las tareas, comenta los trabajos de cada uno de los estudiantes y lo evalúa. Comunica por el correo, WhatsApp/Moodle los resultados de su evaluación, fortaleciendo o retroalimentando según considere el caso.		Mensaje de retroalimentación		
PROCESO: (Construcción del aprendizaje, recepción, elaboración o procesamiento y comunicación del aprendizaje)	TRASFERENCIA A SITUACIONES NUEVAS		Correos electrónicos/Moodle	Horas no presenciales	
	El docente plantea una situación Problema: la deficiente y nulo emprendimiento, se formula las siguientes preguntas: ¿Qué sucede si no reconocemos los canales de distribución? El estudiante responde a las preguntas y envía sus respuestas en Word donde debe incluir sus Apellidos y Nombres META COGNICIÓN El docente envía por Gmail invitaciones para que los estudiantes resuelvan en la Plataforma Moodle actividades de aprendizaje e invita a los estudiantes desarrollar el trabajo que forma parte del proceso de meta cognición de la actividad			Sincrónicas 1/2 horas	
CIERRE: (Transferencia, Meta cognición y Evaluación)	Correos electrónicos/Moodle		Encuesta virtual	Horas no presenciales	
				Asincrónicas 1 hora	
INDICADORES DE LOGROS			INSTRUMENTOS		
Identifica los canales de distribución.			Ficha de evaluación, rubricas.		

FICHA DE ACTIVIDAD

Programa de Estudios	Computación e Informática	Semestre	VI	HORAS PEDAGÓGICAS PRESENCIAL		
Unidad Didáctica	Proyecto empresarial	Nº de Sesión	11			
Actividad	Relación con el cliente	Tiempo de dedicación	2 horas	Teoría	1	
Propósito de Sesión	Identifica relación con el cliente			Práctica	1	
Indicadores de Logro	Analiza relación con el cliente.					
Docente	Mg. Juan Carlos Ureta Medrano					
Modalidad	Presencial-Aula virtual					
CONTENIDOS				Competencias para la Empleabilidad abordados transversal /especifico		
Relación con el cliente, ciclos relación con el cliente				Trabaja en equipo		
MOMENTOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE		RECURSOS	HORAS		
INICIO: (Motivación, recuperación de saberes previos y conflicto cognitivo)	PRESENTACIÓN DEL DOCENTE El docente se presenta saluda cordialmente a los estudiantes y se les explica la metodología que se seguirá a lo largo de las actividades. Se les invita que cada alumno pueda ingresar a la Plataforma Moodle. La finalidad de entrar en contacto y de paso controlar la asistencia. MOTIVACIÓN: El docente envía un mensaje a través de WhatsApp/Moodle, dando inicio a la 11ª. actividad "Relación con el cliente", cuyo propósito es recopilar información de fuentes secundarias y primarias. Observa el video "Relación con el cliente" https://www.youtube.com/watch?v=cCmV8rOdBqA A partir del video responde a las siguientes preguntas: ¿Qué tal llevas la relación con los clientes? ¿Qué es la relación con el cliente en el Modelo Canvas? El estudiante remite al docente el documento con las respuestas correspondientes. El docente recibe las respuestas enviadas por sus estudiantes, y realiza la retroalimentación a partir de las siguientes, preguntas: ¿Qué sucede si no hay relación con los clientes?		Mensaje de presentación Mensaje de inicio de las actividades de la unidad didáctica. Video Correo Electrónico Mensaje de retroalimentación	Horas no presenciales Sincrónicas 1/2 horas		
	PROCESO: (Construcción del aprendizaje, recepción, elaboración o procesamiento y comunicación del aprendizaje)		El docente envía al grupo a través de WhatsApp/Moodle, las actividades de aprendizaje del desarrollo de la clase. Después de proporcionar la información que contiene información respecto a Relación con el cliente en el siguiente link https://modelocanvas.net/relacion-con-los-clientes/ Luego el docente hace preguntas relacionadas con el tema: ¿Tipos de relaciones con el cliente? ¿Vínculos con los clientes? ¿Ciclos de la relación con el cliente? Los estudiantes envían sus respuestas a través del WhatsApp/Moodle El documento debe ser grabado de la siguiente manera. Apellidos y Nombres El docente revisa las tareas, comenta los trabajos de cada uno de los estudiantes y lo evalúa. Comunica por el correo, WhatsApp/Moodle los resultados de su evaluación, fortaleciendo o retroalimentando según considere el caso.	Correos electrónicos/Moodle	Horas no presenciales Sincrónicas 1 hora	
	CIERRE: (Transferencia, Meta cognición y Evaluación)		TRANSFERENCIA A SITUACIONES NUEVAS El docente plantea una situación Problema: la deficiente y nula recopilación de información, se formula las siguientes preguntas: ¿Cómo elegir la mejor relación con el cliente? El estudiante responde a las preguntas y enviar sus respuestas en Word donde debe incluir sus Apellidos y Nombres META COGNICIÓN El docente envía por Gmail invitaciones para que los estudiantes resuelvan en la Plataforma Moodle actividades de aprendizaje e invita a los estudiantes desarrollar el trabajo que forma parte del proceso de meta cognición de la actividad	Correos electrónicos/Moodle Encuesta virtual	Horas no presenciales Asincrónicas 1/2 hora	
INDICADORES DE LOGROS			INSTRUMENTOS			
Analiza relación con el cliente			Ficha de evaluación, rubricas.			

FICHA DE ACTIVIDAD

Programa de Estudios	Computación e Informática	Semestre	VI	HORAS PEDAGÓGICAS PRESENCIAL	
Unidad Didáctica	Proyecto empresarial	N° de Sesión	12		
Actividad	Fuentes de ingreso	Tiempo de dedicación	2 horas	Teoría	1
Propósito de Sesión	Analizar las estrategias de Flujo Fuente de ingresos			Práctica	1
Indicadores de Logro	Aplica las estrategias de Flujo Fuente de ingresos				
Docente	Mg. Juan Carlos Ureta Medrano				
Modalidad	Presencial-Aula virtual				
CONTENIDOS				Competencias para la Empleabilidad abordados transversal /específico	
Estrategia de comercialización y ventas: Estrategia de producto, Estrategia de precio, Estrategia de distribución Estrategia de promoción.				Trabaja en equipo	
MOMENTOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE			RECURSOS	HORAS
INICIO: (Motivación, recuperación de saberes previos y conflicto cognitivo)	PRESENTACIÓN DEL DOCENTE			Mensaje de presentación	Horas no presenciales
	El docente se presenta saluda cordialmente a los estudiantes y se les explica la metodología que se seguirá a lo largo de las actividades. Se les invita que cada alumno pueda ingresar a la Plataforma Moodle. La finalidad de entrar en contacto y de paso controlar la asistencia. MOTIVACIÓN: El docente envía un mensaje a través de WhatsApp/Moodle, dando inicio a la 12ª. actividad "Fuente de ingresos", cuyo propósito es aplicar las estrategias de comercialización y ventas. Observa el video Fuente de ingresos https://www.youtube.com/watch?v=xhoR4qyx5g4 A partir del video responde a las siguientes preguntas: ¿Cómo ganaremos dinero para que el proyecto funcione? ¿Cómo se va a tener utilidades? ¿Hay modelos que permitan generar ingresos? ¿En qué consiste el flujo de caja? El estudiante remite al docente el documento con las respuestas correspondientes. El docente recibe las respuestas enviadas por sus estudiantes, y realiza la retroalimentación a partir de las siguientes, preguntas: ¿Qué sucede si no se desarrolla estrategias Flujo Fuente de ingresos?			Mensaje de inicio de las actividades de la unidad didáctica.	Sincrónicas 1/2 horas
	El docente envía al grupo a través de WhatsApp/Moodle, las actividades de aprendizaje del desarrollo de la clase. Después de proporcionar la información en donde se presenta un PPT que contiene información respecto a las estrategias de Flujo Fuente de ingresos. Luego el docente hace preguntas relacionadas con el tema: ¿En qué consiste la estrategia de comercialización y ventas? ¿Cuál es el procedimiento para la aplicación de estrategias de comercialización y ventas? Los estudiantes envían sus respuestas a través del WhatsApp/Moodle El documento debe ser grabado de la siguiente manera. Apellidos y Nombres El docente revisa las tareas, comenta los trabajos de cada uno de los estudiantes y lo evalúa. Comunica por el correo, WhatsApp/Moodle los resultados de su evaluación, fortaleciendo o retroalimentando según considere el caso.			Vídeo Correo Electrónico	
PROCESO: (Construcción del aprendizaje, recepción, elaboración o procesamiento y comunicación del aprendizaje)				Mensaje de retroalimentación	
CIERRE: (Transferencia, Meta cognición y Evaluación)	TRANSFERENCIA A SITUACIONES NUEVAS			Correos electrónicos/Moodle	Horas no presenciales
	El docente plantea una situación Problema: la deficiente y nula estrategia de comercialización y ventas, se formula las siguientes preguntas: ¿Cuál es el procedimiento para la aplicación de las estrategias de comercialización y ventas? ¿De qué manera la estrategia de comercialización y ventas contribuye con el logro del proyecto empresarial? El estudiante responde a las preguntas y envía sus respuestas en Word donde debe incluir sus Apellidos y Nombres META COGNICIÓN El docente envía por Gmail invitaciones para que los estudiantes resuelvan en la Plataforma Moodle actividades de aprendizaje e invita a los estudiantes desarrollar el trabajo que forma parte del proceso de meta cognición de la actividad			Encuesta virtual	Asincrónicas 1/2 hora
INDICADORES DE LOGROS				INSTRUMENTOS	
Aplica las estrategias de Flujo Fuente de ingresos				Ficha de evaluación, rubricas.	

FICHA DE ACTIVIDAD

Programa de Estudios	Computación e Informática	Semestre	VI	HORAS PEDAGÓGICAS PRESENCIAL		
Unidad Didáctica	Proyecto empresarial	Nº de Sesión	13			
Actividad	Recursos clave	Tiempo de dedicación	2 horas	Teoría	1	
Propósito de Sesión	Selecciona el mejor recurso físicos, intelectuales, humanos y financieros.				Práctica	1
Indicadores de Logro	Describe el proceso de identificación el mejor recurso físicos, intelectuales, humanos y financieros					
Docente	Mg. Juan Carlos Ureta Medrano					
Modalidad	Presencial-Aula virtual					
CONTENIDOS			Competencias para la Empleabilidad abordados transversal /especifico			
Recursos físicos, intelectuales, humanos y financieros			Trabaja en equipo			
MOMENTOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE		RECURSOS	HORAS		
INICIO: (Motivación, recuperación de saberes previos y conflicto cognitivo)	PRESENTACIÓN DEL DOCENTE El docente se presenta saluda cordialmente a los estudiantes y se les explica la metodología que se seguirá a lo largo de las actividades. Se les invita que cada alumno pueda ingresar a la Plataforma Moodle. La finalidad de entrar en contacto y de paso controlar la asistencia. MOTIVACIÓN: El docente envía un mensaje a través de WhatsApp/Moodle, dando inicio a la 13°. actividad "Recurso clave" cuyo propósito es seleccionar la mejor idea de negocia para su emprendimiento. Observa el video "Recurso clave" https://www.youtube.com/watch?v=h1tCNri9VIA A partir del video responde a las siguientes preguntas: ¿Cómo identificar el mejor recurso físicos, intelectuales, humanos y financieros? ¿Por qué debemos identificar el mejor recurso físicos, intelectuales, humanos y financieros? El estudiante remite al docente el documento con las respuestas correspondientes. El docente recibe las respuestas enviadas por sus estudiantes, y realiza la retroalimentación a partir de las siguientes, preguntas: ¿Qué sucede con las organizaciones que no identifican adecuadamente i el mejor recurso físicos, intelectuales, humanos y financieros?		Mensaje de presentación	Horas no presenciales		
			Mensaje de inicio de las actividades de la unidad didáctica.	Sincrónicas 1/2 horas		
PROCESO: (Construcción del aprendizaje, recepción, elaboración o procesamiento y comunicación del aprendizaje)	El docente envía al grupo a través de WhatsApp/Moodle, las actividades de aprendizaje del desarrollo de la clase. Después de proporcionar la información se presenta un PPT que contiene información respecto a la identificación de Recurso clave. Luego el docente hace preguntas relacionadas con el tema: ¿Cómo influye la identificación el mejor recurso físicos, intelectuales, humanos y financieros en los proyectos empresariales de éxito? ¿Cuál es el proceso para la identificación el mejor recurso físicos, intelectuales, humanos y financieros? ¿Cuál es el método y fuentes para generar e identificar el mejor recurso físicos, intelectuales, humanos y financieros? Los estudiantes envían sus respuestas a través del WhatsApp/Moodle El documento debe ser grabado de la siguiente manera. Apellidos y Nombres El docente revisa las tareas, comenta los trabajos de cada uno de los estudiantes y lo evalúa. Comunica por el correo, WhatsApp/Moodle los resultados de su evaluación, fortaleciendo o retroalimentando según considere el caso.		Vídeo Correo Electrónico	Horas no presenciales		
			Correos electrónicos/Moodle	Sincrónicas 1/2 horas		
CIERRE: (Transferencia, Meta cognición y Evaluación)	TRASFERENCIA A SITUACIONES NUEVAS El docente plantea una situación Problema: la deficiente y nula identificación de la idea de negocio, se formula las siguientes preguntas: ¿Qué sucede si no identifica adecuadamente el mejor recurso físicos, intelectuales, humanos y financieros? ¿De qué manera la identificación el mejor recurso físicos, intelectuales, humanos y financieros al desarrollo de proyectos empresariales de éxito? El estudiante responde a las preguntas y enviar sus respuestas en Word donde debe incluir sus Apellidos y Nombres META COGNICIÓN El docente envía por Gmail invitaciones para que los estudiantes resuelvan en la Plataforma Moodle actividades de aprendizaje e invita a los estudiantes desarrollar el trabajo que forma parte del proceso de meta cognición de la actividad		Correos electrónicos/Moodle	Horas no presenciales		
			Encuesta virtual	Asincrónicas 1 hora		
INDICADORES DE LOGROS			INSTRUMENTOS			
Describe el proceso de identificación de recursos físicos, intelectuales, humanos y financieros			Ficha de evaluación, rubricas.			

FICHA DE ACTIVIDAD

Programa de Estudios	Computación e Informática	Semestre	VI	HORAS PEDAGÓGICAS PRESENCIAL	
Unidad Didáctica	Proyecto empresarial	Nº de Sesión	14		
Actividad	Actividades clave	Tiempo de dedicación	2 horas	Teoría	1
Propósito de Sesión	Identifica actividades clave			Práctica	1
Indicadores de Logro	Reconoce las actividades clave				
Docente	Mg. Juan Carlos Ureta Medrano				
Modalidad	Presencial-Aula virtual				
CONTENIDOS				Competencias para la Empleabilidad abordados transversal /especifico	
Gestionar actividades clave.				Trabaja en equipo	
MOMENTOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE		RECURSOS	HORAS	
INICIO: (Motivación, recuperación de saberes previos y conflicto cognitivo)	PRESENTACIÓN DEL DOCENTE		Mensaje de presentación	Horas no presenciales	
	<p>El docente se presenta saluda cordialmente a los estudiantes y se les explica la metodología que se seguirá a lo largo de las actividades. Se les invita que cada alumno pueda ingresar a la Plataforma Moodle. La finalidad de entrar en contacto y de paso controlar la asistencia.</p> <p>MOTIVACIÓN: El docente envía un mensaje a través de WhatsApp/Moodle, dando inicio a la 14ª. actividad "Actividades clave" cuyo propósito es definir los diversos conceptos y términos del plan de negocios. Observa el video Actividades clave. https://www.youtube.com/watch?v=1enG44zENAM A partir del video responde a las siguientes preguntas: ¿Qué tipo de actividades transmiten e impulsan mejor tu propuesta de valor? ¿Cuáles son las actividades más importantes en tus canales de distribución? ¿Qué tipo de actividades son las más adecuadas para mejorar la relación con los clientes y socios? ¿Qué actividades pueden hacerte aumentar las fuentes de ingresos? El estudiante remite al docente el documento con las respuestas correspondientes. El docente recibe las respuestas enviadas por sus estudiantes, y realiza la retroalimentación a partir de las siguientes, preguntas: ¿Qué sucede si no se implementa las actividades clave?</p>		Mensaje de inicio de las actividades de la unidad didáctica.	Sincrónicas 1/2 horas	
			Vídeo Correo Electrónico	Mensaje de retroalimentación	
PROCESO: (Construcción del aprendizaje, recepción, elaboración o procesamiento y comunicación del aprendizaje)	<p>El docente envía al grupo a través de WhatsApp/Moodle, las actividades de aprendizaje del desarrollo de la clase. Después de proporcionar la información un PPT que contiene información respecto al plan de negocio. Luego el docente hace preguntas relacionadas con el tema: ¿Al éxito de los proyectos empresariales esta en función a las actividades clave? ¿Cuáles son las actividades y procesos clave en el modelo de negocio? Los estudiantes envían sus respuestas a través del WhatsApp El documento debe ser grabado de la siguiente manera. Apellidos y Nombres El docente revisa las tareas, comenta los trabajos de cada uno de los estudiantes y lo evalúa. Comunica por el correo, WhatsApp/Moodle los resultados de su evaluación, fortaleciendo o retroalimentando según considere el caso.</p>		Correos electrónicos/Moodle	Horas no presenciales Sincrónicas 1 hora	
CIERRE: (Transferencia, Meta cognición y Evaluación)	<p>TRASFERENCIA A SITUACIONES NUEVAS El docente plantea una situación Problema: la deficiente y nula implementación de un plan de negocios, se formula las siguientes preguntas: ¿Qué sucede si no se elabora adecuadamente un plan de negocio? ¿De qué manera la formulación del plan negocio conduce al desarrollo de proyectos empresariales de éxito? El estudiante responde a las preguntas y enviar sus respuestas en Word donde debe incluir sus Apellidos y Nombres META COGNICIÓN El docente envía por Email invitaciones para que los estudiantes resuelvan en la Plataforma Moodle actividades de aprendizaje e invita a los estudiantes desarrollar el trabajo que forma parte del proceso de meta cognición de la actividad</p>		Correos electrónicos/Moodle Encuesta virtual	Horas no presenciales Asincrónicas 1/2 hora	
INDICADORES DE LOGROS			INSTRUMENTOS		
Reconoce las actividades clave			Ficha de evaluación, rubricas.		

FICHA DE ACTIVIDAD










Programa de Estudios	Computación e Informática	Semestre	VI	HORAS PEDAGÓGICAS PRESENCIAL	
Unidad Didáctica	Proyecto empresarial	N° de Sesión	15		
Actividad	Socios clave	Tiempo de dedicación	2 horas		
Propósito de Sesión	Reconocer inversores, proveedores, alianzas comerciales.				
Indicadores de Logro	Realiza el estudio inversor, proveedores, alianzas comerciales				
Docente	Mg. Juan Carlos Ureta Medrano			Teoría	1
Modalidad	Modalidad a Presencial-Aula virtual			Práctica	1
CONTENIDOS				Competencias para la Empleabilidad abordados transversal /especifico	
Estudio técnico inversores, proveedores, alianzas comerciales				Trabaja en equipo	
MOMENTOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE			RECURSOS	HORAS
INICIO: (Motivación, recuperación de saberes previos y conflicto cognitivo)	PRESENTACIÓN DEL DOCENTE			Mensaje de presentación Mensaje de inicio de las actividades de la unidad didáctica. Video Correo Electrónico Mensaje de retroalimentación	Horas no presenciales Sincrónicas 1/2 hora
	El docente se presenta saluda cordialmente a los estudiantes y se les explica la metodología que se seguirá a lo largo de las actividades. Se les invita que cada alumno pueda ingresar a la Plataforma Moodle. La finalidad de entrar en contacto y de paso controlar la asistencia. MOTIVACIÓN: El docente envía un mensaje a través de WhatsApp/Moodle, dando inicio a la 15°. actividad "Estudio técnico de la producción", cuyo propósito es reconocer como se realiza el estudio técnico de la producción. Observa el video "Socios clave." https://www.youtube.com/watch?v=WR6cYoFy2ho A partir del video responde a las siguientes preguntas: ¿Qué asociaciones son críticas para nuestro negocio? ¿Quiénes son nuestros proveedores críticos? ¿Cuáles de nuestros proveedores y socios están abasteciendo nuestros recursos clave? ¿Qué tipo de asociaciones se adaptarían a nuestras necesidades? ¿Cuál es el mejor grupo/cadena de suministro donde debería estar ubicado? El estudiante remite al docente el documento con las respuestas correspondientes. El docente recibe las respuestas enviadas por sus estudiantes, y realiza la retroalimentación a partir de las siguientes, preguntas: ¿Qué sucede si no se realiza el estudio socios clave?				
	PROCESO: (Construcción del aprendizaje, recepción, elaboración o procesamiento y comunicación del aprendizaje)				
El docente envía al grupo a través de WhatsApp/Moodle, las actividades de aprendizaje del desarrollo de la clase. Después de proporcionar la información se presenta un PPT que contiene información respecto al estudio técnico de la producción. Luego el docente hace preguntas relacionadas con el tema: ¿Quiénes son sus aliados estratégicos más importantes? ¿Quiénes apoyan con recursos estratégicos y actividades? Los estudiantes envían sus respuestas a través del WhatsApp/Moodle El documento debe ser grabado de la siguiente manera. Apellidos y Nombres El docente revisa las tareas, comenta los trabajos de cada uno de los estudiantes y lo evalúa. Comunica por el correo, WhatsApp/Moodle los resultados de su evaluación, fortaleciendo o retroalimentando según considere el caso.			Correos electrónicos/Moodle	Horas no presenciales Sincrónicas 1 hora	
CIERRE: (Transferencia, Meta cognición y Evaluación)	TRANSFERENCIA A SITUACIONES NUEVAS			Correos electrónicos/Moodle	Horas no presenciales Asincrónicas 1/2 hora
	El docente plantea una situación Problema: la deficiente y nulo estudio técnico de la producción, se formula las siguientes preguntas: ¿Cuáles actividades internas se podrían externalizar con mayor calidad y menor costo? El estudiante responde a las preguntas y enviar sus respuestas en Word donde debe incluir sus Apellidos y Nombres META COGNICIÓN El docente envía por Gmail invitaciones para que los estudiantes resuelvan en la Plataforma Moodle actividades de aprendizaje e invita a los estudiantes desarrollar el trabajo que forma parte del proceso de meta cognición de la actividad				
INDICADORES DE LOGROS				INSTRUMENTOS	
Realiza el estudio inversor, proveedores, alianzas comerciales				Ficha de evaluación, rubricas.	

FICHA DE ACTIVIDAD

Programa de Estudios	Computación e Informática	Semestre	VI	HORAS PEDAGÓGICAS PRESENCIAL	
Unidad Didáctica	Proyecto empresarial	Nº de Sesión	16		
Actividad	Estructura de costos	Tiempo de dedicación	2 horas		
Propósito de Sesión	Formular el análisis estructura de costos.				
Indicadores de Logro	Elabora el plan de inversiones, de financiamiento del proyecto.				
Docente	Mg. Juan Carlos Ureta Medrano			Teoría	1
Modalidad	Presencial-Aula virtual			Práctica	1
CONTENIDOS				Competencias para la Empleabilidad abordados transversal /especifico	
Análisis costos: Cálculo de inversión, Cálculo del costo unitario CTU.				Trabaja en equipo	
MOMENTOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE			RECURSOS	HORAS
INICIO: (Motivación, recuperación de saberes previos y conflicto cognitivo)	PRESENTACIÓN DEL DOCENTE			Mensaje de presentación Mensaje de inicio de las actividades de la unidad didáctica. Video Correo Electrónico Mensaje de retroalimentación	Horas no presenciales Sincrónicas 1/2 horas
	El docente se presenta saluda cordialmente a los estudiantes y se les explica la metodología que se seguirá a lo largo de las actividades. Se les invita que cada alumno pueda ingresar a la Plataforma Moodle. La finalidad de entrar en contacto y de paso controlar la asistencia. MOTIVACIÓN: El docente envía un mensaje a través de WhatsApp/Moodle, dando inicio a la 16°. actividad "Análisis económico", cuyo propósito es formular el análisis económico del proyecto empresarial. Observa el video "Estructura de costos." https://youtu.be/nJikyRS-nT8 A partir del video responde a las siguientes preguntas: ¿Cuál es el procedimiento para el cálculo de la inversión? ¿Cómo calcular el costo fijo, costo variable y costo unitario? El estudiante remite al docente el documento con las respuestas correspondientes. El docente recibe las respuestas enviadas por sus estudiantes, y realiza la retroalimentación a partir de las siguientes, preguntas: ¿Qué sucede si no se realiza el análisis económico del proyecto?				
	PROCESO: (Construcción del aprendizaje, recepción, elaboración o procesamiento y comunicación del aprendizaje)				
CIERRE: (Transferencia, Meta cognición y Evaluación)	El docente envía al grupo a través de WhatsApp/Moodle, las actividades de aprendizaje del desarrollo de la clase. Después de proporcionar la información se llevará a cabo un video que contiene información respecto al análisis económico. https://www.youtube.com/watch?v=0LA0HwESBSU Luego el docente hace preguntas relacionadas con el tema: ¿Cuál es el procedimiento para el cálculo de la inversión? ¿Cómo elaborar el presupuesto? ¿Cómo calcular el punto de equilibrio? ¿Cómo calcular el costo unitario? Los estudiantes envían sus respuestas a través del WhatsApp El documento debe ser grabado de la siguiente manera. Apellidos y Nombres El docente revisa las tareas, comenta los trabajos de cada uno de los estudiantes y lo evalúa. Comunica por el correo, WhatsApp/Moodle los resultados de su evaluación, fortaleciendo o retroalimentando según considere el caso.			Correos electrónicos/Moodle	Horas no presenciales Sincrónicas 1/2 horas
	TRASFERENCIA A SITUACIONES NUEVAS El docente plantea una situación Problema: la deficiente y nulo análisis económico, se formula las siguientes preguntas: ¿Cuál es el procedimiento realizar el análisis costos? ¿De qué manera la organización del trabajo de las personas contribuye con el logro del proyecto empresarial? El estudiante responde a las preguntas y enviar sus respuestas en Word donde debe incluir sus Apellidos y Nombres META COGNICIÓN El docente envía por Gmail invitaciones para que los estudiantes resuelvan en la Plataforma Moodle actividades de aprendizaje e invita a los estudiantes desarrollar el trabajo que forma parte del proceso de meta cognición de la actividad				
	INDICADORES DE LOGROS				
Formular la estructura de costos del proyecto empresarial.				INSTRUMENTOS	
				Ficha de evaluación, rubricas.	

Anexos 5: Modelo Negocio Canvas

Propuesta Modelo de Negocio Cafetería Autor: Juan Carlos Ureta Medrano

<p>8. Asociaciones Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agricultores y productores de café  • Proveedores de postres 	<p>7. Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de nuevos productos • Control de la cadena de suministro • Marketing y publicidad • Desarrollo tecnológico • Servicio al cliente  	<p>2. Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer el mejor café seleccionado  • Ambiente confortable • Servicio al cliente personalizado • Carta variada con multitud de productos 	<p>4. Relación con el Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Directa: a través de los empleados  • Indirecta: Redes sociales 	<p>1. Segmentos de Mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas entre hombres y mujeres amantes del café de buena calidad 
	<p>6. Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura del local  • Mobiliario y equipo • Recursos humanos • Marca 		<p>3. Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales  • Cafetería • Página web 	
<p>9. Estructura de Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Constitución de la empresa / Licencias de funcionamiento  • Decoración de interiores / /Mobiliarios y equipos para la cafetería • Pago de servicios / Sueldo al personal de la cafetería • Marketing y publicidad 		<p>5. Fuentes de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta de café y variedades  • Venta de postres • Venta comidas y bebidas 		

Anexo 6: Propuesta curricular.

PROPUESTA MODELO NEGOCIO CANVAS

PRESENTACIÓN

Las capacidades emprendedoras hacen mención al conjunto de conocimientos y cualidades que debe tener una persona para crear y dirigir una empresa, para el logro de sus objetivos y desarrollo económico y social. La investigación tiene como objeto de estudio en estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Teodoro Rivera Taipe - Satipo para la evaluación de las capacidades emprendedoras. Partimos del principio en que, la educación técnica es un punto estratégico del desarrollo económico y social del país, a través del cual también podemos reducir la pobreza de la población. Por lo tanto, los países están tratando de vincular y desarrollar su educación combinándola con el sector productivo. El emprendimiento social guía la innovación y la transformación social, incluidos la educación, la salud, el medio ambiente y diversas actividades. Al igual que un emprendedor, construyen organizaciones sólidas y duraderas, iniciando sus propios negocios, conlleva que pueda desarrollar habilidades técnicas para tener éxito en sus emprendimientos. El ambiente empresarial donde se desarrollan las organizaciones busca aprovechar las oportunidades más ventajosas.

Se plantea esta propuesta con 16 sesiones de aprendizaje, basado en el modelo Canvas para mejorar las capacidades emprendedoras de los estudiantes y garantizar que tengan las herramientas y el conocimiento para iniciar un negocio cuando se gradúen del instituto.

FUNDAMENTACIÓN

Actualmente, pudimos observar cómo es muy difícil para los egresados del instituto conseguir un trabajo el objetivo del campo de aprendizaje laboral es incentivar a los estudiantes a ingresar a la vida laboral, pero en realidad podemos ver que tenemos un gran déficit. Según el Ministerio de

Educación, el 70% de los estudiantes egresados de los colegios no van a los institutos ni a las universidades debido a las pocas vacantes que ofertan. En este contexto, nuestra educación superior tecnológica tiene enormes desafíos para formar estudiantes con capacidades que les permitan completar su educación integral y enfrentar con éxito los cambios que se producen en nuestra sociedad y así integrarse al mercado laboral que les permitan acceder a un trabajo digno que conduzca a una mejor calidad de vida.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un proyecto empresarial basado en el modelo de negocio Lean Canvas para mejorar las capacidades emprendedoras de estudiantes del nivel superior tecnológica.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Desarrollar actitudes emprendedoras en los estudiantes

Diseñar sesiones de aprendizaje que promuevan un pensamiento productivo

Elaborar un modelo de negocios que permita a los estudiantes crear propuestas de valor

DESARROLLO DE LAS SESIONES DE TRABAJO

¿Cómo aplicar el modelo de negocio Canvas en los estudiantes?

El objetivo de esta dinámica es que el estudiante, tenga su modelo de negocio inicial, muy parecido a la realidad y que les de ideas al momento de emprender sus proyectos

A continuación, presento la propuesta, la cual ha sido repartida en 16 sesiones de trabajo

El objetivo planteado es que el alumno tenga un modelo de negocio inicial, muy similar a la realidad y que aporte ideas para poner en marcha proyectos empresariales. A continuación, presento una propuesta dividida en 16 sesiones.

MODELO DE NEGOCIO CANVAS

Osterwalder & Pigneur (2011) desarrolló de manera gráfica y sencilla modelo de negocio, para desarrollar nuevas alternativas estratégicas. El autor describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor y establece que la mejor manera para construir un modelo es dividirlo en nueve módulos básicos.

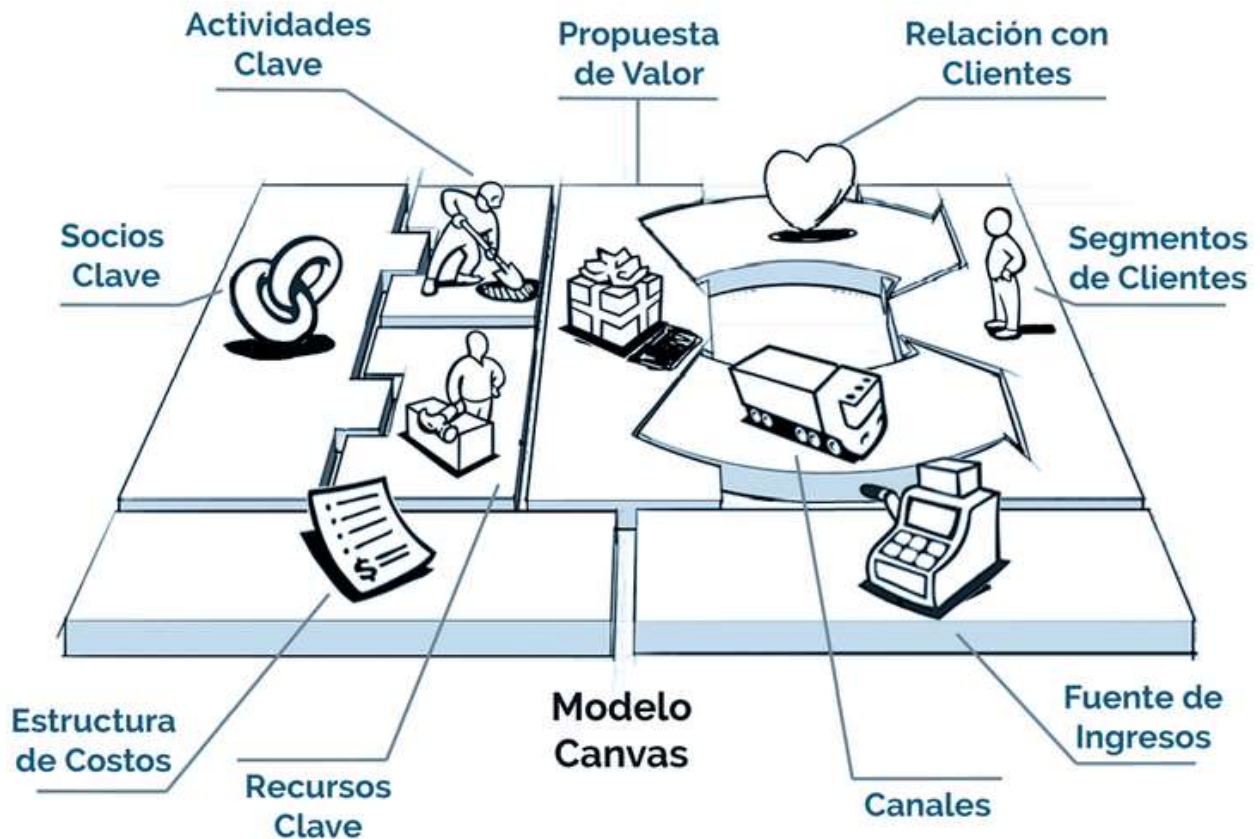


Figura: Business Model Canvas

Nota: La figura representa Business Model Canvas. Extraído de Osterwalder & Pigneur (2011)

Es importante considerar que el modelo CANVAS tiene dos lados: el lado derecho, que refleja la parte emocional el que perfila la creación de valor comercial, y el lado izquierdo, que refleja la parte lógica, es decir, la eficiencia de nuestras operaciones comerciales. El aspecto de la propuesta de valor es uno que cubre ambos lados de una participación.










Estructura del Modelo de negocio



Fuente: Modelo Osterwalder y Osterwalder

El modelo de la página permite comprobar posibles inconsistencias entre ellos, cada módulo está conectado entre sí, forma parte del sistema de negocio, es versátil y flexible a la hora de cambiar, ya que se puede determinar la viabilidad analizando diferentes opciones dentro del modelo. haciendo cambios y observando cómo reacciona el sistema tan fácilmente como emparejar diferentes módulos el lenguaje visual utilizado de manera significativa permite la creación y el desarrollo de modelos de negocios innovadores, reduciendo la complejidad y brindando una visión general de qué hacer y cómo hacerlo de un vistazo; Es una herramienta de análisis estratégico, análisis de mercados, competidores, clientes, proveedores, estructuras y procesos.

Propuesta Modelo de Negocio Cafetería Autor: Juan Carlos Ureta Medrano

<p>8. Asociaciones Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agricultores y productores de café  • Proveedores de postres 	<p>7. Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de nuevos productos • Control de la cadena de suministro • Marketing y publicidad • Desarrollo tecnológico • Servicio al cliente  	<p>2. Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer el mejor café seleccionado  • Ambiente confortable • Servicio al cliente personalizado • Carta variada con multitud de productos 	<p>4. Relación con el Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Directa: a través de los empleados  • Indirecta: Redes sociales 	<p>2. Segmentos de Mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas entre hombres y mujeres amantes del café de buena calidad 
	<p>6. Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura del local  • Mobiliario y equipo • Recursos humanos • Marca 		<p>3. Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales  • Cafetería • Página web 	
<p>9. Estructura de Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Constitución de la empresa / Licencias de funcionamiento  • Decoración de interiores / /Mobiliarios y equipos para la cafetería • Pago de servicios / Sueldo al personal de la cafetería • Marketing y publicidad 		<p>5. Fuentes de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta de café y variedades  • Venta de postres • Venta comidas y bebidas 		

Trabajo estudiantes

CASA DE LOS HUAYRUROS

Socios claves

- Diseñadora de moda
- Artesanos en textil
- Artesanos en bisuterías
- Artesanos en tallados
- Desarrolladores de la página web
- CC.NN Cubantía



Actividades claves

- Contactar al consumidor final y el producto a través de nuestra plataforma web.
- Logística integral.
- Atención al cliente.
- Producción de prendas típicas: camisas, vestidos, saratos, adornos de casa, etc.

Propuesta de valor

- Dar a conocer nuestra cultura a través de la moda
- Ropa y accesorios con acabados nativos
- y personalizados
- Comodidad
- Buena asistencia y post-venta
- Comodidad



Relaciones con el cliente

- Redes sociales
- Promociones a través de live o ofertas
- Fidelización
- Trato rápido y eficaz
- Post-venta

Segmentos de clientes

TURISTAS EXTRANJEROS CON NEGOCIOS

- GÉNERO: 60% VARONES - 40% MUJERES
- EDAD PROMEDIO VARONES: 42 AÑOS MUJERES: 36 y 34 AÑOS
- DÍAS: 7 DÍAS O MÁS APROX
- GASTOS: \$1200

TURISTAS EXTRANJEROS VACACIONES

- GÉNERO: 60% VARONES - 40% MUJERES
- EDAD PROMEDIO VARONES: 27 años
- DÍAS: 7 DÍAS O MÁS APROX
- GASTOS: \$800

TURISMO INTERNO JUNÍN

PROVINCIAS MÁS VISITADAS

- Huancayo (37,8%)
- Chanchamayo (17,6%)
- Tarma (8,8%)
- Jauja (8,8%)

MOTIVOS

- visitar familiares / amigos (48,0%)
- recreación (33,8%)
- negocios (11,7%)
- otros motivos (7,5%)

GASTOS

- turismo interno: S/ 320
- otras regiones: S/ 330 en promedio
- visitaron su propia región: S/ 183



Recursos claves

- Página web oficial
- Redes sociales
- Contactos con artesanos
- Base de datos
- Fotografías de los productos

Estructura de costes

- Fotografos y diseñadores
- Recursos humanos
- Soporte y mantenimiento de plataforma web
- Diseñador y programador de página web



Fuente de ingresos

- Transfeencia bancaria
- Tarjeta de credito o debito
- Yapeo



Anexos 6: Base datos

CAPACIDAD EMPRENDEDORA: POST TEST GRUPO EXPERIMENTAL

SUJETOS	Percepción de oportunidades							Σ	Motivaciones personales							Σ	Habilidades para crear una empresa												Σ	TOTAL			
1	4	5	4	4	5	4	3	29	3	3	5	5	3	5	5	5	4	38	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	50	117
2	4	3	3	3	3	3	5	24	4	4	5	4	4	4	5	4	5	39	4	5	5	3	4	3	5	3	4	3	5	3	4	51	114
3	4	3	5	4	3	5	3	27	4	3	5	3	4	3	5	3	4	34	3	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	5	53	114
4	3	4	3	3	4	3	4	24	3	4	3	4	3	4	3	4	5	33	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	5	3	4	49	106
5	4	3	4	4	3	4	3	25	5	4	5	5	5	4	5	5	4	42	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	50	117
6	3	3	3	3	3	3	4	22	3	4	3	4	5	4	3	4	5	35	4	5	5	5	4	3	5	5	4	3	5	3	5	56	113
7	4	4	3	4	4	3	3	25	4	3	5	3	4	3	5	3	4	34	3	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	5	53	112
8	4	3	4	4	3	4	4	26	3	4	3	4	3	4	3	4	5	33	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	5	3	5	50	109
9	3	4	3	3	4	3	3	23	3	4	5	5	3	4	5	5	4	38	3	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	5	53	114
10	3	3	5	3	3	5	4	26	5	3	3	4	5	5	3	4	5	37	4	3	5	5	4	5	5	3	4	3	5	3	4	53	116
11	4	4	3	4	4	3	3	25	3	3	5	3	3	3	5	3	4	32	3	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	5	53	110
12	3	3	4	3	3	4	3	23	4	4	3	5	4	4	3	5	5	37	4	5	5	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	58	118
13	4	3	3	4	3	3	4	24	3	4	5	3	3	4	5	3	4	34	3	4	4	5	5	4	4	5	3	4	5	5	4	55	113
14	3	4	3	3	4	3	3	23	3	4	3	4	3	4	3	4	5	33	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	5	3	5	50	106
15	4	3	3	4	3	3	3	23	4	3	5	5	4	3	5	2	4	35	3	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	53	111
16	3	4	4	3	4	4	4	26	3	4	3	5	3	4	3	5	5	35	4	5	4	3	4	3	4	5	4	3	4	3	5	51	112
17	4	3	3	4	3	3	3	23	3	4	5	5	5	4	5	5	4	40	3	4	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	58	121
18	4	4	5	4	4	5	4	30	5	3	3	3	5	3	3	3	5	33	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	5	53	116
19	4	4	3	4	4	3	3	25	3	3	5	4	3	3	5	4	4	34	5	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	5	55	114
20	3	3	4	3	3	4	4	24	3	4	3	5	3	4	3	5	5	35	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	5	3	5	50	109
21	3	4	3	3	4	3	4	24	5	4	3	4	5	4	3	4	4	36	3	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	4	55	115
22	4	3	4	4	3	4	3	25	3	3	5	5	5	4	5	5	5	40	4	5	5	5	4	3	5	5	5	3	5	5	5	59	124
23	4	3	3	4	3	3	3	23	3	4	4	3	3	4	4	5	4	34	3	4	5	5	3	4	4	5	3	4	4	5	4	53	110
24	4	4	3	4	4	3	4	26	5	3	4	4	5	3	4	4	5	37	4	3	5	3	4	5	5	3	5	3	5	3	5	53	116

25	4	4	3	4	4	3	3	25	3	4	3	5	3	4	3	5	4	34	3	4	4	5	3	4	4	5	3	4	5	5	4	53	112
26	3	3	5	3	3	5	4	26	3	4	4	4	3	4	4	4	5	35	4	3	5	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	56	117
27	3	4	3	3	4	3	4	24	5	3	3	3	5	3	3	3	4	32	5	4	4	5	3	4	4	5	3	4	5	2	5	53	109
28	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	4	5	3	3	4	5	5	35	4	5	5	3	4	3	5	3	4	3	5	3	4	51	107
29	3	4	4	3	4	4	4	26	4	4	3	5	4	4	3	5	4	36	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	50	112
30	3	3	3	3	3	3	3	21	3	4	5	5	3	4	5	5	5	39	3	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	3	5	56	116
31	4	4	3	4	4	3	4	26	5	3	4	3	5	3	4	5	4	36	4	5	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	5	55	117
32	3	4	3	3	4	3	3	23	3	4	3	4	3	4	3	4	3	31	3	5	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	59	113
33	4	3	4	4	3	4	5	27	3	4	5	5	3	4	5	3	4	36	4	3	4	5	4	5	4	5	5	3	4	5	5	56	119
34	3	4	3	3	4	3	3	23	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	3	4	5	3	3	4	5	3	3	4	5	5	5	52	110
35	4	4	5	4	4	5	4	30	3	5	3	5	3	5	3	5	4	36	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	52	118
36	3	3	3	3	3	3	3	21	3	4	5	4	3	4	5	4	5	37	3	4	5	3	3	4	5	5	3	4	5	3	5	52	110
37	4	4	5	4	4	5	4	30	5	3	3	3	5	3	3	3	4	32	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	5	53	115
38	3	4	3	3	4	3	3	23	3	4	4	4	3	4	4	4	3	33	5	4	5	5	3	4	5	5	3	4	5	5	5	58	114
39	4	4	3	4	4	3	4	26	3	5	3	5	5	5	3	5	5	39	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	5	53	118
40	3	3	3	3	3	3	3	21	5	3	3	4	5	3	3	4	3	33	3	4	5	3	5	4	5	3	3	4	5	5	5	54	108
41	4	3	5	4	3	5	4	28	3	5	5	3	3	5	5	3	4	36	4	3	5	4	4	3	5	4	4	3	5	4	5	53	117
42	3	4	3	3	4	3	3	23	5	3	3	5	5	3	3	5	3	35	3	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	5	53	111
43	4	3	4	4	3	4	4	26	3	4	5	3	3	4	5	3	5	35	4	5	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	5	55	116
44	3	4	3	3	4	3	3	23	3	5	3	4	3	5	3	4	3	33	3	4	5	5	3	4	5	5	3	4	5	5	5	56	112
45	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	55	127
46	3	4	3	3	4	3	4	24	3	4	3	4	3	4	3	4	5	33	5	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	3	5	58	115
47	4	4	3	4	4	3	3	25	3	3	5	5	3	3	5	5	3	35	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	53	113
48	3	4	4	3	4	4	4	26	5	4	5	4	5	4	3	4	3	37	3	4	5	3	5	4	5	3	3	4	5	3	5	52	115
49	4	3	3	4	3	3	3	23	3	3	5	3	3	3	5	3	5	33	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	55	111
50	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	4	5	4	5	4	3	40	3	4	5	5	3	4	5	5	3	4	5	5	5	56	124
51	4	4	3	4	4	3	3	25	3	3	3	5	3	3	3	5	3	31	4	5	4	5	4	3	4	5	4	3	4	2	4	51	107
52	3	4	3	3	4	3	3	23	5	4	5	4	5	4	5	4	3	39	3	4	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	5	56	118
53	4	3	4	4	3	4	4	26	3	3	5	5	3	3	5	3	3	33	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	50	109
54	3	4	3	3	4	3	3	23	3	5	5	4	3	5	3	4	3	35	3	4	5	3	3	4	5	3	3	4	5	3	5	50	108
55	3	4	3	3	4	3	3	23	4	3	5	5	4	3	5	5	3	37	3	4	5	5	3	4	5	5	3	4	5	5	5	56	116

56	4	4	3	4	4	3	4	26	3	4	3	3	3	4	3	3	5	31	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	57	114
57	4	3	4	4	3	4	3	25	5	3	5	4	5	3	5	4	5	39	5	4	5	5	3	4	5	5	3	4	2	5	5	55	119
58	3	3	3	3	3	3	4	22	3	4	3	5	3	4	3	5	3	33	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4	48	103
59	4	3	3	4	3	3	3	23	5	3	5	4	5	3	5	4	5	39	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	55	117
60	3	4	4	3	4	4	3	25	3	4	4	3	3	4	4	3	3	31	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	5	53	109

POST TEST GRUPO CONTROL

CAPACIDAD EMPRENDEDORA

SUJETOS	Percepción de oportunidades							Σ	Motivaciones personales							Σ	Habilidades para crear una empresa											Σ	TOTAL				
	2	5	4	2	5	4	3		3	3	5	5	3	3	5		5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3			4	4	4	2
1	2	5	4	2	5	4	3	25	3	3	5	5	3	3	5	5	4	36	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	47	108
2	3	3	3	3	3	3	5	23	4	4	2	4	4	4	2	4	2	30	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	5	3	4	49	102
3	2	3	5	2	3	5	3	23	4	3	2	3	4	3	2	3	4	28	3	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	2	2	41	92
4	3	2	3	3	2	3	4	20	3	4	3	4	3	4	3	4	2	30	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	5	3	4	49	99
5	2	3	4	2	3	4	3	21	5	4	2	5	5	4	2	5	4	36	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	47	104
6	3	3	3	3	3	3	4	22	3	4	3	4	3	4	3	4	2	30	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	5	3	2	47	99
7	2	2	3	2	2	3	3	17	4	3	2	3	4	3	2	3	4	28	3	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	2	4	43	88
8	2	3	4	2	3	4	4	22	3	4	3	4	3	4	3	4	2	30	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	5	3	2	47	99
9	3	4	3	3	4	3	3	23	3	4	2	5	3	4	2	5	4	32	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	47	102
10	3	3	5	3	3	5	4	26	5	3	3	4	5	3	3	4	2	32	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	5	3	4	49	107
11	2	2	3	2	2	3	3	17	3	3	2	3	3	3	2	3	4	26	3	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	2	2	41	84
12	3	3	4	3	3	4	3	23	4	4	3	2	4	4	3	2	2	28	4	3	5	1	4	3	5	1	4	3	5	1	2	41	92
13	2	3	3	2	3	3	4	20	3	4	2	3	3	4	2	3	4	28	3	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	2	4	43	91
14	3	2	3	3	2	3	3	19	3	4	3	4	3	4	3	4	2	30	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	5	3	2	47	96
15	2	3	3	2	3	3	3	19	4	3	2	2	4	3	2	2	4	26	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	47	92
16	3	2	4	3	2	4	4	22	3	4	3	1	3	4	3	1	2	24	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	46	92
17	2	3	3	2	3	3	3	19	3	4	2	2	3	4	2	2	4	26	3	4	5	2	3	4	5	2	3	4	5	2	2	44	89
18	2	4	5	2	4	5	4	26	5	3	3	3	5	3	3	3	2	30	4	3	4	1	4	3	4	1	4	3	4	1	2	38	94
19	2	2	3	2	2	3	3	17	3	3	2	4	3	3	2	4	4	28	3	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	2	4	43	88
20	3	3	4	3	3	4	4	24	3	4	3	5	3	4	3	5	2	32	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	5	3	2	47	103
21	3	2	3	3	2	3	4	20	5	4	3	4	5	4	3	4	4	36	3	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	2	4	43	99
22	4	3	4	4	3	4	3	25	3	3	2	5	3	3	2	5	2	28	4	3	5	1	4	3	5	1	4	3	5	1	2	41	94
23	2	3	3	2	3	3	3	19	3	4	4	3	3	4	4	3	4	32	3	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	2	4	43	94
24	2	2	3	2	2	3	4	18	5	3	4	4	5	3	4	4	2	34	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	5	3	2	47	99
25	2	4	3	2	4	3	3	21	3	4	3	5	3	4	3	5	4	34	3	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	2	4	43	98
26	3	3	5	3	3	5	4	26	3	4	4	4	3	4	4	4	2	32	4	3	5	1	4	3	5	1	4	3	5	1	2	41	99

27	3	4	3	3	4	3	4	24	5	3	3	3	5	3	3	3	4	32	3	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	2	2	41	97
28	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	4	2	3	3	4	2	2	26	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	40	87
29	3	2	4	3	2	4	4	22	4	4	3	1	4	4	3	1	4	28	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	47	97
30	3	3	3	3	3	3	3	21	3	4	2	2	3	4	2	2	2	24	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	4	40	85
31	2	2	3	2	2	3	4	18	5	3	4	3	5	3	4	3	4	34	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	2	41	93
32	3	4	3	3	4	3	3	23	3	4	3	4	3	4	3	4	3	31	3	4	2	1	3	4	2	1	3	4	2	1	2	32	86
33	4	3	4	4	3	4	5	27	3	4	2	3	3	4	2	3	4	28	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	43	98
34	3	4	3	3	4	3	3	23	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	2	38	96
35	2	4	5	2	4	5	4	26	3	5	3	5	3	5	3	5	4	36	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	49	111
36	3	3	3	3	3	3	3	21	3	4	2	4	3	4	2	4	2	28	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	2	38	87
37	2	4	5	2	4	5	4	26	5	3	3	3	5	3	3	3	4	32	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	43	101
38	3	4	3	3	4	3	3	23	3	4	4	4	3	4	4	4	3	33	3	4	2	1	3	4	2	1	3	4	2	1	2	32	88
39	4	2	3	4	2	3	4	22	3	5	3	5	3	5	3	5	2	34	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	43	99
40	3	3	3	3	3	3	3	21	5	3	3	4	5	3	3	4	3	33	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	2	38	92
41	2	3	5	2	3	5	4	24	3	5	5	3	3	5	5	3	4	36	4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	43	103
42	3	2	3	3	2	3	3	19	5	3	3	2	5	3	3	2	3	29	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	44	92
43	2	3	4	2	3	4	4	22	3	4	5	3	3	4	5	3	2	32	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	2	41	95
44	3	4	3	3	4	3	3	23	3	5	3	4	3	5	3	4	3	33	3	4	2	1	3	4	2	1	3	4	2	1	2	32	88
45	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	5	2	2	2	5	2	24	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	43	81
46	3	2	3	3	2	3	4	20	3	4	3	4	3	4	3	4	2	30	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	2	38	88
47	2	2	3	2	2	3	3	17	3	3	5	5	3	3	5	5	3	35	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	49	101
48	3	4	4	3	4	4	4	26	5	4	3	4	5	4	3	4	3	35	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	2	38	99
49	4	3	3	4	3	3	3	23	3	3	5	3	3	3	5	3	2	30	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	43	96
50	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	4	2	2	2	4	3	23	3	4	2	1	3	4	2	1	3	4	2	1	2	32	69
51	2	2	3	2	2	3	3	17	3	3	3	5	3	3	3	5	3	31	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	43	91
52	3	4	3	3	4	3	3	23	5	4	5	4	5	4	5	4	3	39	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	2	38	100
53	4	3	4	4	3	4	4	26	3	3	5	3	3	3	5	3	3	31	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	49	106
54	3	4	3	3	4	3	3	23	3	5	3	4	3	5	3	4	3	33	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	2	38	94
55	3	2	3	3	2	3	3	19	4	3	5	5	4	3	5	5	3	37	3	4	2	2	3	4	2	2	3	4	2	2	2	35	91
56	4	4	3	4	4	3	4	26	3	4	3	3	3	4	3	3	2	28	4	3	4	1	4	3	4	1	4	3	4	1	4	40	94
57	2	3	4	2	3	4	3	21	5	3	5	4	5	3	5	4	2	36	3	4	2	2	3	4	2	2	3	4	2	2	2	35	92

58	3	3	3	3	3	3	4	22	3	4	3	5	3	4	3	5	3	33	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	46	101
59	4	3	3	4	3	3	3	23	5	3	5	4	5	3	5	4	2	36	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	2	4	2	41	100
60	3	4	4	3	4	4	3	25	3	4	4	3	3	4	4	3	3	31	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	2	50	106		

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

13%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote

Trabajo del estudiante

13%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo