

Universidad de Lima
Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas
Carrera de Administración



CASO DE ESTUDIO COLEGIO PERUANO CHINO JUAN XXIII: INFLUENCIA DE LOS FACTORES EDUCATIVOS Y SOCIALES EN EL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ALUMNOS

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración

Miguel Augusto Delgadillo Azabache

Código 20082181

Eddy Huang Li

Código 20132845

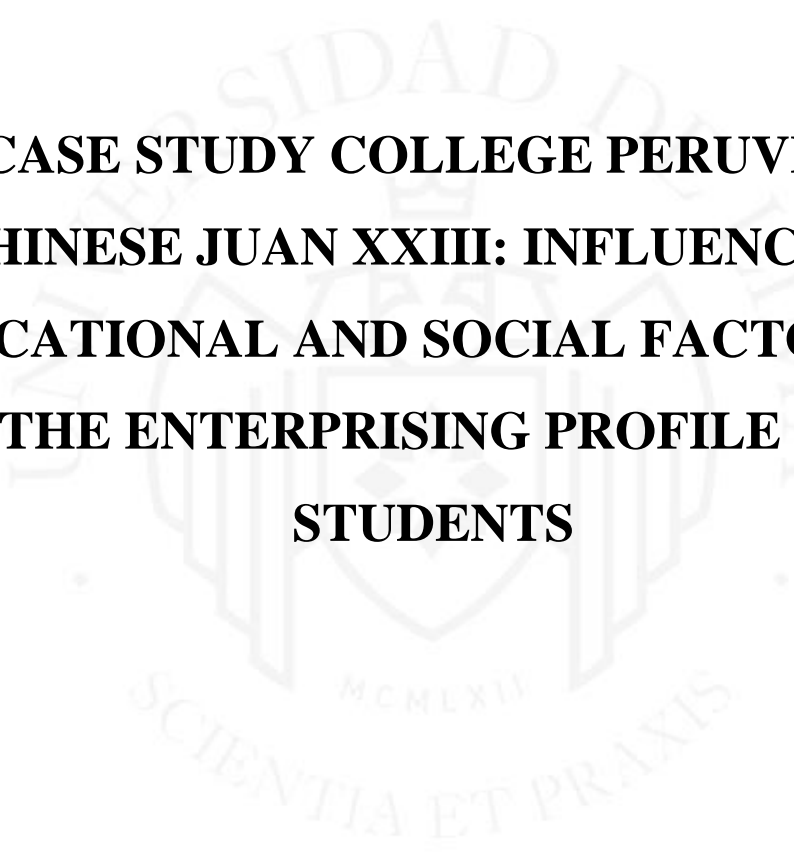
Asesor

Mariella del Carmen del Barco Herrera

Lima – Perú

Agosto del 2022





**CASE STUDY COLLEGE PERUVIAN
CHINESE JUAN XXIII: INFLUENCE OF
EDUCATIONAL AND SOCIAL FACTORS ON
THE ENTERPRISING PROFILE OF
STUDENTS**

DEDICATORIA

Miguel Delgadillo:

A mi familia quienes fueron mi principal soporte en esta etapa y que estuvieron en todo momento con su apoyo incondicional y su sacrificio constante. Tanto mi padre, madre, hermano y mis sobrinos me forjaron como la persona que soy en la actualidad, muchos de mis logros se los debo a ustedes.

A mi novia, Consuelo Villaverde, gracias infinitas por toda tu ayuda y buena voluntad. Desde el inicio me diste tu apoyo para poder seguir adelante en este largo camino. Por entenderme en todo. Doy gracias a ella porque en todo momento fue mi apoyo incondicional.

A las personas que desde el cielo nos brindan su guía espiritual.

Eddy Huang:

Deseo agradecer profundamente a todas las personas que con su colaboración hicieron lo posible para poder realizar esta investigación, en especial a los miembros del Colegio Juan XXIII: Jennifer Paján, Zoila Tantaleán y su equipo.

También quiero agradecer a mi familia, quienes fueron mi principal apoyo en esta etapa y que estuvieron en todo momento con su apoyo incondicional, constante y sacrificio.

Por último, este documento no habría sido viable sin el asesoramiento de Neptali Jesús Barnett, Jessika Milagros Vásquez y Mariella del Carmen del Barco Herrera, quienes estuvieron con todo su apoyo a nuestro lado, durante la realización de esta investigación.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1 Descripción del problema	2
1.2 Formulación del problema	6
1.2.1 Problema general.....	6
1.2.2 Problemas específicos	6
1.3 Objetivos de la investigación	6
1.3.1 Objetivo general	6
1.3.2 Objetivos específicos	6
1.4 Justificación de la investigación	7
1.4.1 Justificación tecnológica	8
1.4.2 Justificación económica	9
1.4.3 Justificación social	9
1.4.4 Justificación ambiental u otras	10
1.5 Importancia de la investigación	10
1.6 Viabilidad de la investigación	10
1.7 Limitaciones de estudio	11
1.7.1 Delimitación geográfica	11
1.7.2 Delimitación sectorial	11
1.7.3 Delimitación por procesos u otras.....	11
1.7.4 Exclusiones	11
CAPITULO II: MARCO TEORICO	12
2.1 Antecedentes de la investigación	12
2.1.1. Tesis internacionales	12
2.1.2. Tesis nacionales	13
2.2. Bases teóricas	13
2.2.1 Variable independiente: perfil del emprendedor	13
2.2.1.1 Dimensión seguridad.....	15
2.2.1.2 Dimensión creatividad	16
2.2.1.3 Dimensión innovación	16

2.2.2 Variable dependiente: Factor educativo.....	17
2.2.2.1 Dimensión malla curricular.....	18
2.2.2.2 Dimensión actividades complementarias.....	19
2.2.3 Variable dependiente: Factor social.....	19
2.2.3.1 Dimensión círculo cercano.....	20
2.2.3.2 Dimensión exposición a redes de comunicación.....	21
CAPITULO III: HIPÓTESIS – VARIABLES – ASPECTO DEONTOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	26
3.1 Hipótesis de la investigación.....	26
3.1.1 Hipótesis general.....	26
3.1.2 Hipótesis específicas.....	26
3.2 Matriz de operacionalización.....	26
3.2.1 Variables.....	26
3.2.2 Matriz de operacionalización de variables.....	28
CAPITULO IV: METODOLOGÍA APLICADA EN LA INVESTIGACIÓN.....	32
4.1. Diseño metodológico.....	32
4.2. Diseño Muestral.....	33
4.3 Instrumentos de recolección de datos.....	33
4.4 Procesamiento de información.....	35
4.5 Alfa de Cronbach.....	37
CAPITULO V: DISCUSIÓN.....	42
CONCLUSIONES.....	61
RECOMENDACIONES.....	63
BIBLIOGRAFÍA.....	65
ANEXOS.....	70
Instrumento de la investigación.....	72
Validez del instrumento.....	75
Cronograma de ejecución.....	77
Apéndices.....	79
Encuestas.....	87

INDICE DE TABLA

Tabla 1.41 Encuesta de emprendimiento	7
Tabla 1.42 Emprendimiento durante la pandemia	7
Tabla 1.43 Emprendimiento durante la pandemia – por edades	8
Tabla 2.2.3.2 Cuadro resumen de aportes a la investigación.....	22
Tabla 3.2.1 Modelo propuesto de estudio.....	27
Tabla 3.2.2 Matriz de operacionalización de variables.....	28
Tabla 4.2 Diseño muestral	33
Tabla 4.31 Instrumento del cuestionario de preguntas	34
Tabla 4.32 Número de preguntas por variables	34
Tabla 4.33 Validaciones del instrumento	35
Tabla 4.41 Datos de la población encuestada	36
Tabla 4.42 Edades de la población encuestada.....	36
Tabla 4.43 Grupo encuestados por edades.....	36
Tabla 4.44 Grupo encuestados por sexo	37
Tabla 4.51 Alfa de cronbach.....	38
Tabla 4.52 Alfa de cronbach por preguntas	38
Tabla 5.01 Correlación tabla de valores	42
Tabla 5.02 Correlaciones de la dimensión malla curricular	43
Tabla 5.03 Correlaciones de la dimensión actividad complementaria	44
Tabla 5.04 Correlaciones de la dimensión círculo cercano	45
Tabla 5.05 Correlaciones de la dimensión exposición a medios	46
Tabla 5.06 Correlaciones de la dimensión seguridad	47
Tabla 5.07 Correlaciones de la dimensión creatividad.....	48
Tabla 5.08 Correlaciones de la dimensión innovación	49
Tabla 5.09 Correlaciones de las dimensiones con variable factor educativo	50
Tabla 5.10 Correlaciones de las dimensiones con variable factor social.....	51
Tabla 5.11 Correlaciones con la variable perfil emprendedor	52
Tabla 5.12 Correlaciones con las variables dependiente e independiente	54
Tabla 5.13 Resumen de las correlaciones por preguntas	55
Tabla 5.14 Resumen de las correlaciones - por dimensiones	56

Tabla 5.15 Resumen de las correlaciones con la variable dependiente vs variable independiente	56
Tabla 5.16 Valores de correlaciones	57
Tabla 5.17 Prueba de Spearman con la variable educativo y sus dimensiones	58
Tabla 5.18 Prueba de Spearman con la variable social y sus dimensiones	59
Tabla 5.19 Prueba de Spearman con la dependiente y sus dimensiones	60



INDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Población económicamente activa	3
Figura 1.2 Población económicamente activa masculina	3
Figura 1.3 Población económicamente activa femenina	4
Figura 1.4 Población ocupada, según sexo, grupos de edad y nivel de educación.....	4



INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia.....	71
Anexo 2: Instrumento de investigación	72
Anexo 3: Validez de instrumento	75
Anexo 4: Cronograma de ejecución.....	77
Anexo 6: Apéndices.....	79
Anexo 7: Encuestas.....	87



RESUMEN

La presente investigación se basa en los factores que influyen en el perfil emprendedor de los alumnos de 4to y 5to año del nivel secundario del Colegio Peruano Chino Juan XXIII, para lo cual se ha realizado un estudio cuantitativo a través del instrumento del cuestionario en escala Likert.

Esta investigación propone analizar cuál de los factores analizados, factor educativo o factor social, tiene mayor influencia en el perfil emprendedor de los alumnos del colegio en mención, para ello se ha utilizado la herramienta IBM SPSS Statistics, la cual nos brindará los resultados necesarios para realizar el análisis correspondiente.

En los próximos capítulos se desarrollará la problemática del emprendimiento en el país y como esté se ha desarrollado a lo largo de los años. El marco teórico, nos dará un respaldo de como se ha llegado a obtener dichas variables y que otras investigaciones se han realizado en el marco de emprendimiento en etapa escolar.

Asimismo, con el desarrollo de nuestra investigación analizaremos que dimensiones son determinantes en los factores de estudio.

Por último, se concluirá la investigación con las conclusiones y recomendaciones sobre los resultados obtenidos que nos dará un mayor alcance.

Código de Línea de Investigación: 5200 – 31.c1

Palabras claves: emprendedor, emprendimiento, educación, social, correlación.

ABSTRACT

The present investigation is based on the factors that influence the entrepreneurship of the 4th and 5th year students of the secondary level of the Colegio Peruano Chino Juan XXIII, for which a quantitative study has been carried out through the Likert scale questionnaire instrument.

This research proposes to analyze which of the analyzed factors, educational factor or social factor, has the greatest influence on the entrepreneurial profile of the students of the school in question, for which the IBM SPSS Statistics tool has been used, which will provide us with the necessary results to carry out the corresponding analysis.

In the next chapters, the problem of entrepreneurship in the country will be developed and how it has developed over the years. The theoretical framework will give us a backup of how these variables have been obtained and that other research has been carried out within the framework of entrepreneurship in the school stage.

Likewise, with the development of our research, we will analyze which dimensions are decisive in the study factors.

Finally, the investigation will be concluded with the conclusions and recommendations on the results obtained that will give us a greater scope.

Line of search: 5200 – 31.c1

Key words: Entrepreneur, Entrepreneurship, education, social, correlation.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación es desarrollada dentro del marco del emprendimiento estudiantil que tiene como objetivo identificar los factores que influyen en el perfil emprendedor de los alumnos del nivel secundario del colegio Juan XXIII, a fin de que puedan desarrollar las competencias emprendedoras teniendo una visión al futuro competitivo.

Dentro del perfil del emprendedor de un alumno del nivel secundario existen dimensiones que son parte del caso de estudio; como, por ejemplo, el nivel de creatividad, seguridad e innovación que pueden desarrollar los jóvenes.

En la actualidad, muchos jóvenes terminan el colegio con una idea definida sobre la carrera que desean seguir y en algunos casos, tienen en mente alguna idea creativa o innovadora que les permite poder plasmarla en un negocio a largo plazo. Sin embargo, en ocasiones, la falta de conocimiento respecto a la educación emprendedora hace que muchas de estas ideas no se ejecuten o que los negocios que puedan emprender; en el mejor de los casos, sean solo a corto o mediano plazo.

De acuerdo a lo expuesto en líneas anteriores, el siguiente caso de estudio, conlleva a realizar un breve análisis del colegio Juan XXIII, en donde se identificará la influencia que puede tener los factores educativos; tales como, la malla escolar del colegio y el número de actividades complementarias que les permite desarrollar a los alumnos diversas competencias emprendedoras.

Además, resulta importante identificar los factores sociales, de los cuales, se pueden obtener diversas variables que pueden influir en los alumnos; ya sea el círculo cercano y la exposición a medios de comunicación; que el alumno puede obtener a lo largo de su experiencia dentro del colegio.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

En el distrito de San Miguel se ubican innumerables centros educativos particulares y nacionales. Entre ellos se encuentra el colegio Juan XXIII, el cual brinda a los alumnos diversas herramientas para que puedan desarrollar el nivel académico de una manera óptima. Los estudiantes están guiados por docentes calificados; quienes los orientan a desarrollar distintas capacidades para la vida futura.

En el nivel secundario del colegio Juan XXIII, los alumnos de 4to y 5to año despliegan diversos proyectos de emprendimiento económico o social; los cuales les permiten desarrollar competencias profesionales para resolver problemas relacionados a su propio entorno en un futuro cercano. Según el sondeo realizado en esta investigación, los jóvenes del sector secundario terminan sus estudios con una idea de poder trabajar en una empresa; es decir, en sus planes no está liderar un negocio propio en un futuro.

Por otro lado, la generación de los alumnos que representan la muestra de esta investigación, son llamados centennials; los cuales tienen la capacidad de entender la tecnología y de poder tener acceso a fuentes de información que les puede permitir desarrollar un nivel superior en distintas áreas de sus vidas. En este sentido, los medios digitales se han vuelto un medio de comunicación muy influyente en donde los emprendedores muestran sus negocios a fin de poder captar la mayor atención del cliente. Por esta razón, en la presente investigación, el factor social es descrito como uno de los puntos importantes para tener en cuenta la influencia de este factor en el perfil del emprendedor del alumno del colegio Juan XXIII.

Como parte de esta investigación se requieren informes estadísticos acerca del emprendimiento y sobre todo el rango de la población económicamente activa para laborar (PEA):

Figura 1.1

Población económicamente activa

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA													
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA, SEGÚN ÁMBITO GEOGRÁFICO, 2008-2020													
<i>(Miles de personas)</i>													
Ámbito geográfico	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total	15 156.8	15 451.3	15 738.1	15 948.8	16 143.1	16 326.5	16 396.4	16 498.4	16 903.7	17 215.7	17 462.8	17 830.5	16 095.0
Área de residencia													
Urbana	10 961.3	11 241.7	11 591.1	11 852.8	12 115.1	12 345.2	12 436.4	12 584.1	13 066.1	13 396.5	13 663.7	14 031.5	12 324.9
Rural	4 195.6	4 209.7	4 147.0	4 096.0	4 028.0	3 981.3	3 960.0	3 914.3	3 837.6	3 819.2	3 799.1	3 798.9	3 770.1
Región natural													
Costa	8 140.1	8 339.8	8 550.6	8 639.1	8 854.0	8 889.0	8 888.9	8 984.1	9 331.7	9 537.9	9 694.1	9 927.3	8 476.9
Sierra	5 074.0	5 147.1	5 178.5	5 255.9	5 214.8	5 346.4	5 388.2	5 423.0	5 420.8	5 486.6	5 552.7	5 646.3	5 399.4
Selva	1 942.7	1 964.5	2 009.0	2 053.8	2 074.3	2 091.1	2 119.2	2 091.3	2 151.2	2 191.2	2 215.9	2 256.9	2 218.7
Departamento													
Lima Metropolitana 1/	4 238.8	4 286.2	4 433.2	4 509.4	4 621.7	4 600.8	4 585.4	4 693.3	4 884.3	5 032.2	5 072.9	5 181.8	4 361.7
Lima 2/	453.2	472.9	459.4	479.8	486.4	477.7	476.9	489.7	503.4	511.1	509.9	517.2	442.8

1/ Denominación establecida mediante Ley N° 31140, las publicaciones estadísticas referidas a la provincia de Lima se denominarán en adelante Lima Metropolitana y comprende los 43 distritos.

2/ Denominación establecida mediante Ley N° 31140, las publicaciones estadísticas referidas a la Región Lima, se denominarán en adelante Departamento de Lima y comprende las provincias de : Barranca, Cajatambo, Canta, Cañete, Huaral, Huarochiri, Huaura, Oyón y Yauyos.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-Encuesta Nacional de Hogares.

Nota: PEA por ámbito geográfico 2008-2020, por INEI, 2020. (<https://m.inei.gov.pe/estadisticas/indicetematico/ocupacion-y-vivienda/>)

Podemos observar como en el año 2020 disminuyó un 16% (895 miles de personas) a comparación del 2019 la PEA en Lima.

Figura 1.2

Población económicamente activa masculina

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA MASCULINA, SEGÚN ÁMBITO GEOGRÁFICO, 2008-2020													
<i>(Miles de personas)</i>													
Ámbito geográfico	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total	8 494.4	8 639.7	8 743.0	8 886.1	9 005.6	9 101.5	9 191.7	9 288.3	9 464.1	9 579.1	9 695.8	9 891.5	9 281.0
Área de residencia													
Urbana	6 093.9	6 253.7	6 376.3	6 536.5	6 674.1	6 806.6	6 890.4	7 015.6	7 231.8	7 361.9	7 492.1	7 692.4	7 064.8
Rural	2 400.5	2 386.0	2 366.7	2 349.6	2 331.5	2 295.0	2 301.2	2 272.7	2 232.3	2 217.2	2 203.7	2 199.1	2 216.2
Departamento													
Lima Metropolitana 1/	2 312.3	2 340.9	2 412.0	2 435.1	2 487.7	2 499.9	2 477.2	2 559.6	2 669.1	2 682.1	2 703.5	2 803.9	2 453.9
Lima 2/	262.4	273.7	263.9	263.9	270.8	276.6	279.8	292.1	283.1	291.5	283.6	290.6	262.3

1/ Denominación establecida mediante Ley N° 31140, las publicaciones estadísticas referidas a la provincia de Lima se denominarán en adelante Lima Metropolitana y comprende los 43 distritos.

2/ Denominación establecida mediante Ley N° 31140, las publicaciones estadísticas referidas a la Región Lima, se denominarán en adelante Departamento de Lima y comprende las provincias de : Barranca, Cajatambo, Canta, Cañete, Huaral, Huarochiri, Huaura, Oyón y Yauyos.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-Encuesta Nacional de Hogares.

Nota: PEA Masculina 2008-2020, por INEI, 2020. (<https://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/ocupacion-y-vivienda/>)

Podemos observar como en el año 2020 disminuyó 12% (378 miles de personas) a comparación del 2019 la PEA masculina en Lima.

Figura 1.3

Población económicamente activa femenina

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA FEMENINA, SEGÚN ÁMBITO GEOGRÁFICO, 2008-2020													
(Miles de personas)													
Ámbito geográfico	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total	6 662.4	6 811.7	6 995.0	7 062.7	7 137.5	7 224.9	7 204.7	7 210.1	7 439.6	7 636.7	7 766.9	7 938.9	6 814.0
Área de residencia													
Urbana	4 867.3	4 988.0	5 214.8	5 316.3	5 441.0	5 538.6	5 545.9	5 568.5	5 834.3	6 034.6	6 171.6	6 339.1	5 260.0
Rural	1 795.1	1 823.7	1 780.2	1 746.4	1 696.5	1 686.3	1 658.7	1 641.6	1 605.3	1 602.1	1 595.3	1 599.8	1 553.9
Departamento													
Lima Metropolitana 1/	1 926.5	1 945.2	2 021.2	2 074.2	2 134.0	2 100.9	2 108.2	2 133.7	2 215.2	2 350.1	2 369.3	2 377.9	1 907.8
Lima 2/	190.8	199.2	195.5	215.9	215.6	201.1	197.2	197.6	220.2	219.6	226.4	226.6	180.5

1/ Denominación establecida mediante Ley N° 31140, las publicaciones estadísticas referidas a la provincia de Lima se denominarán en adelante Lima Metropolitana y comprende los 43 distritos.
2/ Denominación establecida mediante Ley N° 31140, las publicaciones estadísticas referidas a la Región Lima, se denominarán en adelante Departamento de Lima y comprende las provincias de : Barranca, Cajatambo, Canta, Cañete, Huaral, Huarochirí, Huaura, Oyón y Yauyos.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-Encuesta Nacional de Hogares.

Nota: PEA Femenina 2008-2020, por INEI, 2020. (<https://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/ocupacion-y-vivienda/>)

Podemos observar como en el año 2020 disminuyó 20% (378 miles de personas) a comparación del 2019 la PEA femenina en Lima.

Figura 1.4

Población ocupada, según sexo, grupos de edad y nivel de educación

POBLACIÓN OCUPADA, SEGÚN SEXO, GRUPOS DE EDAD Y NIVEL DE EDUCACIÓN, 2007-2020														
(Miles de personas)														
Sexo/ Grupos de edad/ Nivel de educación	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total	4 016.7	4 040.9	4 135.4	4 332.1	4 414.8	4 484.9	4 594.2	4 642.6	4 689.9	4 782.2	4 846.0	4 885.1	4 914.1	3 779.6
Hombre	2 246.5	2 278.7	2 293.7	2 396.4	2 460.7	2 488.1	2 534.1	2 538.7	2 576.0	2 630.2	2 645.2	2 665.4	2 669.6	2 110.4
Mujer	1 770.2	1 762.2	1 841.7	1 935.7	1 954.1	1 996.8	2 060.0	2 103.9	2 113.9	2 152.0	2 200.7	2 219.7	2 244.5	1 669.2
Grupos de edad														
14 a 24 años	942.5	922.8	905.6	970.2	972.8	989.3	979.7	921.0	951.9	969.3	961.9	912.1	833.0	581.5
25 a 44 años	2 128.0	2 159.1	2 229.1	2 294.7	2 366.1	2 395.6	2 470.9	2 535.1	2 547.9	2 592.8	2 605.6	2 584.6	2 590.0	2 032.1
45 a 49 años	294.8	282.6	289.7	298.0	303.2	306.4	313.9	318.0	316.2	297.0	325.7	362.1	384.2	323.9
50 a 64 años	541.6	554.1	577.3	615.7	616.5	636.8	647.7	682.2	684.1	714.6	722.0	785.7	847.3	676.0
65 y más años	109.8	122.3	133.7	153.5	156.3	156.9	182.0	186.4	189.8	208.5	230.8	240.5	259.6	166.1
Nivel de educación														
Primaria 1/	456.6	427.1	433.2	443.3	445.3	413.1	430.7	394.9	373.3	380.2	371.9	390.7	391.1	256.4
Secundaria	2 091.2	2 049.5	2 114.7	2 281.8	2 252.3	2 244.6	2 268.6	2 184.9	2 287.3	2 273.1	2 322.3	2 370.7	2 355.9	1 767.0
Superior no universitaria	715.0	744.9	715.3	746.1	773.1	804.6	841.7	932.0	896.8	905.3	925.8	897.2	899.9	720.4
Superior universitaria	753.9	819.4	872.1	860.9	944.1	1 022.7	1 053.2	1 130.8	1 132.6	1 223.5	1 226.0	1 226.5	1 267.1	1 035.8

1/ Incluye sin nivel e inicial. A partir del 2017 incluye educación básica especial.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Permanente de Empleo.

Nota: Población ocupada, según sexo, grupos de edad y nivel de educación 2008-2020, por INEI, 2020. (<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/empleoene.pdf>)

- El comportamiento de la población ocupada en Lima Metropolitana ha variado desde el año 2019 al 2020, producto de la pandemia, la población ocupada disminuyó en un 23% que equivale alrededor de 1,134 miles de personas.
- Según la Asociación de Emprendedores de Perú (Asep, Comunicaciones, 2019), Theodore Dale (2019), habla sobre la innovación, emprendimiento y las razones para la caída de tantos emprendimientos. El consultor destaca que los emprendimientos fracasan porque los que desarrollan los proyectos no le dan una apertura mental, no escogen opciones de negocio que solucionen necesidades, no observan de manera detallada, no son creativos, no hay innovación, entre otras razones. Asimismo, hace referencia a que se deben de iniciar los proyectos cuanto antes, debido a que estamos en un mundo cambiante.
- Radio Programas del Perú (Redacción, 2019), recopiló información sobre varios enigmas de los peruanos al emprender; a través de organismos y especialistas sobre el tema. Según el Dr. Guillermo Quiroga (2019), Director de Postgrado de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas:
 - Los retos se ubican en el terreno: que el producto no compensa, que el mercado no conteste o que la tecnología no dé resultado.
 - El riesgo social como la cultura del país que pone las barreras. Por ejemplo, “por qué vas a emprender”, “busca un trabajo seguro”, “como te rebajas”, entre otras.

- Para batallar esta presión social, el emprendedor debe ser energético y confrontar prototipos de la sociedad. En ese sentido, al Perú le falta mucho por recorrer.

De los puntos señalados se puede inferir, que para lograr un emprendimiento sólido se requieren de testeos, conocimiento, sector del mercado a donde va dirigido el emprendimiento. Además, tiene influencia el cómo se va desarrollando la población ocupada; la cual disminuyó producto de la pandemia. De acuerdo a lo expuesto se puede detallar que existen factores que pueden influir en una persona para poder empezar su emprendimiento. Asimismo, la problemática de esta investigación trata de identificar los factores que pueden influir en el perfil emprendedor, en este caso los alumnos del Colegio Peruano Chino Juan XXIII del 4to y 5to año de secundaria. Para este caso en específico se plantearán factores educativos y sociales, con sus respectivas variables, que puedan tener mayor influencia en el perfil emprendedor de los estudiantes, lo cual se desarrollará con mayor detalle en los siguientes capítulos.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

- ¿Los factores educativos tienen mayor influencia que los factores sociales en el perfil emprendedor de los alumnos en el Colegio Peruano Chino Juan XXIII?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Determinar cuáles son las variables del factor educativo que más influyen en el perfil emprendedor de los alumnos en el Colegio Peruano Chino Juan XXIII?
- ¿Determinar cuáles son las variables del factor social que más influyen en el perfil emprendedor de los alumnos en el Colegio Peruano Chino Juan XXIII?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

- Identificar si los factores educativos tienen mayor influencia que los factores sociales en el perfil emprendedor de los alumnos en el Colegio Peruano Chino Juan XXIII.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar las variables del factor educativo que más influyen en el perfil emprendedor de los alumnos en el Colegio Peruano Chino Juan XXIII.

- Identificar las variables del factor social que más influyen en el perfil emprendedor de los alumnos en el Colegio Peruano Chino Juan XXIII.

1.4 Justificación de la investigación

El emprendimiento para el crecimiento de los jóvenes es importante, ya que les enseña a asumir riesgos y lograr independencia; y así desarrollar una confianza en el futuro laboral. En los últimos 5 años, muchos emprendimientos han salido a la luz debido a la necesidad que trajeron los años de pandemia. También, el Perú es uno de los países de Latinoamérica con más índices de emprendimiento. Es por esa razón, que el Perú al ser un país con políticas de libre mercado, tiene surgimientos de más emprendedores a diferencia de otros países en donde la economía está regulada por el Estado. Un estudio realizado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), dentro de las 54 economías estamos en el puesto 24 en la condición del marco de emprendimiento de la educación primaria y secundaria.

Adicional a ello, esta investigación ofrece un detalle muy peculiar sobre los rangos de edades de emprendimiento, en el cual un 24.7% en el rango de 18 – 24 años emprende por necesidad y un 17.5% por oportunidad.

Según un reporte de Datum Internacional – “Emprendedores en Contexto COVID-19”, de los encuestados acerca de: si tienen un emprendimiento o trabajan en una empresa, las respuestas expresadas en porcentajes fueron las siguientes:

Tabla 1.41

Encuesta de emprendimiento

Trabaja en emprendimiento propio	Empresa y emprendimiento	Trabaja en una empresa
55%	8%	37%

Tabla 1.42

Emprendimiento durante la pandemia

Inicio de emprendimiento:

Antes del covid	Después del covid
58%	42%

Tabla 1.43

Emprendimiento durante la pandemia – por edades

Antes del covid		Después del covid	
Edades	Porcentaje	Edades	Porcentaje
18-24	16 %	18-24	23 %
25-34	17%	25-34	21%
35-44	22%	35-44	17%
45-54	22%	45-54	24%
55-70	23%	55-70	15%

Con los datos presentados, se puede observar como el emprendimiento en estos dos años ha obtenido mayor presencia, si bien no se registra data acerca de jóvenes emprendedores menores a 18 años, con la información recabada podemos aportar sobre qué factores influyen en el perfil emprendedor de los jóvenes del colegio en mención.

1.4.1 Justificación tecnológica

La generación de centennials tiene una ventaja a comparación de otras, ya que llevan en su perfil habilidades y capacidades para poder emprender, tienen múltiples plataformas y herramientas para poder conseguir que su negocio prospere, pero para ello deben ser guiados bajo un programa que les oriente sobre la educación del emprendimiento y que no solo quede en una idea, sino que se haga realidad.

El Ministerio de Educación en los últimos años está incentivando la cultura emprendedora, es por eso por lo que desde el año 2016, el Ministerio de Educación (Minedu, 2016) promueve la Feria Escolar Nacional de Ciencia y Tecnología “EUREKA”, la cual promueve las competencias de los alumnos para que puedan impulsar las preferencias por la tecnología y ciencia, con estas herramientas pueden resolver problemas complejos de su entorno.

Esta feria abarca tres áreas, la indagación científica, solución tecnológica y la indagación cualitativa. En los últimos 04 años, esta feria premia a los proyectos de los alumnos asesorados por sus profesores los cuales impulsan sus vocaciones por la ciencia y tecnología. Por último, se buscaron los resultados obtenidos por esta feria, pero esta información no es pública.

1.4.2 Justificación económica

No Aplica en este caso

1.4.3 Justificación social

Desde el año 2013, el Ministerio de Educación (Minedu, 2013) en alianza con el Ministerio de la Producción, vienen fomentando la cultura emprendedora en etapa escolar, promoviendo el desarrollo de las capacidades emprendedoras y de ideas de negocio competitivas y responsablemente sociables. Este tipo de concursos educativos han beneficiado a 6634 alumnos del cuarto y quinto grado de secundaria de instituciones públicas y privadas en doce regiones del país.

La idea de promover la cultura emprendedora en los últimos años ha sido favorable. Por ello que la investigación tiene como objetivo presentar un análisis sobre los diversos factores que pueden impactar en el perfil emprendedor del alumno, de tal manera que los estudiantes del cuarto al quinto de secundaria del mencionado colegio; al culminar sus estudios, salgan al mundo exterior con una idea de negocio real que les permita poder solventar su crecimiento profesional y tener la capacidad de poder emprender.

Desde el 2015 hasta el 2018, el Ministerio de Educación (Minedu, 2015), fomenta el Concurso Crea y Emprende a nivel nacional, en los estudiantes de la Educación Secundaria de Educación Básica Regular y de la Educación Básica Alternativa de las instituciones educativas públicas y privadas, a nivel nacional.

El Concurso Nacional Crea y Emprende (Ministerio de Educación, 2019) tiene como objetivo desarrollar competencias de emprendimiento, creatividad, innovación, fortalecer las capacidades pedagógicas, gestión de proyectos de emprendimiento; a través de la creación de productos o servicios con impacto en una problemática o necesidad de su contexto. Este tipo de concursos fomentado por el Ministerio de Educación ayuda a los alumnos a fortalecer sus competencias sobre emprendimiento y da señales de que es

importante este tipo de influencia en un alumno de temprana edad para que pueda ir desarrollando sus competencias.

1.4.4 Justificación ambiental u otras

No aplica en este caso

1.5 Importancia de la investigación

La presente investigación tiene como aporte a las ciencias administrativas, como línea de investigación al emprendimiento. El análisis comprende la importancia e influencia de los factores educativos y sociales en el perfil emprendedor de los alumnos de 4to y 5to de secundaria.

El aporte que brindamos a la sociedad es en referencia al emprendimiento escolar, dentro del análisis y búsqueda hemos encontrado datos estadísticos a partir de los 18 años de edad en adelante en referencia al emprendimiento, nuestra investigación abarca una muestra que puede ser como base más adelante para futuras investigaciones, esta muestra refiere a los alumnos entre 15 a 17 años que están estudiando en el nivel secundario.

Finalmente, esta investigación brindará a futuras investigaciones una base en referencia al emprendimiento, somos conscientes que los alumnos del nivel secundario tienen ideas innovadoras que pueden llevarse a cabo, con una base y técnicas lograrán desarrollarlas.

Si enfocamos al alumno de una manera temprana a una formación profesional con una visión más amplia técnicamente, así como con una capacitación y seguimiento adecuado de las diferentes ideas que se puedan encontrar en un abanico de posibilidades que nos ofrece el mercado, tendrán la posibilidad de surgir en una sociedad comercialmente competitiva de la que vivimos actualmente.

1.6 Viabilidad de la investigación

El insumo principal de la presente investigación se obtuvo del aporte del propio colegio referente a su malla curricular y las actividades complementarias. Adicional a ello se han revisado artículos y papers referentes al emprendimiento en forma general. El público objetivo son alumnos del Colegio Peruano Chino Juan XXIII, del 4to y 5to de secundaria lo cual hace que sea accesible. Se cuenta con el contacto del colegio lo que facilitó el ingreso al mismo centro para la realización de las encuestas y tener la información correspondiente.

1.7 Limitaciones de estudio

1.7.1 Delimitación geográfica

El público objetivo, que ha servido de base a la investigación se encuentra en alumnos del 4° y 5° del nivel secundaria, teniendo como referencia el colegio en mención, que se ubica en el distrito San Miguel-Lima Metropolitana.

1.7.2 Delimitación sectorial

El caso de estudio es viable, ya que el universo de alumnos se encuentra en el Colegio Peruano Chino Juan XXIII, que les permite desarrollar diversas competencias, las cuales ayuda a los alumnos a desarrollar un perfil emprendedor. Adicionalmente se estudiará la influencia que tiene este factor educativo y social en el perfil mencionado anteriormente.

- **Sector:** Educación
- **Sub sector:** Secundaria

1.7.3 Delimitación por procesos u otras

No Aplica

1.7.4 Exclusiones

El presente caso estudio en referencia, se limita a los alumnos del cuarto al quinto de secundaria, con edades que transcurren de los 13 a 18 años del Colegio Peruano Chino Juan XXIII, dentro de ese universo no se ha considerado efectuar ninguna exclusión.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1. Tesis internacionales

Dentro de los precedentes internacionales que se utilizaron para esta investigación, según la Global Entrepreneurship (GEM), su el año 2015 – 2016, Ecuador fue el país en Latinoamérica con el mayor índice de emprendimiento, seguido por Perú (Camino, 2019). Según una investigación en Ecuador llamada “Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo Económico del Ecuador”, señala que en los últimos años los emprendedores han contribuido a la riqueza del país y del mundo. Los autores resaltan que es importante detallar los factores que coadyuvan a que los emprendedores tengan éxito en la gestión de sus emprendimientos. Asimismo, en América Latina y el Caribe, la figura del emprendedor y las actividades emprendedoras han tomado una importante relevancia en el sistema económica mundial. Un 18 % de la economía mundial la representan los nuevos emprendedores.

Por otro lado, según Camino (2019), los factores que influyen en la actividad emprendedora tienen que ver con el contexto social y la realidad de cada país. En este sentido, dentro de los factores externos se encuentran: condiciones económicas, situación financiera, medios de comunicación, competencia, situación política, mercado laboral. Entre los factores internos se puede nombrar a las características de la persona que va a emprender, los conocimientos propios, los estilos de aprendizaje; así como la motivación intrínseca, la seguridad, creatividad; entre otros. De acuerdo a los expuesto, en la investigación mencionada, se expone que los factores internos son controlados por la persona que va a emprender y; generalmente pueden llevar al éxito; sin embargo, los factores externos son incontrolables, por lo que la mayoría de los emprendedores puede llegar a fracasar; ya se por inestabilidad política, pandemias, crisis financiera; entre otros.

La formación en emprendimiento en Educación Primaria y Secundaria: una revisión sistemática. Este artículo resulta menester para la presente investigación, ya que busca promover las actitudes y aptitudes necesarias para poder crear una empresa, lo cual resulta importante para el desarrollo económico y social del país.

2.1.2. Tesis nacionales

Dentro de los antecedentes nacionales que se utilizaron para esta investigación, Según Camino (2019) en su investigación “La relación entre entorno familiar y emprendimiento de los estudiantes de la Escuela de Administración, Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, 2018-IP”, los factores que tienen que ver con el entorno familiar tienen una correlación altamente significativa y directa con la actividad de emprender. Según la investigación del autor, los componentes del emprendimiento son asumir retos nuevos, innovación, generación de riquezas. Con respecto a los componentes del entorno familiar, el autor propuso los siguientes: autoestima, valores y resiliencia. En este sentido, las dimensiones del entorno familiar y las de emprendimiento personal, tienen una correlación altamente significativa. En conclusión, el entorno familiar de los alumnos favorece al emprendimiento personal de los alumnos. Es decir, mientras haya un clima favorable y óptimo en el entorno familiar para el emprendimiento personal, los alumnos tendrán mayores oportunidades para emprender.

Las Referencias del impacto de un programa de educación emprendedora en Cajamarca. El Caso del Programa de Formación de Jóvenes Emprendedores en Cajamarca (I Etapa 2005 – 2007), Este trabajo de investigación es importante para el presente trabajo, ya que implementa un programa de emprendimiento para la valoración personal de los participantes y analizar la posibilidad de generación de negocios.

2.2. Bases teóricas

2.2.1 Variable independiente: perfil del emprendedor

En la presente investigación se tratará el concepto de emprendimiento como una competencia óptima para el ser humano. Sin embargo, resulta útil nombrar el origen de este concepto. El término emprendimiento fue acuñado por el economista francés Richard Cantillon; quien en 1755 lo definió como:” el agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. El aporte del economista francés resultó de mucha utilidad para el desarrollo del emprendimiento en la economía y en otras disciplinas en las cuales se fue implementando con el paso del tiempo; como en la psicología, administración, sociología, como en la educación.

Asimismo, en los años 2016 – 2017, la Universidad Esan se unió a un Proyecto internacional Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el cual se creó hace aproximadamente 24 años. Este proyecto resulta muy interesante, ya que se instauró con el propósito de diagnosticar el porcentaje de crecimiento de los ecosistemas emprendedores en todo el mundo. En este sentido, el GEM, muestra que Perú es uno de los países más emprendedores de la región; sin embargo, tiene una tasa muy alta de discontinuación y esto se debe a una falta de capacidades, compromiso o conocimiento. Esto podría deberse a la falta de políticas públicas que el gobierno ausenta, así como a una educación emprendedora desde niveles básicos de educación (J. Serida; C. Guerrero; J. Alzamora; A. Borda; O. Morales; 2017).

Según Pedraza, Ortiz y Pérez (2015) las características demográficas, tales como edad, educación formal o sexo influyen en la decisión de emprender. Asimismo, los autores toman en consideración los factores sociales; es decir, las características del entorno. También los factores educativos; como una educación emprendedora y la personalidad del individuo. Además, concluyen en que las materias de formación emprendedora son de suma importancia para fomentar la creatividad emprendedora dentro de los estudiantes.

Según con la Global Entrepreneurship Monitor, en el año 2016, manifestó los rasgos característicos del perfil emprendedor peruano. Dentro del 34% de los peruanos emprendedores se muestran en el rango etario de 25 y 34 años de edad. Asimismo, un 24% de emprendedores entre los 35 – 44 años de edad. En este sentido, dentro de los estudios realizados por la GEM, se puede afirmar que los emprendedores peruanos inician a una edad temprana. Esto se debe a las economías nacionales, como el Perú, que se sustentan de recursos y eficiencia. También, con respecto al género, se evidenció una mayor incidencia en hombres que en mujeres. Sin embargo, estos datos proporcionados son del 2016; es decir, en la actualidad esos valores se pueden haber mantenido o no. Parece ser que hay más hombres que emprenden negocios a comparación que las mujeres según la Global Entrepreneurship Monitor. Con respecto a los factores educativos, se pudo evidenciar, que las personas más jóvenes que emprendían eran las que más estudios pudieron obtener; en cambio, las mayores no recibieron una educación adecuada para el ejercicio del emprendimiento.

En el trabajo de investigación Metodología Design Thinking para impulsar el emprendimiento social en los estudiantes del nivel secundaria de una institución privada en Lima resulta importante, ya que muestra cómo es relevante una educación emprendedora para el surgimiento de ideas innovadoras y creativas para la sociedad. Asimismo, este trabajo es fructífero para comprender por qué es importante que el sistema educativo implemente un curso de emprendimiento.

De acuerdo con lo expuesto en líneas anteriores, el perfil del emprendedor peruano está atravesado por distintos componentes. Esta investigación se centrará en tres componentes del perfil del emprendedor: seguridad, creatividad e innovación, estos elegidos para el presente trabajo.

2.2.1.1 Dimensión seguridad

El fomento de la actividad emprendedora requiere de motivaciones para poder realizarla. Dentro de las teorías de motivación, existe la intrínseca y la extrínseca. La motivación intrínseca tiene que ver con las cosas internas (que vienen del mismo individuo) que impulsan para seguir adelante; en cambio, la motivación extrínseca está relacionada con las cosas que nos provee el mundo exterior que nos impulsan para un logro o meta determinada. Cuando se habla de emprendimiento existen diversas motivaciones para el ser humano que están relacionadas con cosas del mundo exterior. En este sentido, el dinero que se podría adquirir al emprender un negocio nuevo, la pertenencia de grupo, la calidad de vida, entre otros factores externos. Dentro de estos factores, existe la seguridad. Cuando se habla de seguridad, se puede nombrar tanto a la motivación intrínseca como extrínseca. Cuando se trata de la primera, se refiere a una seguridad propia característica de la personalidad de la persona. En este sentido, qué tan segura está de sus potencialidades para sumergirse en el camino del emprendimiento. Por otro lado, la seguridad desde la motivación extrínseca refiere al contexto en el cuál se desenvuelve el individuo que decide emprender. Dentro de ese contexto se encuentran las políticas públicas del Estado, el cual, en la sociedad peruana, no se muestra como un Estado benefactor. Asimismo, este contexto deberá brindar una seguridad o no a las personas que decidan emprender a lo largo del tiempo (Jordan, 2020).

2.2.1.2 Dimensión creatividad

La creatividad es un concepto que ha sido definido de distintas maneras. Según Guilford (1952) introduce el término creatividad en relación con las aptitudes únicas de cada ser humano, que presenten ciertas características definidas; tales como: fluidez, flexibilidad, originalidad y pensamiento divergente. Asimismo, Gardner (1999) propone la existencia de 7 inteligencias múltiples en distintas regiones del cerebro. Para este autor, la creatividad no es elemento unidireccional, sino que fluye hacia diversas direcciones. La creatividad puede manifestarse en distintas áreas. Por otro lado, Goleman, Kaufman y Ray (2000), definen el término de creatividad como una musa; es decir, algo que te inspira, como el mar a un poeta del siglo XIX. Sin embargo, según Rodríguez -Muñoz (2011) la creatividad es una capacidad para llevar a cabo ideas novedosas, para así, ejecutar productos innovadores y originales para un contexto social determinado. De acuerdo con esta última definición, según los investigadores Faggian, Perdiz y Malecki (2017), demostraron que la creatividad, educación y emprendimiento guardan una relación importante. En este sentido, si se considera a la creatividad como la capacidad para generar ideas innovadoras, estas ideas necesitarán del desarrollo de capacidades cognitivas y de un contexto favorecedor.

2.2.1.3 Dimensión innovación

Los conceptos de innovación y emprendimiento están ligados a soluciones que tienen que ver con el desempleo o para llevar al mercado productos y servicios de facturación nacional y así, ser menos dependientes del mercado exterior. En este sentido, la innovación no requiere ser radical, sino que es definida por su utilidad para algo o alguien. Es decir, como se expresó en líneas anteriores, la innovación puede ser utilizada para paliar, en cierto grado, una situación de desempleo, por ejemplo. No será la innovación lo que hará un cambio en las masas sociales, pero puede ser un agente de cambio y desarrollo en las sociedades, mediante micro cambios (Suárez, 2018). Asimismo, el Estado puede crear nuevas oportunidades para el desarrollo de la innovación. Esto puede lograrse a través de políticas públicas, ofertas de crédito, inversiones, creación de programas gubernamentales de innovación y un clima económico que sea favorable para el apoyo financiero (Pedraza y Sánchez, 2017). En este sentido, se les llama sujetos de innovación a los emprendedores, quienes deben esforzarse para poder sobrellevar los obstáculos que conlleva ser emprendedor en un país en vías de desarrollo, en donde

existen monopolios y una economía de libre mercado, en donde la existencia de un Estado Benefactor es muy escasa. De acuerdo con lo expuesto, existe una incongruencia en el Perú, ya que es un país de muchos emprendedores, pero de pocas políticas públicas que favorecen el crecimiento de los pequeños emprendedores, quienes pueden verse frustrados en el desarrollo de su emprendimiento (Amaya, 2019).

2.2.2 Variable dependiente: Factor educativo

Para hablar de emprendimiento en el sistema educativo, es necesario nombrar a la educación emprendedora. En este sentido, muchas de las personas que emprenden un negocio, pueden verse frustrados por falta de conocimientos educativos necesarios para llevar a cabo un emprendimiento. Asimismo, existen personas que generan sus propios negocios por falta de empleo; lo cual, muchas veces, resulta de esta manera por una escasa calidad educativa. En este sentido, existen factores motivadores del estudiante, los cuales pueden dividirse en actitudes y capacidades. Las actitudes del estudiante refieren al porcentaje (%) de alumnos que han manifestado tener el deseo de crear una empresa; es decir, la valoración de cada uno de los elementos que configuran las actitudes emprendedor. Por otro lado, las capacidades de los alumnos tienen que ver con el porcentaje (%) que han manifestado poseer los conocimientos necesarios para poder emprender. De acuerdo con lo expuesto, dentro del sistema educativo, resulta necesario reconocer la importancia de contar con metodologías y esquemas de educación para el emprendimiento, los cuales deben de ser congruentes con las estrategias de aprendizaje y la malla curricular (Amaya, 2019).

En la actualidad, una de las prioridades del sistema educativo es incluir al emprendimiento dentro del programa de estudios de las instituciones educativas. En este sentido, se necesitan cada vez más, personas versátiles que puedan adecuarse a las transformaciones del entorno con más facilidad, de auto dirigirse, recordar, autoevaluarse y tener retroalimentación; así como relacionarse con los otros de una manera óptima, descubrirse a sí mismos y aprender. Ahora bien, desde un enfoque de desarrollo humano, las distintas instituciones educativas estatales y privadas deben priorizar las potencialidades de cada uno de sus estudiantes y dotarlos de las herramientas indispensables para que puedan desenvolverse de una manera inclusiva y; de esta manera, causar un impacto social. Asimismo, el emprendimiento en la educación puede ser visto como una estrategia pedagógica, en la cual, se pueda identificar los talentos

excepcionales de los estudiantes; de esa manera, los factores educativos van a jugar un rol decisivo en las estrategias de aprendizaje del alumnado. En este sentido, como se mencionó en líneas anteriores, el emprendimiento como estrategia, desde un paradigma de desarrollo integral, da acceso a la comunidad educativa para implementar y construir conocimientos básicos y esenciales; así como desarrollar hábitos necesarios para el desarrollo de su propio proyecto de vida y la potenciación de sus propias competencias a través de la visualización de sus propias potencialidades (Paternina de la Ossa, 2018). De acuerdo a lo expuesto, dentro de este apartado, se toma en consideración dos factores educativos indispensables para el desarrollo del emprendimiento en el sistema educativo. El primero es la malla curricular que se emplea en la escuela y el segundo son las actividades complementarias. Ambos factores educativos son necesarios para visibilizar las potencialidades de los alumnos y el desarrollo de una cultura de emprendimiento.

2.2.2.1 Dimensión malla curricular

Dentro del Currículo Nacional de la Educación Básica del Perú se encuentra el Perfil de egreso; en el cual figuran dos características deseables para el estudiante que se encuentre dentro del sistema educativo:

- A) El estudiante gestiona proyectos de emprendimiento económico o social de manera ética, que le permiten articularse con el mundo del trabajo y con el desarrollo social, económico y ambiental del entorno.
- B) El estudiante aprovecha responsablemente las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) para interactuar con la información, gestionar su comunicación y aprendizaje.
- C) El estudiante desarrolla procesos autónomos de aprendizaje en forma permanente para la mejora continua de su proceso de aprendizaje y de sus resultados.

En los tres puntos situados, se pueden observar que, dentro de las mallas curriculares de las escuelas en Educación Básica, deben de aplicar cursos de emprendimiento y manejo de Tics; así como materias acerca de educación financiera, herramientas digitales, gestión de proyectos, didáctica de la participación, liderazgo; entre otros.

Esta investigación referente al Aprendizaje cooperativo y capacidades emprendedoras en estudiantes de educación básica regular en el Perú Esta investigación resulta menester para la presente investigación, ya que toma en cuenta las capacidades

emprendedoras que los estudiantes deben de tener o llegar a desarrollar para poder llevar un emprendimiento óptimo para el desarrollo de sus vidas. Asimismo, integra la malla curricular, la cual, desde el Ministerio de Educación, debe ser formulada, para que todos los colegios e instituciones puedan alinearse y enseñar a los alumnos.

2.2.2.2 Dimensión actividades complementarias

El concepto de actividades complementarias refiere a todas las actividades que hace el estudiante en provecho de su formación integral. Tiene como objetivo poder sumar sus competencias profesionales. Dentro de las actividades complementarias, también pueden existir los recursos de reforzamiento, en los cuales, los estudiantes pueden reflexionar o hacer hincapié acerca de alguna inquietud vista en las materias obligatorias (Flores - Luévanos, Moreno - Núñez, Solorio – Vega, 2016).

2.2.3 Variable dependiente: Factor social

Según la Global Entrepreneurship Monitor, en los años 2015 y 2016, el Perú se muestra como el mayor país con índice de emprendimiento en nuevos negocios. El porcentaje de nuevos emprendedores equivale a un 17. 8%, la cual es equivalente a la quinta tasa más alta a nivel mundial y la segunda a nivel de países en Latinoamérica, donde el primero es Ecuador. En este sentido, el Perú cuenta con una tasa alta de emprendimiento, de personas que forman sus propios negocios (León, 2018). Asimismo, según León (2017), refiere a que el hogar peruano cuenta casi siempre con un(a) jefe de familia, en donde la mayoría de ellos emprende un negocio.

Con respecto al área educativa, diversas investigaciones muestran que las personas que llevaron una mejor calidad en estudios presentan una mayor probabilidad de emprender nuevos negocios innovadores (León, 2018). Sin embargo, según Blanchflower et al. 2001, a mayor nivel de estudios, las personas están más cerca de conseguir puestos en empresas o entidades con una remuneración económica alta, por lo que no tienen la necesidad de emprender negocios.

En esta investigación “La educación emprendedora y la intención emprendedora: ¿los factores situacionales y personales participan en la influencia educación emprendedora-intención emprendedora?”, resulta menester, ya que sostiene que la cultura emprendedora puede salvar a los países con crisis económica y en vías de

desarrollo. Asimismo, para tratar de paliar la situación económica de los jóvenes, que muchas veces, salen del sistema educativo secundario sin una salida laboral o les resulta difícil encontrar un trabajo que les otorgue una digna calidad de vida.

El aporte que tiene para nuestra investigación es importante ya que refiere a los factores personales y familiares pueden tener un impacto en el emprendimiento ya sea positivo o negativo en los jóvenes.

La Propuesta de modelo de gestión académica para promover el emprendimiento escolar en la Institución Educativa Rafael León Amaya de Coromoro, es una investigación que resulta importante, ya que, promueve el emprendimiento en las instituciones y ve esta implementación necesaria como para el crecimiento de un país y así responder a los nuevos retos de la sociedad.

2.2.3.1 Dimensión círculo cercano

De acuerdo con los lineamientos de esta investigación, el círculo cercano de la persona que está emprendiendo, puede llevar a influenciar de una manera negativa o positiva el quehacer del emprendimiento en jóvenes. El círculo cercano tiene varias definiciones; sin embargo, el concepto se basará haciendo referencia al entorno familiar; el cual es una unidad básica en donde se construye el medio vincular de cada miembro que la integre. Asimismo, es el lugar en donde se van incorporando las normas y la manera de ver el mundo. Además, está influenciado por el estado socioeconómico, la religión, el contexto social, la cultura, el curso de vida; entre otros. En conclusión, el entorno familiar es el espacio donde los miembros de una familia aprenden el significado de la resiliencia, autoestima, valores; términos importantes para la convivencia (Camino, 2019).

Según Camino (2019) en su investigación acerca de “La relación entre el entorno familiar y el emprendimiento de los estudiantes de la Escuela de Administración, Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, 2018-II”; encontró que un 89% de estudiantes manifestó que sus familias se muestran con actitudes favorables respecto al emprendimiento personal de cada uno de los alumnos. Solo un 1% de estudiantes contaron con actitudes negativas por parte de su familia. Estos resultados manifestaron que las actitudes positivas del entorno familiar resultan ser factores sociales óptimos para el emprendimiento de los jóvenes.

Asimismo, siguiendo los resultados que se obtuvieron de la investigación de Camino (2019), tras aplicar el coeficiente de correlación de Pearson, hubo una correlación altamente significativa y directa entre el entorno familiar y el emprendimiento personal. En este sentido, se puede concluir que la familia incide de forma directa y significativa en la motivación de emprender.

A continuación, en la siguiente investigación Familia y escuela en el Perú, En esta investigación, el entorno familiar es importante, ya que puede llegar a ser una influencia positiva o negativa al momento de emprender un negocio. Asimismo, las aspiraciones que la familia puede llegar a tener sobre uno de los integrantes con respecto a la culminación de los estudios secundarios suelen tener bastante presión en el Perú.

2.2.3.2 Dimensión exposición a redes de comunicación

La exposición a redes de comunicación es un factor social de suma importancia para la transmisión de diversos símbolos culturales. A través de los medios de comunicación, los seres humanos están siendo estimulados constantemente. La tecnología es una fuente de información generadora de nuevos conocimientos. En este sentido, se introduce en la vida cotidiana de las personas. Asimismo, brinda a los seres humanos oportunidades para mostrar sus propios pensamientos, quehaceres y compartirlos con el mundo (Pérez, 2020).

Ahora bien, la exposición a redes de comunicación resulta una herramienta de mucha importancia para la visualización y creación de sus propios productos y servicios que quieran ofrecer a la comunidad. Mediante los medios de comunicación, se puede transmitir una cultura, la cual puede ser reconocida por diversos usuarios para consumirla o producirla. Asimismo, las redes de comunicación pueden ser también una herramienta para la motivación de nuevos emprendedores y así poder tener un mejor desarrollo económico para los ciudadanos (Pérez, 2020).

Tabla 2.2.3.2*Cuadro resumen de aportes a la investigación*

Autor	Revista	Título	Aporte a la tesis
Carlos Antonio Zevallos Ramos	Tesis para optar el grado de Maestro en Educación con mención en Gestión de la Educación Escuela de Postgrado Universidad San Ignacio de Loyola	Metodología Design Thinking para promover el emprendimiento social en los estudiantes del nivel secundaria de una institución privada en Lima	Este trabajo de investigación resulta importante, ya que muestra cómo es relevante una educación emprendedora para el surgimiento de ideas innovadoras y creativas para la sociedad. Asimismo, este trabajo es fructífero para comprender por qué es importante que el sistema educativo implemente un curso de emprendimiento
Gómez Marín Nancy Rocío Pinzón Gómez Julián Ruiz Serrano Sergio Erwin Doreg Vesga	Facultad de Ciencias de la Educación Maestría en Educación con énfasis en Gestión Educativa	Propuesta de modelo de gestión académica para promover el emprendimiento escolar en la Institución Educativa Rafael León Amaya de Coromoro	Esta investigación resulta importante, ya que, ya que promueve el emprendimiento en las instituciones y ve esta implementación necesaria como para el crecimiento de un país y así responder a los nuevos retos de la sociedad.

(Continúa)

(Continuación)

González-Tejerina, S., & Vieira, M. (2021). La formación en emprendimiento en Educación Primaria y Secundaria: una revisión	Revista Complutense de Educación, 32(1), 99-111.	La formación en emprendimiento en Educación Primaria y Secundaria: una revisión sistemática	Este artículo de revista resulta menester para la presente investigación, ya que busca promover las actitudes y aptitudes necesarias para poder crear una empresa, lo cual resulta importante para el desarrollo económico y social del país.
Carlos Humberto Arce Cueva	Pontificia Universidad Católica del Perú (Peru)	Referencias del impacto de un programa de educación emprendedora en Cajamarca. El Caso del Programa de Formación de Jóvenes Emprendedores en Cajamarca (I Etapa 2005 – 2007)	Este trabajo de investigación es importante para el presente trabajo, ya que implementa un programa de emprendimiento para la valoración personal de los participantes y analizar la posibilidad de generación de negocios.

(Continúa)

(Continuación)

Cavero Flores, Katherine; Pérez Fernández, Elizabeth	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	La educación emprendedora y la intención emprendedora: ¿los factores situacionales y personales participan en la influencia educación emprendedora- intención emprendedora?	Esta investigación resulta menester, ya que sostiene que la cultura emprendedora puede salvar a los países en vías de desarrollo y en desarrollo de las crisis económicas. Asimismo, para tratar de paliar la situación económica de los jóvenes, que muchas veces, salen del sistema educativo secundario sin una salida laboral o les resulta difícil encontrar un trabajo que les otorgue una digna calidad de vida.
Wilson Sucari Patty Aza Marisol Yana	Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú	Familia y escuela en el Perú DOI: 10.35622/inudi.b.00 2	En esta investigación, el entorno familiar es importante, ya que puede llegar a ser una influencia positiva o negativa al momento de emprender un negocio. Asimismo, las aspiraciones que la familia puede llegar a tener sobre uno de los integrantes con respecto a la culminación de los estudios secundarios suelen tener bastante presión en el Perú

(Continúa)

(Continuación)

Isabel Menacho Vargas Luz Emerita Cervera Cajo Aura Elisa Quiñones Li Yeny Flora Condori Lazarte Sara Pamela Sánchez Sandoval Jhimmy Alberth Quisocala Herrera	Cide Editorial	Aprendizaje cooperativo y capacidades emprendedoras en estudiantes de educación básica regular en el Perú	Esta investigación resulta menester para la presente investigación, ya que toma en cuenta las capacidades emprendedoras que los estudiantes deben de tener o llegar a desarrollar para poder llevar un emprendimiento óptimo para el desarrollo de sus vidas. Asimismo, integra la malla curricular, la cual, desde el Ministerio de Educación, debe ser formulada, para que todos los colegios e instituciones puedan alinearse y enseñar a los alumnos.
--	----------------	---	---

CAPITULO III: HIPÓTESIS – VARIABLES – ASPECTO DEONTOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Hipótesis de la investigación

3.1.1 Hipótesis general

- ¿Los factores educativos tienen mayor influencia que los factores sociales en el perfil emprendedor de los alumnos del Colegio Peruano Chino Juan XXIII?

3.1.2 Hipótesis específicas

- H1: ¿La estructura de la malla curricular tiene mayor influencia que las actividades complementarias en el perfil emprendedor de los alumnos?
- H2: ¿La exposición a medios de comunicación tiene mayor influencia que el círculo cercano en el perfil emprendedor de los alumnos?

3.2 Matriz de operacionalización

3.2.1 Variables

Variable Independiente:

- Factores Educativos
 - o Malla curricular
 - o Actividades complementarias
- Factores Sociales
 - o Círculo cercano
 - o Exposición a medios

Variable Dependiente:

- Perfil del emprendedor
 - o Seguridad
 - o Creatividad
 - o Innovación

Tabla 3.2.1

Modelo propuesto de estudio

Perfil emprendedor de los alumnos	
Factor educativo	Factor Social



Tabla 3.2.2

Matriz de operacionalización de variables

3.2.2 Matriz de operacionalización de variables

Variables Independientes	Dimensión	Indicadores	Ítems
Factores educativos	Malla curricular	Número de cursos relacionados al emprendimiento	Pregunta 10: ¿Los cursos fomentan el emprendimiento? Pregunta 19: ¿Llevo cursos que estén relacionados con el emprendimiento? Pregunta 20: ¿Los cursos desarrollan habilidades emprendedoras?

(Continúa)

(Continuación)

	Actividades complementarias	Número de actividades que realiza el colegio	Pregunta 11: ¿El colegio realiza talleres de emprendimiento?
			Pregunta 15: ¿El colegio realiza visitas a empresas para conocer el negocio?
			Pregunta 18: ¿Las actividades extras crean interés emprendedor?
			<hr/>
			Pregunta 08: ¿Tengo un fuerte deseo de independencia?
Factor social	Círculo cercano	Nivel de influencia del entorno en el alumno	Pregunta 09: ¿Prefiero crear mi propia empresa a ser empleado?
			Pregunta 12: ¿Me auto motivo para conseguir mis objetivos?

(Continúa)

(Continuación)

Exposición a medios

Número de publicidades emprendimiento

Pregunta 13:
¿La publicidad muestra un interés empresarial?

Pregunta 14:
¿Tengo acceso a publicidad sobre el emprendimiento?

Pregunta 21:
¿Recibo publicidad referente a emprendimiento en mis redes sociales?

Variables Dependientes

Perfil emprendedor de los alumnos

Dimensión

Seguridad

Indicadores

Nivel de seguridad de los alumnos

Ítems

Pregunta 01:
Tengo confianza en mí mismo

Pregunta 04
Me gusta tomar la iniciativa

Pregunta 07:
Disfruto adquiriendo responsabilidades

(Continúa)

(Continuación)

Creatividad

Grado de originalidad

Innovación

Ideas acerca de nuevos negocios

Pregunta 05:

Me doy cuenta de que soy más creativo/a que la gente que me rodea

Pregunta 16:

En mi colegio he sido considerado/a como una persona creativa

Pregunta 17:

Me considero un(a) chico(a) creativo(a)

Pregunta 02:

Veo oportunidades que nadie más ve

Pregunta 03:

Me gusta resolver problemas diferentes

Pregunta 06:

Me considero innovador

CAPITULO IV: METODOLOGÍA APLICADA EN LA INVESTIGACIÓN

4.1. Diseño metodológico

a) Enfoque:

La presente investigación es del tipo cuantitativo debido a que se va a recurrir a información numérica para determinar si existe influencia de los factores educativos y sociales en el perfil del emprendedor.

b) Tipo de Investigación:

El caso de estudio referente a la influencia de los factores educativos y sociales en el perfil emprendedor de los alumnos del Colegio Peruano Chino Juan XXIII, es aplicada; ya que se busca resolver temas específicos como el emprendimiento

Esta investigación va a analizar la influencia de los factores educativos y sociales en el perfil de los alumnos del nivel secundario; los cuales tengan un impacto directo con la cultura emprendedora para que así los estudiantes puedan visibilizar la autonomía de ser sus propios jefes; así como de cultivar la importancia de poder ser responsablemente independientes. Como se mencionó anteriormente, los centennials (jóvenes nacidos en el año 2000 y que viven bajo tendencias de tecnologías como su hábito de consumo) tienen como herramienta las redes sociales; las cuales hacen que los jóvenes busquen sentir emociones y sensaciones distintas (Llano, 2019).

c) Alcance de la investigación

La investigación es correlacional – descriptiva – causal, ya que investiga el grado de relación o asociación no causal entre dos o más variables, en las cuales se ha considerado las siguientes:

Variable Independiente:

Factores Educativos

Dimensiones: malla curricular y actividades complementarias

Factores Sociales

Dimensiones: círculo cercano y exposición a redes de comunicación

Variable Dependiente:

Perfil del emprendedor

Dimensiones: seguridad, creatividad e innovación

d) Diseño de la investigación:

El diseño de nuestra investigación es no experimental, debido a que no se han manipulado los datos propuestos anteriormente.

4.2. Diseño Muestral

El universo que se toma como referencia en esta tesis es el siguiente: en los niveles secundarios existen 4 secciones con 33 alumnos cada uno, de un universo de 264 alumnos correspondiente al 4to y 5to año de secundaria. El tamaño de la muestra es de 67 alumnos con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

La fórmula utilizada para esta investigación es la siguiente:

Tabla 4.2

Diseño muestral

Muestra	
Z	95%
P	50%
Q	50%
N	264
E	5%
N	67

Nota. Adaptado de *Statistical intervals: a guide for practitioners* (vol.92), por G. J. Hahn; W. Q. Mecker, 2011, John Wiley & Sons.

4.3 Instrumentos de recolección de datos

La presente investigación tiene como instrumento el cuestionario de preguntas en escala Likert, el cual contiene 28 preguntas de las cuales 3 son preguntas filtro que corresponden al colegio, edad y año de estudio. En referencia a los datos del alumno, se está

considerando género, lugar de nacimiento, distrito de residencia, la carrera que le gustaría estudiar al culminar sus estudios. Las 21 preguntas restantes, van relacionadas con las variables independientes y dependientes (cada una con sus respectivas dimensiones), ya sea como el factor perfil de emprendedor, social y educativo. A continuación, se detallará lo mencionado:

Cuadro por tipo de preguntas:

Tabla 4.31

Instrumento del cuestionario de preguntas

Instrumento: Cuestionario de preguntas	
Filtro	3
Datos	4
Cuestionario	21
Total de preguntas	28

Detalle de las 21 preguntas que van de acuerdo con las variables:

Tabla 4.32

Número de preguntas por variables

Variable	Dimensión	Preguntas
Factores educativos	Malla curricular	3
	Actividades complementarias	3
Factores sociales	Círculo cercano	3
	Exposición a medios	3
Perfil del emprendedor	Seguridad	3
	Creatividad	3
	Innovación	3

Cabe señalar que, para la elaboración de la encuesta, se realizó validación, la cual fue obtenida gracias al aporte de los profesores expertos en el área:

Tabla 4.33

Validaciones del instrumento

Nombres y apellidos	Cargo	Docente de la Universidad de Lima
Neptali Jesús Barnett Valdivia	Docente – consultor	Sí
Carlos Fernando Massa Paredes	Director – comercial	Sí

4.4 Procesamiento de información

a) Proceso de clasificación, registro y codificación de datos

Luego de obtener las validaciones necesarias, se procedió a realizar la encuesta al público objetivo del Colegio Peruano Chino Juan XXIII. Se obtuvieron 264 encuestas realizadas a las 8 secciones (4 secciones del 4to de secundaria y 4 secciones del 5to de secundaria). Debido a que la muestra es de 67 alumnos, se tuvo en consideración encuestar a 90 alumnos de los niveles de 4to y 5to de secundaria respectivamente para obtener resultados certeros.

Del 4to de secundaria se obtuvo respuesta de 48 alumnos y del 5to de secundaria, 42 respuestas, haciendo un total de 90 alumnos. Cabe señalar que de las 90 encuestas realizadas, 30 se realizaron de manera presencial en el centro educativo. El resto de las encuestas fueron realizadas de manera virtual, para lo cual se procedió a enviarles a los correos de los alumnos el link de la encuesta virtual.

De las respuestas obtenidas, se procedió a codificarlas, dando un valor del 1 al 5 a las 21 preguntas que van relacionadas de la siguiente manera:

- Totalmente de acuerdo – valor asignado (5)
- De acuerdo – valor asignado (4)
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo – valor asignado (3)
- En desacuerdo – valor asignado (2)
- Totalmente en desacuerdo – valor asignado (1)

b) Técnicas analíticas que se utilizaran para comprobar la hipótesis y obtener conclusiones.

Una vez que se obtuvieron todas las respuestas codificadas de los alumnos, se procedió a colocar toda la data en el software de IBM SPSS Statistics.

A continuación, se mostrará en cuadros resúmenes la información obtenida por el software:

Tabla 4.41

Datos de la población encuestada

De las encuestas realizadas, se pudo obtener la siguiente información:

Sexo		Distritos		Edades		Carreras	
Masculino	Femenino	Jesús María	San Miguel	15	16	Marketing	Administración
52%	48%	21%	19%	43%	40%	28%	16%

Tabla 4.42

Edades de la población encuestada

Se puede observar que en el universo de alumnos predomina los 15 años de edad y un mayor porcentaje del género masculino

Edades		
15 años	16 años	17 años
43%	40%	17%

Tabla 4.43

Grupo encuestados por edades

En la tabla se puede observar que, del grupo encuestado, predomina la edad de 15 años seguida por alumnos de 16 años:

Edades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
15	39	43.3	43.3	43.3
16	36	40.0	40.0	83.3
17	15	16.7	16.7	100
Total	90	100.0	100.0	

Tabla 4.44

Grupo encuestados por sexo

Referente al sexo de los alumnos encuestados, el 52% son del sexo masculino y el 48% corresponde al sexo femenino de los alumnos del 4to al 5to de secundaria del Colegio Peruano Chino Juan XXIII.

Sexo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Femenino	43	47.8	47.8	47.8
Masculino	47	52.2	52.2	100
Total	90	100.0	100.0	

4.5 Alfa de Cronbach

Se ha realizado el análisis de la prueba de Cronbach y se puede afirmar que el instrumento que hemos aplicado es confiable y válido. El resultado de nuestro análisis es de 87.60%. A las 21 preguntas realizadas se les aplicó la prueba en mención para lo cual se procedió a codificar las respuestas de la siguiente manera:

- Totalmente de acuerdo – valor asignado (5)
- De acuerdo – valor asignado (4)
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo – valor asignado (3)
- En desacuerdo – valor asignado (2)

- Totalmente en desacuerdo – valor asignado (1)

Resultados del procesamiento de casos y la estadística de fiabilidad

Tabla 4.51

Alfa de Cronbach

Escala Cronbach – resumen de procesamiento de casos		
Valido	90	100%
Excluido	0	0
Total	90	
Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N elementos
,876	,888	21

Tabla 4.52

Alfa de Cronbach por preguntas

Resultados del procesamiento del Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Tengo confianza en mí mismo	73,39	88,038	,512	,756	,870
Veo oportunidades que nadie más visualiza	73,33	87,730	,513	,745	,870
Me gusta resolver					

(Continúa)

(Continuación)

problemas diferentes	73,32	86,895	,580	,865	,868
Me gusta tomar la iniciativa (Continuación)	73,13	89,982	,382	,711	,873
Me doy cuenta que soy más creativo/a que la gente que me rodea	73,31	87,250	,580	,846	,868
Me considero innovador	73,30	88,594	,472	,717	,871
Disfruto adquiriendo responsabilidades	73,37	85,471	,544	,743	,868
Tengo un fuerte deseo de independencia	73,40	85,501	,553	,758	,868
Prefiero crear mi propia empresa a ser empleado	73,50	82,860	,686	,815	,863
Los cursos fomentan el emprendimiento	73,48	84,949	,567	,853	,867
Mi colegio realiza talleres de emprendimiento	73,57	81,102	,733	,845	,861
Me auto motivo para conseguir mis objetivos	73,59	83,211	,640	,759	,864
La publicidad muestra un interés empresarial	74,00	82,921	,470	,614	,871

(Continúa)

(Continuación)

Tengo acceso a publicidad sobre emprendimiento	74,82	89,496	,161	,347	,884
					(Continúa)
Mi colegio realiza visitas a empresas para conocer el negocio	75,46	91,509	,147	,577	,880
En mi colegio he sido considerado creativo	74,24	83,041	,524	,575	,868
Me considero un (a) chico (a) creativo (a)	74,01	83,135	,632	,750	,865
Las actividades extras crean un interés emprendedor	74,07	84,535	,487	,636	,870
Llevo cursos que estén relacionados con el emprendimiento	73,91	83,655	,596	,795	,866
Los cursos desarrollan habilidades emprendedoras	74,00	84,382	,511	,602	,869
Recibo publicidad referente a emprendimiento en mis redes sociales	75,69	93,880	,028	,190	,888

Se ha logrado observar en la tabla 4.52, los valores del alfa de Cronbach oscila entre 0.861 y 0.888 con lo cual no se procederá a eliminar alguna pregunta del cuestionario realizado, ya que no va a variar nuestro coeficiente.



CAPITULO V: DISCUSIÓN

Correlación de Pearson

Para la comprobación se utiliza la correlación de Pearson, la cual permitirá saber si las preguntas tienen correlación con las dimensiones. Cabe señalar que es importante tener esta validación, ya que si las preguntas no tienen relación con las dimensiones podrá inducir a un análisis erróneo.

En la siguiente tabla se detallan las interpretaciones y sus coeficientes según la correlación:

Tabla 5.01

Correlación tabla de valores

Tabla de valores	
$r=1$	Correlación perfecta
$0.80 < r < 1$	Muy alta
$0.60 < r < 0.80$	Alta
$0.40 < r < 0.60$	Moderada
$0.20 < r < 0.40$	Baja
$0 < r < 0.20$	Muy baja
$r=0$	Nula

Análisis de las dimensiones y preguntas del cuestionario:

En la siguiente tabla, se puede observar que cada pregunta se correlaciona con la dimensión malla curricular, es decir los valores superan el 0.5, lo cual va permitirán continuar con la investigación.

Las preguntas “llevo cursos que están relacionados con el emprendimiento” y “los cursos desarrollan habilidades emprendedoras” se evidencia que poseen una correlación

alta y la pregunta “los cursos fomentan el emprendimiento” se evidencia que posee una correlación moderada, en ambos casos hay una relación directa entre lo mencionado.

Tabla 5.02

Correlaciones de la dimensión malla curricular

Correlaciones					
		Los cursos fomentan el emprendimiento	Llevo cursos que estén relacionados con el emprendimiento	Los cursos desarrollan habilidades emprendedoras	DimMalla Curricular
Los cursos fomentan el emprendimiento	Correlación de Pearson	1	,122	,263	,596
	Sig.		,251	,012	,000
	N	90	90	90	90
Llevo cursos que estén relacionados con el emprendimiento	Correlación de Pearson	,122	1	,568	,773
	Sig.	,251		,000	,000
	N	90	90	90	90
Los cursos desarrollan habilidades emprendedoras	Correlación de Pearson	,263	,568	1	,644
	Sig.	,012	,000		,000
	N	90	90	90	90
DimMalla Curricular	Correlación de Pearson	,596	,773	,844	1
	Sig.	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90

Tabla 5.03

Correlaciones de la dimensión actividad complementaria

Correlaciones					
		Mi colegio realiza visitas a empresas para conocer el negocio	Mi colegio realiza talleres de emprendimie nto	Las actividades extras crean un interés emprendedo r	DimActiviCo mplement
Mi colegio realiza visitas a empresas para conocer el negocio	Correlación de Pearson	1	,104	,175	,477
	Sig.		,330	,097	,000
	N	90	90	90	90
Mi colegio realiza talleres de emprendimiento	Correlación de Pearson	,104	1	,377	,676
	Sig.	,330		,000	,000
	N	90	90	90	90
Las actividades extras crean un interés emprendedor	Correlación de Pearson	,176	,377	1	,815
	Sig.	,097	,000		,000
	N	90	90	90	90
	Correlación de Pearson	,477	,676	,815	1

(Continúa)

(Continuación)

DimActivi Complement	Sig.	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90

A continuación, podemos observar en la tabla 23 que cada pregunta se correlaciona con la dimensión Actividades Complementarias, es decir los valores superan el 0.5, lo cual va a permite continuar la investigación.

La pregunta “mi colegio realiza visitas para conocer el negocio”, se evidencia que posee una correlación moderada y las preguntas “mi colegio realiza talleres de emprendimiento” y “las actividades extras crean un interés en emprendimiento” tienen una correlación alta, en ambos casos existe una relación directa.

En el caso de la dimensión Círculo Cercano, se puede observar en la tabla 24 que todas las preguntas se correlacionan dentro de su dimensión, el valor supera el 0.5 con lo cual existe una relación directa entre las preguntas planteadas con la dimensión propuesta.

Tabla 5.04

Correlaciones de la dimensión círculo cercano

Correlaciones					
		Tengo un fuerte deseo de independencia	Prefiero crear mi propia empresa a ser empleado	Me auto motivo para conseguir mis objetivos	DimCirculo Cercano
Tengo un fuerte deseo de independencia	Correlación de Pearson	1	,447	,548	,791
	Sig.		,008	,000	,000
	N	90	90	90	90
Prefiero crear mi propia empresa a ser empleado	Correlación de Pearson	,447	1	,593	,825
	Sig.	,000		,000	,000
	N	90	90	90	90

(Continuación)

Me auto motivo para conseguir mis objetivos	Correlación de Pearson	,548	,593	1	,868
	Sig.	,000	,000		,000
(Continuación)	N	90	90	90	90
DimCirculo Cercano	Correlación de Pearson	,791	,825	,868	1
	Sig.	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90

Respecto a la dimensión Exposición a Medios, se puede observar que todas las preguntas se correlacionan dentro de su dimensión es decir el valor supera el 0.5, con lo cual hay una relación directa entre las preguntas con su dimensión.

Tabla 5.05

Correlaciones de la dimensión exposición a medios

Correlaciones					
		La publicidad muestra un interés empresarial	Tengo acceso a publicidad sobre emprendimiento	Recibo publicidad referente a emprendimiento en mis redes sociales	Dim Expo Medios
La publicidad muestra un interés empresarial	Correlación de Pearson	1	,429	,202	,795
	Sig.		,000	,056	,000
	N	90	90	90	90
Tengo acceso a publicidad sobre emprendimiento	Correlación de Pearson	,429	1	,082	,739
	Sig.	,000		,443	,000

(Continúa)

(Continuación)

	N	90	90	90	90
Recibo publicidad referente a emprendimiento en mis redes sociales	Correlación de Pearson	,202	,082	1	,567
	Sig.	,056	,443		,000
	N	90	90	90	90
DimExpo Medios	Correlación de Pearson	,795	,739	,567	1
	Sig.	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90

Respecto a la dimensión Seguridad, se puede observar que todas las preguntas se correlacionan dentro de su dimensión (>0.5), es decir se cuenta con una relación directa entre pregunta y dimensión.

Tabla 5.06

Correlaciones de la dimensión seguridad

Correlaciones					
		Tengo confianza en mí mismo	Me gusta tomar la iniciativa	Disfruto adquiriendo responsabilidades	Dim Segurid ad
Tengo confianza en mí mismo	Correlación de Pearson	1	,367	,593	,806
	Sig.		,000	,000	,000
	N	90	90	90	90
Me gusta tomar la iniciativa	Correlación de Pearson	,367	1	,454	,714
	Sig.	,000		,000	,000

(Continuación)

	N	90	90	90	90
Disfruto adquiriendo responsabilidades	Correlación de Pearson	,593	,454	1	,886
	Sig.	,000	,000		,000
	N	90	90	90	90
DimSeguridad	Correlación de Pearson	,806	,714	,886	1
	Sig.	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90

Respecto a la dimensión Creatividad, se puede observar en la tabla N°10 que todas las preguntas se correlacionan dentro de su dimensión (>0.5), con lo cual las preguntas se relacionan directamente con su dimensión.

Tabla 5.07

Correlaciones de la dimensión creatividad

Correlaciones					
		Me doy cuenta que soy más creativo/a que la gente que me rodea	En mi colegio he sido considerado creativo	Me considero un (a) chico (a) creativo (a)	Dim Creativ idad
Me doy cuenta de que soy más creativo/a que la gente que me rodea	Correlación de Pearson	1	,251	,358	,593
	Sig.		,017	,001	,000
	N	90	90	90	
	Correlación de Pearson	,251	1	,569	,850

(Continúa)

(Continuación)

En mi colegio he sido considerado creativo	Sig.	,017		,000	,000
	N	90	90	90	90
Me considero un (a) chico (a) creativo (a)	Correlación de Pearson	,358	,569	1	,849
	Sig.	,001	,000		,000
	N	90	90	90	90
DimCreatividad	Correlación de Pearson	,593	,850	,849	1
	Sig.	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90

En la dimensión Innovación, se puede observar en la tabla N° 5,8 que todas las preguntas se correlacionan dentro de su dimensión con un valor mayor a 0.5, teniéndose una relación directa entre dimensión y preguntas.

Tabla 5.08

Correlaciones de la dimensión innovación

Correlaciones					
		Veo oportunidades que nadie más ve	Me gusta resolver problemas diferentes	Me considero innovador	Dim Innovacio
Veo oportunidades que nadie más ve	Correlación de Pearson	1	,692	,528	,892
	Sig.		,000	,000	,000
	N	90	90	90	90
	Correlación de Pearson	,692	1	,403	,845

(Continúa)

(Continuación)

Me gusta resolver	Sig.	,000		,000	,000
(Continuación) diferentes	N	90	90	90	90
Me considero innovador	Correlación de Pearson	,528	,403	1	,762
	Sig.	,000	,000		,000
(Continuación)	N	90	90	90	90
	Correlación de Pearson	,892	,845	,762	1
DimInnovacio	Sig.	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90

Correlación de las dimensiones con la variable independiente y dependiente:

En este caso se puede observar que la variable independiente llamada Factor Educativo tiene una alta correlación con las dimensiones Malla Curricular y Actividades Complementarias. (Correlación >05). Esto quiere decir que ambas dimensiones tienen una relación directa con la variable Factor Educativo.

Tabla 5.09

Correlaciones de las dimensiones con variable factor educativo

		DimMalla Curricular	DimActivi Complement	VarEducativo
DimMalla Curricular	Correlación de Pearson	1	,717	,934
	Sig.		,000	,000
	N	90	90	90
DimActivi Complement	Correlación de Pearson	,717	1	,918

(Continúa)

(Continuación)

	Sig.	,000		,000
	N	90	90	90
VarEducativo	Correlación de Pearson	,934	,918	1
	Sig.	,000	,000	
	N	90	90	90

También se observa una alta correlación entre las dimensiones Exposición a medios y Círculo Cercano con la variable independiente Factor Social, con un valor mayor a 0.5. Con lo mencionado anteriormente se concluye que existe una correlación alta entre las dimensiones y la variable Factor Social.

Tabla 5.10

Correlaciones de las dimensiones con variable factor social

		DimMalla Curricular	DimActivi Complement	VarSocial
DimCirculo Cercano	Correlación de Pearson	1	,211	,751
	Sig.		,045	,000
	N	90	90	90
DimExpo Medios	Correlación de Pearson	,211	1	,805
	Sig.	,045		,000
	N	90	90	90
VarSocial	Correlación de Pearson	,751	,805	1

(Continúa)

(Continuación)

Sig.	,000	,000	
N	90	90	90

Adicional a ello, se considera verificar si existe una correlación entre las dimensiones seguridad, creatividad e innovación con la variable dependiente Perfil Emprendedor. Ante lo expuesto, el software arroja una correlación mayor a 0.5 entre las dimensiones y el Perfil emprendedor, con lo cual se puede observar una correlación muy alta, ya que supera el 0.8.

Con lo mencionado anteriormente podemos concluir que entre las dimensiones y su variable dependiente existe una relación directa.

Tabla 5.11

Correlaciones con la variable perfil emprendedor

		Correlaciones			
		Veo oportunidades que nadie más ve	Me gusta resolver problemas diferentes	Me considero innovador	VarPerfil
DimSeguridad	Correlación de Pearson	1	,537	,835	,896
	Sig.		,000	,000	,000
	N	90	90	90	90
DimCreatividad	Correlación de Pearson	,537	1	,490	,818
	Sig.	,000		,000	,000
	N	90	90	90	90
DimInnovacion	Correlación de Pearson	,835	,490	1	,874

(Continúa)

(Continuación)					
	Sig.	,000	,000		,000
	N	90	90	90	90
	Correlación de Pearson	,896	,818	,874	1
(Continuación)	Sig.	,000	,000	,000	
VarPerfil	N	90	90	90	90

Finalmente, luego de confirmar que todas las preguntas guardan una correlación con las dimensiones propuestas y estas a su vez con las variables independientes y dependientes, se procedió a realizar el cruce de información para verificar cuál de las variables guardar una mayor correlación con la variable dependiente, el perfil del emprendedor.

Al respecto se puede observar lo siguiente: como nos dice la teoría sobre las correlaciones, “*si el coeficiente de correlación es positivo y tiende a 1, hay una relación directa y significativa entre las variables, si el coeficiente de correlación es negativo y tiende a -1. Hay una relación inversa y significativa entre las variables*”. (Millones et al., 2016, p. 256). En esta investigación se puede observar que la variable dependiente Perfil emprendedor del alumno tiene una relación directa y significativa con la variable independiente factor educativo, ya que el software estadístico nos brinda un valor de correlación de 0.614.

En lo que se refiere a la variable independiente factor social, el valor estadístico es de 0.437, si bien es positivo no tiende a 1 por lo que se puede concluir que no tiene una relación directa con la variable dependiente, Perfil emprendedor del alumno. Y esto significa que, si bien existe una relación directa, no es tan influyente como la variable independiente, factor educativo.

A continuación, los resultados en la tabla 5.12 vamos a mostrar las correlaciones con las variables dependientes e independientes.

Tabla 5.12*Correlaciones con las variables dependiente e independiente*

		VarEducativo	VarSocial	VarPerfil
VarEducativo	Correlación de Pearson	1	,658	,614
	Sig.		,000	,000
	N	90	90	90
VarSocial (Continuación)	Correlación de Pearson	,658	1	,437
	Sig.	,000		,000
	N	90	90	90
VarPerfil	Correlación de Pearson	,614	,437	1
	Sig.	,000	,000	
	N	90	90	90

En la tabla que se muestra a continuación, a modo resumen se puede visualizar las correlaciones por preguntas, las cuales muestran en la mayoría de los casos un valor mayor a 0.5, lo que refiere a que existe una relación directa entre la pregunta realizada en el cuestionario con las dimensiones mostradas.

En la mayoría de los resultados se visualiza una correlación alta y en otros muy alta, con lo cual se puede concluir que todas las preguntas realizadas en el cuestionario a los alumnos del 4to y 5to de secundaria del colegio en mención, guardan una relación directa con sus dimensiones, que como se mencionó anteriormente, a su vez tienen una relación con las variables independientes y dependientes.

En el caso que uno de los valores resultara con una correlación muy baja, podría dar un indicio que la pregunta no tenía relación con su dimensión y en su defecto se optaría por una nueva pregunta que ayude a tener un valor cercano y que guarde relación.

Tabla 5.13

Resumen de las correlaciones por preguntas

Dimensión	Preguntas	Correlación
Malla curricular	Ítem 10	0.5966
	Ítem 19	0.773
	Ítem 20	0.844
Actividades complementarias	Ítem 11	0.676
	Ítem 15	0.477
	Ítem 18	0.815
Círculo cercano	Ítem 08	0.791
	Ítem 09	0.825
Exposición a medios	Ítem 12	0.868
	Ítem 13	0.795
	Ítem 14	0.739
	Ítem 21	0.567
Seguridad	Ítem 01	0.806
	Ítem 04	0.714
	Ítem 07	0.886
Creatividad	Ítem 05	0.593
	Ítem 16	0.85
Innovación	Ítem 17	0.849
	Ítem 02	0.892
	Ítem 03	0.845
	Ítem 06	0.762

En esta tabla 5.14 se muestra, la correlación en forma resumida con las dimensiones por cada variable independiente y variable dependiente:

- Variable Independiente: Factor Educativo
 - Malla Curricular
 - Actividades Complementarias

- Variable Independiente: Factor Social
 - Círculo Cercano
 - Exposición a medios

- Variable Dependiente: Perfil Emprendedor
 - Seguridad
 - Creatividad
 - Innovación

Tabla 5.14

Resumen de las correlaciones - por dimensiones

Tabla de valores	
Dimensiones	Correlación
Malla curricular	0.934
Actividades complementarias	0.918
Círculo cercano	0.751
Exposición a medios	0.805
Seguridad	0.896
Creatividad	0.818
Innovación	0.874

Tabla 5.15

Resumen de las correlaciones con la variable dependiente vs variable independiente

En esta tabla se visualizan los resultados de la correlación del factor educativo y el factor social en referencia al Perfil emprendedor; en donde se puede observar que el factor educativo tiene un valor de 0.614, una correlación alta y el factor social que tiene un valor de 0.437, una correlación moderada. En ambos casos, como mencionamos anteriormente, tienen una relación directa con la variable dependiente, pero es el factor educativo, el que tiene mayor influencia en el perfil emprendedor, que el factor social.

Perfil emprendedor	
Factor educativo	0.614
Factor social	0.437

Análisis de correlación de la prueba de Spearman:

En el coeficiente de correlación de rangos de Spearman se puede obtener un puntaje desde -1.0 hasta +1.0. Asimismo, este coeficiente se deduce de la siguiente manera: los valores cercanos a +1.0; señalan que existe una fuerte asociación entre las clasificaciones; por lo tanto, a medida que aumenta un rango; el otro también. Por otro lado, los valores cercanos a -1.0 muestran que hay una fuerte asociación negativa entre las clasificaciones; es decir que, al aumentar un rango, el otro disminuye. Es importante tener en cuenta que cuando el valor es 0.0 no existe una correlación (Anderson et al., 1999).

Tabla 5.16

Valores de correlaciones

En la siguiente tabla podemos apreciar el grado de correlación según su coeficiente

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
0.11 a -0.50	Correlación negativa media -

(Continúa)

(Continuación)

0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

De acuerdo con nuestro análisis, hemos podido identificar lo siguiente:

El coeficiente de correlación de la variable factor educativo es de 0.689 con lo cual podemos observar que posee una correlación positiva considerable respecto a la variable independiente perfil del emprendedor.

Tabla 5.17

Prueba de Spearman con la variable factor educativo y sus dimensiones

		VarEducativo	VarPerfil
Rho de Spearman	VarEducativo	Coeficiente de correlación 1,000	,689
		Sig.	,000
		N	90
	VarPerfil	Coeficiente de correlación ,689	1,000
	Sig.	,000	
	N	90	

(Continúa)

(Continuación)

		DimMalla	DimActivi
		Curricular	Complement
VarEducativo	Coefficiente de correlación	,851	,911
	Sig.	,000	,000
	N	90	90

El coeficiente de correlación de la variable factor social es de 0.421 con lo cual podemos observar que posee una correlación positiva media respecto a la variable independiente perfil del emprendedor.

Tabla 5.18

Prueba de Spearman con la variable social y sus dimensiones

VarPerfil		VarPerfil	VarSocial
	Coefficiente de correlación	1,000	,421
	Sig.		,000
	N	90	90
VarSocial	Coefficiente de correlación	,421	1,000
	Sig.	,000	
	N	90	90
Rho de Spearman		DimCirculo	DimExpo
		Cercano	Medios
	Coefficiente de correlación	,673	,866
	Sig.	,000	,000

(Continúa)

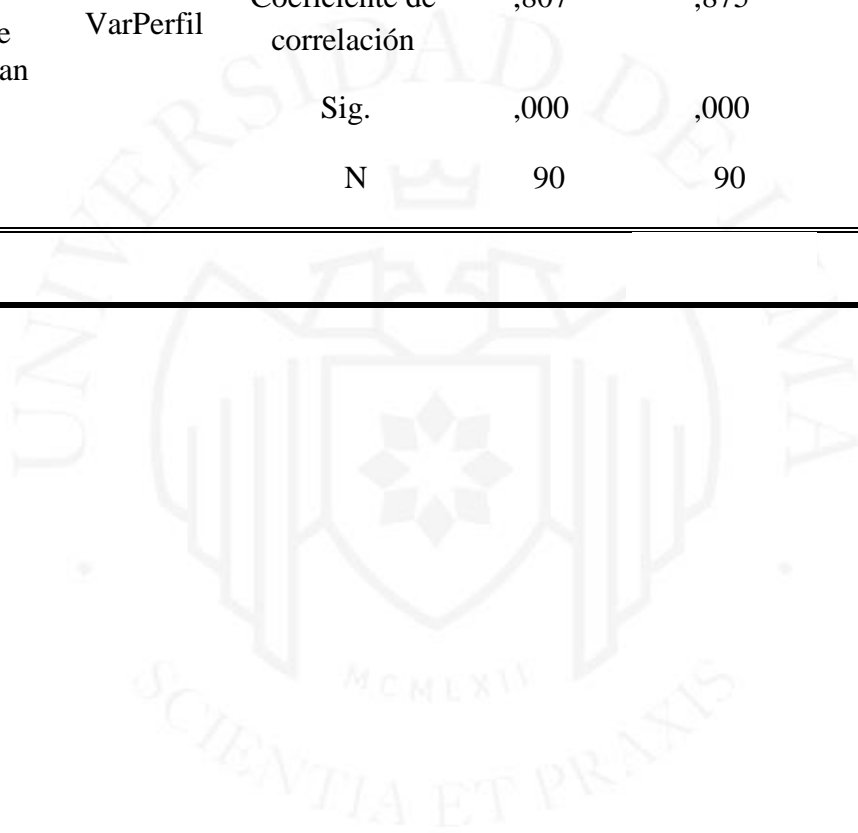
(Continuación)

	N	90	90
--	---	----	----

Tabla 5.19

Prueba de Spearman con la variable dependiente y sus dimensiones

			Dim Seguridad	Dim Creatividad	Dim Innovacion
Rho de Spearman	VarPerfil	Coefficiente de correlación	,807	,875	,730
		Sig.	,000	,000	,000
		N	90	90	90



CONCLUSIONES

Referente al caso de estudio en mención podemos referir lo siguiente:

1. Luego del análisis de las encuestas, podemos concluir que las actividades complementarias, como por ejemplo las visitas a empresas o talleres tienen una relación directa con el perfil emprendedor del alumno, gracias a ellos los alumnos van desarrollando competencias de acuerdo con este perfil emprendedor.
2. Mediante la estadística Rho Spearman que es de 0.689 podemos indicar que existe una correlación positiva considerable entre el factor educativo en el cual se incluyó la malla curricular y las actividades complementarias y el perfil emprendedor de los alumnos del mencionado colegio.
3. Los factores sociales que estamos analizando en esta investigación, son en primer lugar el círculo cercano, el cual abarca en nuestro estudio la familia, amistades, el mismo colegio (los profesores, cursos, talleres, visitas a empresas) que puedan tener alguna influencia en el desarrollo emprendedor del alumno; en segundo lugar está los medios de comunicación, en esta dimensión nos referimos a la publicidad (sea escrita o digital) a la cual tenga acceso el alumno y las redes sociales, cabe señalar que en este punto solo un porcentaje menor respondió que tenían acceso a información de emprendimiento a través de las redes sociales, ya sea Facebook o Instagram, en las cuales los alumnos seguían páginas de emprendedores y por ende estaban muy al pendiente de este tema.
4. El círculo cercano a los alumnos y la exposición a medios de comunicación arroja un resultado de correlación positiva media correspondiente al 0.421, que si bien no sobrepasa el 0.5 para tener una correlación directa se pudo evidenciar, entre las preguntas del cuestionario, que influye parte del deseo de tener autonomía y crear su propia empresa de los alumnos en las decisiones que ellos puedan tomar en el futuro del emprendedor.
5. Con estos resultados, podemos apreciar la relación directa que tiene el factor educativo y social con el perfil emprendedor de los alumnos, en lo que se refiere a la malla curricular y actividades complementarias los alumnos consideran importante los talleres o visitas a diversas empresas donde fomenten el

emprendimiento, así como el círculo familiar que tiene una relación directa con el factor social.

6. Asimismo, es importante resaltar la importancia del factor educativo a nivel social en la educación escolar del Perú. Un óptimo programa de estudios que hagan referencia a la cultura del emprendimiento, en un país con grandes índices de informalidad; es necesario; para ello, se pueden realizar alianzas estratégicas de parte del Ministerio de educación, en este caso las ugeles pueden realizar estas alianzas con distintas empresas a nivel nacional que les permita invertir en programas de emprendimientos escolares con el fin de desarrollar las competencias a nivel nacional de los alumnos desde una temprana edad .
7. También, se puede observar la importancia de políticas públicas, que el Estado pueda instaurar para mejorar la formalidad en el país, si alguien desea emprender un negocio. En este sentido, preocuparse por la infancia debería de ser prioridad del Estado y el mercado, ya que, en la educación y los medios de consumo, se irá formando el capital humano con el transcurrir de los años.
8. Si bien en nuestras dimensiones hemos considerado que las competencias que debe tener el perfil de un alumno emprendedor son seguridad, creatividad e innovación, es conveniente precisar que un emprendedor debe desarrollar diferentes competencias como proactividad, autoconfianza, liderazgo, capacidad de asumir riesgos, entre otros.
9. El emprendedor es una persona que tiene la capacidad de llevar a cabo diversos proyectos que tiene en mente, enfrentándose así a diversos riesgos u obstáculos. En general un emprendedor como se mencionó a lo largo de la investigación debe desarrollar diferentes habilidades y competencias, como por ejemplo la creatividad, innovación, seguridad entre otras. La capacidad de tomar decisiones, sentido de responsabilidad, liderazgo, buena comunicación y adaptabilidad, son habilidades que el emprendedor desarrollará a través del tiempo.

RECOMENDACIONES

A continuación, detallaremos las recomendaciones:

1. A partir de la presente investigación realizada al Colegio Peruano Chino Juan XXIII, a los alumnos del 4to y 5to de secundaria, se recomienda al colegio realizar una encuesta sobre la percepción que tienen los alumnos con respecto al emprendimiento, con estos resultados el colegio en mención puede tomar decisiones respecto a una nueva estrategia para abarcar el emprendimiento en los alumnos.
2. Luego de analizar las encuestas realizadas, los alumnos han mostrado interés en realizar visitas a empresas y conocer más sobre el emprendimiento. Se recomienda al colegio realizar periódicamente visitas a empresas para que los alumnos puedan adquirir más conocimientos y desarrollar competencias tales como resiliencia, comunicación, aplicación del pensamiento crítico, proactividad, liderazgo entre otros.
3. Como parte de estas visitas, también es recomendable programar visitas de casos de éxito de emprendedores, para que conversen con los alumnos sobre cómo han empezado sus emprendimientos y demás, esto ayudará a los alumnos a tener más claro el panorama del emprendedor.
4. Finalmente, incentivar tanto a los alumnos como a los docentes, que son parte fundamental del desarrollo de un alumno a lo largo de su etapa escolar, a participar de ferias, concursos; en donde puedan plasmar sus pequeños emprendimientos e ir adquiriendo experiencias de cómo vender su producto a diferentes públicos objetivos.
5. Se recomendaría al colegio realizar un programa educativo como parte de un plan estratégico, en el cual ayude a los alumnos a generar competencias de emprendimiento. En primer lugar, realizar un catálogo de ideas sobre emprendimiento por parte de los alumnos, establecer las metas e indicadores, definir las estrategias, realizar seguimiento a los emprendimientos y realizar cambios de ser necesarios.

6. Respecto al punto anterior, se recomienda utilizar los siguientes indicadores:
 - Número de emprendimientos realizados por alumno
 - Número de emprendimientos por grado
 - Satisfacción de los alumnos al realizar talleres de emprendimiento
7. Los resultados obtenidos en esta investigación pueden servir de aporte para posteriores investigaciones en referencia al emprendimiento en colegios, universidades con el objetivo de confirmar los resultados obtenidos en la presente investigación.
8. Se puede recomendar al colegio realizar alianzas estratégicas con universidades para poder desarrollar los emprendimientos escolares, realizar ferias de emprendimientos que permita a los alumnos desarrollar sus ideas y vender su producto. Como cada feria de emprendimiento escolar, tiene sus bases se puede desarrollar un indicador del número de emprendimientos por sección que participe en esta feria y que logre tener la mayor satisfacción de usuarios a través de una encuesta.
9. Finalmente, se recomienda para la efectividad de la malla curricular y las actividades complementarias, realizar trabajos finales en las cuales los alumnos visiten empresas, presenten emprendimientos de tal manera que se pueda calificar las competencias que implica el desarrollo de estas actividades, están competencias pueden estar clasificadas por competencias básicas, competencias genéricas (instrumentales, interpersonales y sistemáticas) y competencias específicas.

BIBLIOGRAFÍA

- Adaptado de “Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos”, por J.L. Mendoza, 2018, *Estudios Gerenciales*, 146, pp. 19 – 33 (<https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2810>).
- Adaptado de “Factores sociales y educativos asociados con la deserción del estudiante de séptimo nivel del Liceo Francisco Amiguetti Herrera, Región Huerta Norte, durante 2012. *Revista Electrónica Educare*, 20(2), 1-21 (<https://doi.org/10.15359/ree.20-2.8>)
- Adaptado de “Factores socio-culturales asociados al emprendedor: evidencia empírica para América Latina”, 2016, por A.G. Martínez Gámez, *Revista Venezolana de Gerencia*, p. 312-330 (<https://www.redalyc.org/pdf/290/29046685009.pdf>).
- Anderson, D. R., Sweeney, D. J., & Williams, T. A. (1999). *Estadística para administración y economía*. México: International Thomson Editores.
- Arce Cueva, Carlos Humberto. Referencias del impacto de un programa de educación emprendedora en Cajamarca. El Caso del Programa de Formación de Jóvenes Emprendedores en Cajamarca (I Etapa 2005 – 2007) Pontificia Universidad Católica del Perú (Peru) ProQuest Dissertations Publishing, 2019. 27749239.
- Camino Garcés, J.S. (2019). *Relación entre Entorno Familiar y Emprendimiento de los estudiantes de la Escuela de Administración*. [Tesis de Maestría] Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, 2018 - II .
- De América Latina y el Caribe: Estimaciones y proyecciones de población*, por Naciones Unidas, 2020 (<https://www.cepal.org/es/subtemas/proyecciones-demograficas/america-latina-caribe-estimaciones-proyecciones-poblacion>)
- De Análisis de la Inversión Educativa en el Perú desde una mirada comparada*, por Ministerio de Educación del Perú, 2018.
- De PEA femenina 208 – 2020, por Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020 (<https://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/ocupacion-y-vivienda/>)
- De Producción intelectual de los docentes de la Universidad del Pacífico*, por J.C. Acosta, et al, 2019, Universidad del Pacífico

(<https://campusvirtual.up.edu.pe/biblioteca/doc/produccion-intelectual-de-los-docentes-up-2019.pdf>)

- Cavero Flores, K., & Pérez Fernández, E. (2019). La educación emprendedora y la intención emprendedora : ¿ los factores situacionales y personales participan en la influencia educación [Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)].
<http://hdl.handle.net/10757/648726>
- Dirección General de Empresa e Industria, C. E. (2014). Educación en emprendimiento, Guía del educador. 1049 Bruxelles/BrusselBELGIQUE/BELGIË: Unidad «Emprendimiento 2020». doi:10.2769/51023
- El libro negro del emprendedor, por F. Trías de Bes, 2015, Empresa activa (<https://soyemprendedor.co/wp-content/uploads/2017/01/El-libro-negro-del-emprendedor-Fernando-Tr%C3%ADas.pdf>)
- Enrique Andrés Saravia, K. W. (2012). Repositorio UP. Recuperado de <http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/1769>
- Entérate como van las cifras de educación en Perú. (23 de febrero de 2018). El Comercio. (<https://elcomercio.pe/suplementos/comercial/vuelta-al-colegio/enterate-como-van-cifras-educacion-peru-1003295>)
- Estado del Arte del Emprendimiento Empresarial en Materia de Ciencia, Tecnología e Innovación (Gutiérrez O., J. A., Asprilla M., E., & Gutiérrez L., J. M. (2016). Estado del arte del emprendimiento empresarial en materia de ciencia, tecnología e innovación. Revista Universitaria Ruta, 18(2), 1-25. de <https://revistas.userena.cl/index.php/ruta/article/view/795>
- Frisancho Toro, K. B. (2018). Repositorio UNSA. Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/7144>
- Gómez Marín Nancy Rocío Pinzón Gómez Julián Andrés Ruiz Serrano Sergio Armando Mateo Vesga Pérez Erwin Doreg
<https://repository.unilibre.edu.co/>
- González-Tejerina, S., & Vieira, M.-J. (2021). La formación en emprendimiento en Educación Primaria y Secundaria: una revisión sistemática. Revista Complutense de Educación, 32(1), 99-111. <https://doi.org/10.5209/rced.68073>
- Guadalupe, César; Juan León, José S. Rodríguez y Silvana Vargas (2017). Estado de la educación en el Perú: análisis y perspectivas de la educación básica. Lima:

- Gutiérrez O., J. A., Asprilla M., E., & Gutiérrez L., J. M. (2016). Estado del arte del emprendimiento empresarial en materia de ciencia, tecnología e innovación. *Revista*
- Hernandez, R.M.. (2017). Impacto de las TIC en la educación: Retos y Perspectivas. *Propósitos y Representaciones*, 5(1), 325 - 347
<http://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n1.149>
- INEI. (2018). Instituto Nacional de Estadística e Informática. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/libro.pdf
- Informática, I. N. (15 de Febrero de 2019). INEI. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-n01_mercado-laboral-oct-nov-dic2018.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2019). Informe Técnico – Situación del Mercado Laboral en Lima Metropolitana (Anual: Enero-Diciembre 2018). Recuperado del sitio de Internet del Instituto Nacional de Estadística e Informática: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-n01_mercado-laboral-oct-nov-dic2018.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática*. (Enero de 2020). Obtenido de INEI: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/empleoene.pdf>
- José Carlos Raunelli, M. P. (Agosto de 2013). Repositorio UP. Recuperado de <http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/426>
- José Carlos Sánchez García, A. W. (2017). *Revista USIL*. Recuperado de <http://revistas.usil.edu.pe/index.php/pyr/article/view/190>
- Leube, J. J. (s.f.). *Injevu*. Obtenido de http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista107_10-perfil-del-emprendedor-y-fomento-del-emprendimiento.pdf
- López Vera, Juan. (2015). *Emprendimiento por Necesidad: Una visión desde UNASUR*. 10.13140/RG.2.1.2080.0089.
- M.G. Flores - Luévanos, E. Moreno - Núñez, EV. J Solorio - Vega. (2016). SAC: Sistema informático para control de actividades complementarias. Módulo Alumnos.
- Ministerio de Educación*. (2019). Obtenido de Minedu: <http://www.minedu.gob.pe/crea-emprende/pdf/bases-crea-emprende-2019.pdf>

- Moncayo, P. (2008, enero-junio). Emprendimiento: un concepto que integra el ser y el hacer del sujeto. *Management, Revista de la Facultad de Ciencias Empresariales*, XVII(29), 33-48
- Orahulio Mejía, D. I. (2018). *Plan de negocio para la implementación de Ingenium [Tesis de licenciatura, Universidad del Pacífico]*. Repositorio institucional de la Universidad del Pacífico. <http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/2022>
- Paternina De La Ossa, J. I. (2018). El emprendimiento escolar, una estrategia de identificación de talentos excepcionales.
- Pérez Tumbaco, J. S. (2020). Medios de comunicación y su impacto en el desarrollo del emprendimiento social, Sector Santa María Ciudad de Quevedo, Año 2019). [Tesis de Licenciatura]. Universidad Técnica de Babohoyo.
- Pérez Tumbaco, J. S. (2020). Medios de comunicación y su impacto en el desarrollo del emprendimiento social, Sector Santa María Ciudad de Quevedo, Año 2019). [Tesis de Licenciatura]. Universidad Técnica de Babohoyo.
- Quintanilla, Á. F. (2016). Repositorio UP. Recuperado de <http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/1138>
- Radio Programas del Perú (RPP) (25 de Junio del 2019). Estos son los principales problemas de los peruanos al emprender. Recuperado de <https://rpp.pe/innova/estos-son-los-principales-problemas-de-los-peruanos-al-emprender-noticia-1204915>
- Redacción. (25 de Junio de 2019). *Radio Programas del Perú*. Obtenido de RPP: <https://rpp.pe/innova/estos-son-los-principales-problemas-de-los-peruanos-al-emprender-noticia-1204915>
- Rober T. Kiyosaki, S. L. (2011). Padre Rico, Padre Pobre. México, D.F: Aguilar. doi:978-607-11-1316-0
- Samaniego-Alcántar, A. & Reyes-Ruiz, G. (2016) Factores que influyen sobre la conducta de una persona frente al riesgo de emprender un negocio en América Latina. *Journal of Business*, 8(1): 57- 71. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11117/4159>
- Sanchez, J.C., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401 - 473. (doi: <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>)
- Taboada, M. (2019). *Resultados de la prueba PISA en el Perú: análisis de la problemática y elaboración de una propuesta innovadora (Trabajo de Suficiencia*

Profesional para optar el título de Economista). Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de Economía. Piura, Perú. Recuperado de (https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3949/TSP_ECO_017.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Torroba Hidalgo, L. I. *Factores Claves en el Desarrollo del Emprendido*. [Tesis de licenciatura, Universidad Pontificia Comillas]. Repositorio institucional de la Universidad Pontificia Comillas] (<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/61/TFG000007.pdf?sequence=1>)

Trabajo, O. I. (Ed.). (2014). *Organización Internacional del Trabajo*. Obtenido de OIT: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_311193.pdf

UNFPA. (2019). UNFPA. Recuperado de <https://www.unfpa.org/es/data/world-population-dashboard>

Universitaria Ruta, 18(2), 1-25. Recuperado a partir de <https://revistas.userena.cl/index.php/ruta/article/view/795>

Wilson Sucari Patty Aza Marisol Yana Familia y escuela en el Perú
DOI: <https://doi.org/10.35622/inudi.b.002>

ANEXOS



Anexo 1: Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General
¿Los factores educativos tienen mayor influencia que los factores sociales en el perfil emprendedor de los alumnos en el Colegio Peruano Chino Juan XXIII?	Identificar si los factores educativos tienen mayor influencia de los factores sociales en el perfil emprendedor de los alumnos en el Colegio Peruano Chino Juan XXIII.	Los factores educativos tienen mayor influencia que los factores sociales en el perfil emprendedor de los alumnos
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos
¿Cuáles son las variables del factor educativo que más influye en el perfil emprendedor de los alumnos en el Colegio Peruano Chino Juan XXIII?	Identificar las variables del factor educativo que más influye en el perfil emprendedor alumnos en el Colegio Peruano Chino Juan XXIII.	H1: La estructura de la malla curricular tiene mayor influencia que las actividades complementarias en el perfil emprendedor de los alumnos
¿Cuáles son las variables del factor social que más influye en el perfil emprendedor de los alumnos en el Colegio Peruano Chino Juan XXIII?	Identificar las variables del factor social que más influye en el perfil emprendedor alumno en el Colegio Peruano Chino Juan XXIII	H2: La exposición a medios tiene mayor influencia que el círculo cercano en el perfil emprendedor de los alumnos

Anexo 2: Instrumento de investigación

Cuestionario de preguntas

Caso de estudio Colegio Peruano Chino Juan XXIII:

Influencia de los factores educativos y sociales en el perfil emprendedor de los estudiantes”.

Preguntas filtro

1) ¿Estudias en el colegio Juan XXIII?

- SI
 No (FDE)

2) Edad

- 14
 15
 16
 17
 18
 Otro (FDE)

3) Año de estudio

- 4° de secundaria
 5° de secundaria
 Otro (FDE)

4) Distrito

Ancón	Independencia	Pachacamac	San Juan de Lurigancho	Villa el salvador
Ate	Jesús maría	Pucusana	San Juan de Miraflores	Villa María del triunfo
Barranco	La Molina	Pueblo libre	San Luis	Miraflores
Breña	La Victoria	Puente Piedra	San Martín de Porres	El Agustino
Carabayllo	Lurin	Punta Hermosa	San miguel	Magdalena del Mar
Chaclacayo	Lince	Punta Negra	Santa Anita	San Isidro
Chorrillos	Los Olivos	Rímac	Santa María del Mar	Surquillo
Cieneguilla	Comas	San Bartolo	Santiago de Surco	San Borja

5) ¿Qué te gustaría estudiar al terminar el colegio?

Administración	Economía	Ingeniería de Sistemas	Ingeniería Industrial	Ingeniería Mecánica
Ingeniería Ambiental	Derecho	Marketing	Hotelería y Turismo	Psicología
Arquitectura	Ciencias de la comunicaciones	Diseño Gráfico	Medicina	Ingeniería Electrónica
Ingeniería Civil	Ingeniería en Minas	Periodismo	Otros.	No he decidido aún

6) Lugar de Nacimiento

- Lima
 Provincia

7) Genero

- Masculino
 Femenino

Preguntas del cuestionario: Marca con una "x" las siguientes preguntas:

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1)Tengo confianza en mí mismo					
2) Veo oportunidades que nadie más ve					
3) Me gusta resolver problemas diferentes					
4) Me gusta tomar la iniciativa					
5) Me doy cuenta que soy más creativo/a que la gente que me rodea					
6) Me considero innovador					
7)Disfruto adquiriendo responsabilidades					
8)Tengo un fuerte deseo de independencia					
9)Prefiero crear mi propia empresa a ser empleado					
10)Los cursos fomentan el emprendimiento					
11) Mi colegio realiza talleres de emprendimiento					
12) Me auto motivo para conseguir mis objetivos					
13) La publicidad muestra un interés empresarial					
14) Tengo acceso a publicidad sobre emprendimiento					
15) Mi colegio realiza visitas a empresas para conocer el negocio					
16) En mi colegio he sido considerado/a como una persona creativa					
17) Me considero un (a) chico (a) creativo (a)					
18) Las actividades extras crean un interés emprendedor					
19) Llevo cursos que estén relacionados con el emprendimiento					
20) Los cursos desarrollan habilidades emprendedoras					
21) Recibo publicidad referente a emprendimiento en mis redes sociales					

Anexo 3: Validez de instrumento

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Datos del Experto Calificado

Nombres y Apellidos: María Soledad Benítez V. A.
 Edad: 37 Sexo: F M Profesión: Docente de la Carrera Profesional
 Especialidad: Marketing Años de Experiencia: 15 Centro de trabajo: U.ima - QDA
 Cargo que desempeña: Y. Exp. Exp. - P. Exp.
 Firma: [Firma]

I. Criterios de validación del instrumento

CRITERIO	CONCEPTUALIZACIÓN	EXCELENTE	SATISFACTORIO	MEJORABLE	DEFICIENTE
CLARIDAD	Lenguaje claro, preciso, sintáctico y semántico son adecuadas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
COHERENCIA	Alineamiento de variables, dimensiones e indicadores	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
METODOLOGÍA	Responde al propósito del diagnóstico propuesto.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SUFICIENCIA	Comprende los ítems en cantidad y calidad para obtener la medición.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FACTIBILIDAD	Aplicación en la muestra seleccionada	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

II. Apreciación Cualitativa

Muy Buena Trabajo

.....

.....

.....

.....

Surco, junio 2019

Coordinación de Profesores de Seminario de Investigación en Administración - SIA

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Datos del Experto Calificado


Nombres y Apellidos:

Carlos Fernando Massa Paredes

Edad: 49 Sexo: F (.....) M (X) Profesión Ingeniería Industrial

Especialidad Marketing Años de Experiencia 20 Centro de trabajo Cibertec

Cargo que desempeña: Director Comercial

Firma: 

I. Criterios de validación del instrumento

CRITERIO	CONCEPTUALIZACIÓN	EXCELENTE	SATISFACTORIO	MEJORABLE	DEFICIENTE
CLARIDAD	Lenguaje claro, preciso, sintáctico y semántico son adecuados		✓		
COHERENCIA	Alineamiento de variables, dimensiones e indicadores		✓		
METODOLOGÍA	Responde al propósito del Diagnóstico propuesto.		✓		
SURGENCIA	Comprende los ítems en cantidad y calidad para obtener la medición.		✓		
FACTIBILIDAD	Aplicación en la muestra seleccionada		✓		

II. Apreciación Cualitativa

Considero que está aplicando correctamente las preguntas filtro.

Surco, setiembre 2019

Coordinación de Profesores de Seminario de Investigación en Administración - SIA

Cronograma de ejecución

Anexo 4: Cronograma de ejecución

N°	ACTIVIDAD	INICIO	FINAL	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
				S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1	Introducción al curso de Seminario de Investigación de	01/04/2019	07/04/2019	■															
2	Indagación sobre la problemática en los emprendimientos técnicos	06/04/2019	14/04/2019	■	■														
3	Visita al Colegio Peruano Chino Juan XXIII	12/04/2019	12/04/2019		■														
4	Planteamiento del problema, formulación, justificación,	07/04/2019	15/04/2019		■														
5	Presentación del planteamiento del problema	10/04/2019	21/04/2019			■													
6	Investigación sobre referencias bibliográficas y teorías científicas	22/04/2019	22/04/2019		■	■													
7	Determinación del Marco Teórico	24/04/2019	28/04/2019				■												
8	Correcciones Marco Teórico	24/04/2019	24/04/2019				■	■											
9	Capacitación sobre base de datos de investigación	29/04/2019	29/04/2019				■												
10	Presentación Marco Teórico	29/04/2019	29/04/2019					■											
11	Correcciones Marco Teórico	02/05/2019	06/05/2019					■	■										

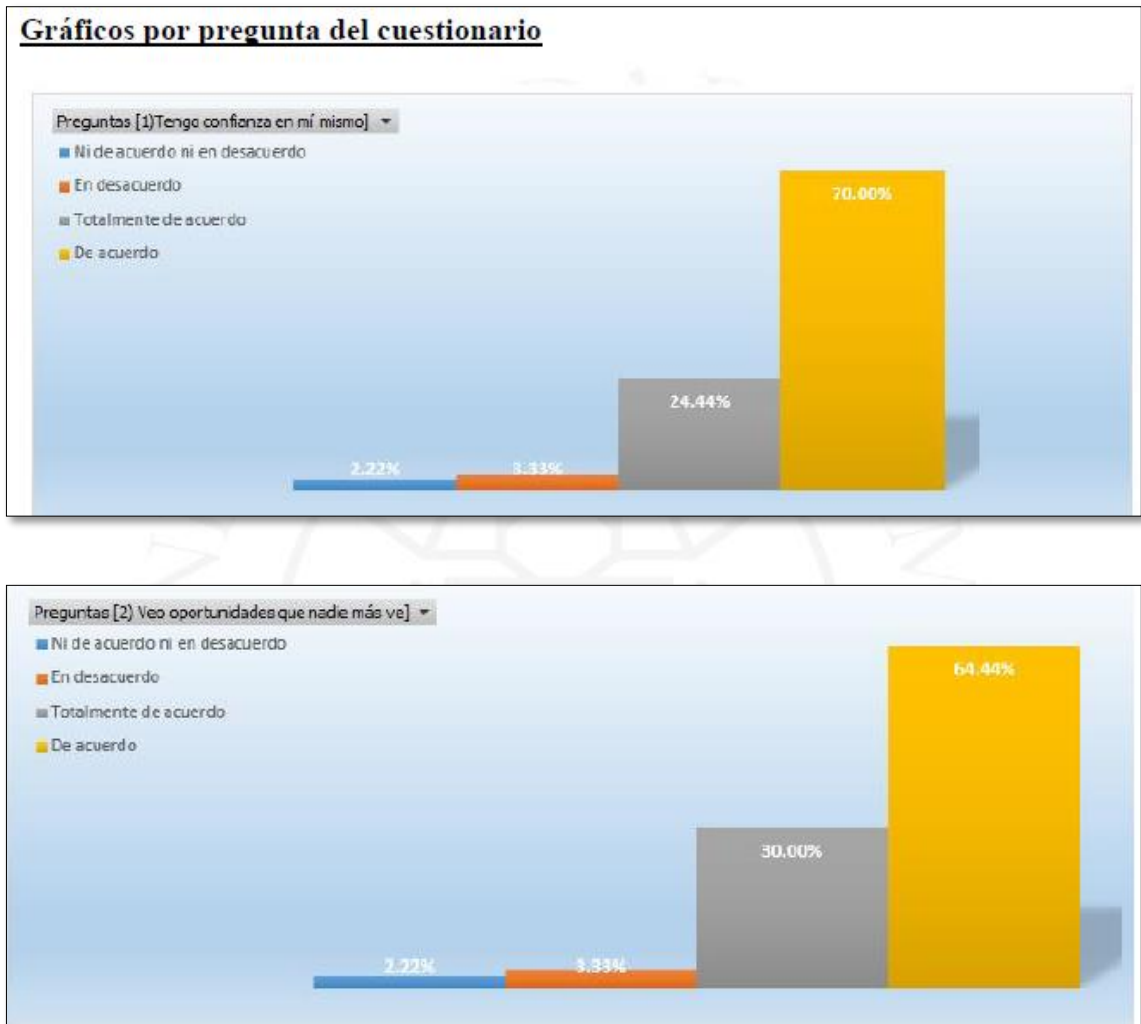
N°	ACTIVIDAD	INICIO	FINAL	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
				S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
12	Planteamiento de las hipótesis, variables	02/05/2019	13/05/2019					■	■										
13	Sustentación parte I del trabajo de investigación	13/05/2019	13/05/2019				■	■	■										
14	Elaboración de la Matriz de Consistencia	29/05/2019	02/06/2019							■									
15	Presentación de la Matriz de Consistencia	03/06/2019	03/06/2019																
16	Capacitación APA	12/06/2019	12/06/2019								■	■							
17	Redacción del ensayo	03/06/2019	10/06/2019									■							
18	Elaboración de Gantt y cuestionarios	17/06/2019	19/05/2019										■						
19	Presentación de Gantt y cuestionarios	19/06/2019	19/06/2019										■						
20	Presentación	26/06/2019	26/06/2019											■					
21	Entrega Certificado Turnitin	01/07/2019	01/07/2019												■				
22	Examen Final- Exposición	08/07/2019	08/07/2019													■			

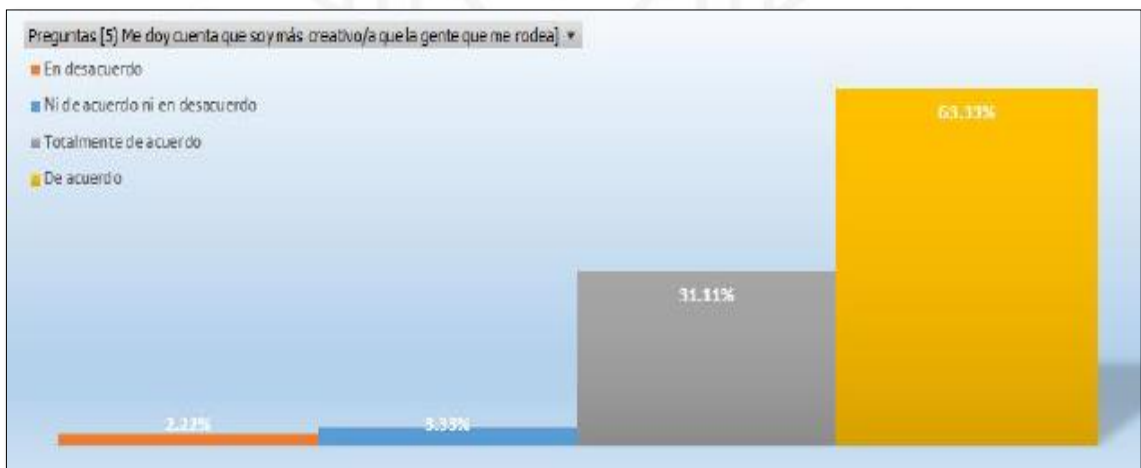
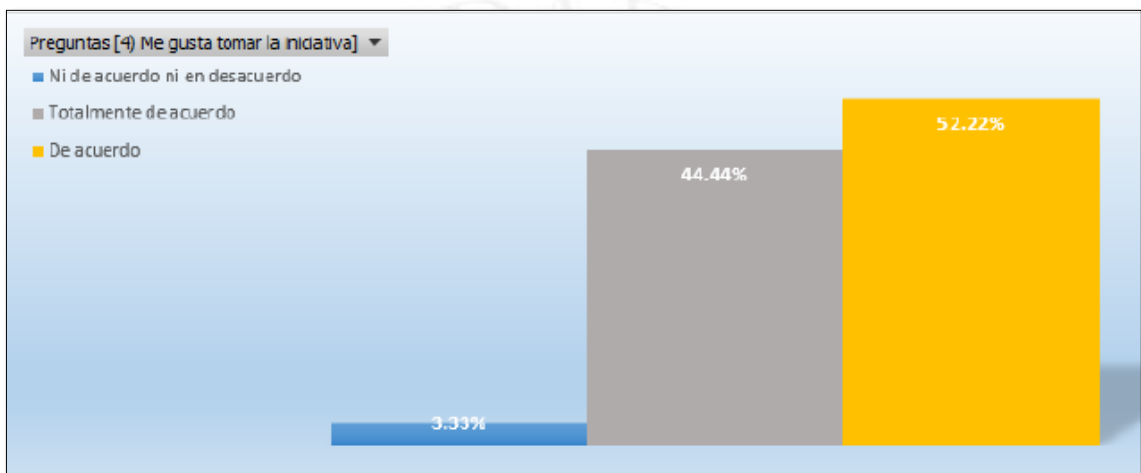
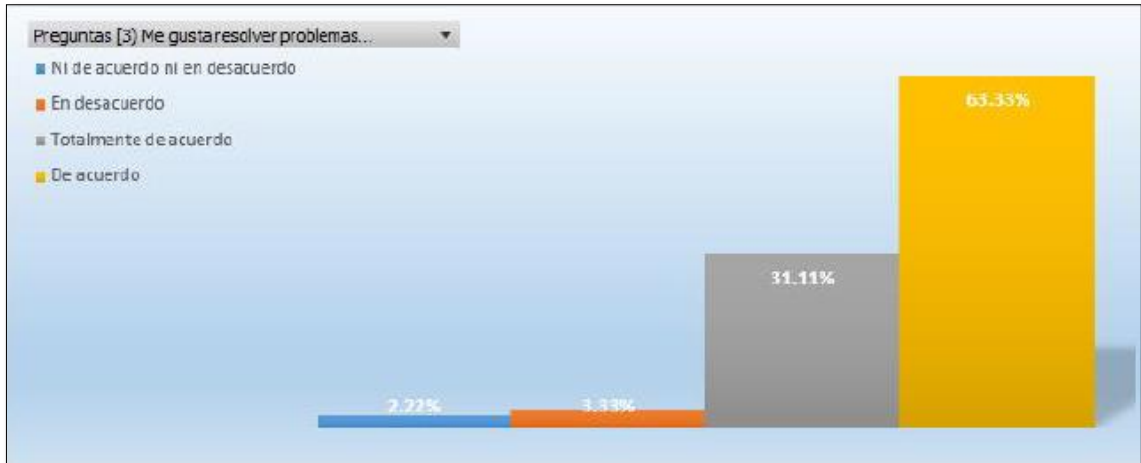
N°	ACTIVIDAD	INICIO	FINAL	AGOSTO				SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
				S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
23	Exposición y Revisión del plan de investigación	19/08/2019	21/08/2019																				
24	Implementación al plan de investigación (variables, matriz e instrumentos)	26/08/2019	28/08/2019																				
25	Validación del instrumento y prueba piloto de redacción	02/09/2019	04/09/2019																				
26	Trabajo de campo recolectando encuestas + preparación de software	09/09/2019	11/09/2019																				
27	Trabajo de campo recolectando encuestas + preparación de software	16/09/2019	18/09/2019																				
28	Trabajo de campo recolectando encuestas + preparación de software	23/09/2019	25/09/2019																				
29	Exposición y Sustentación como EP	30/09/2019	02/10/2019																				

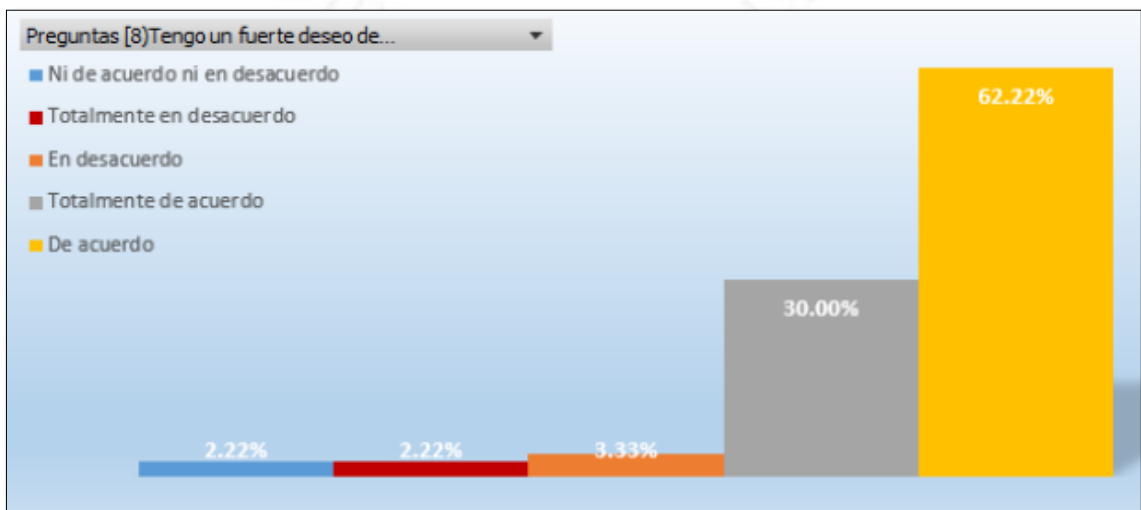
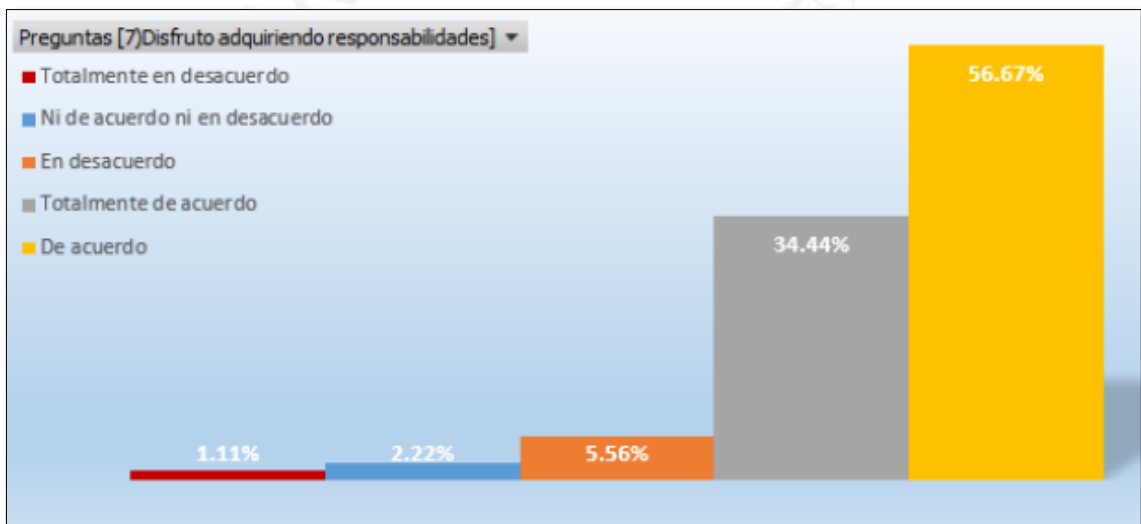
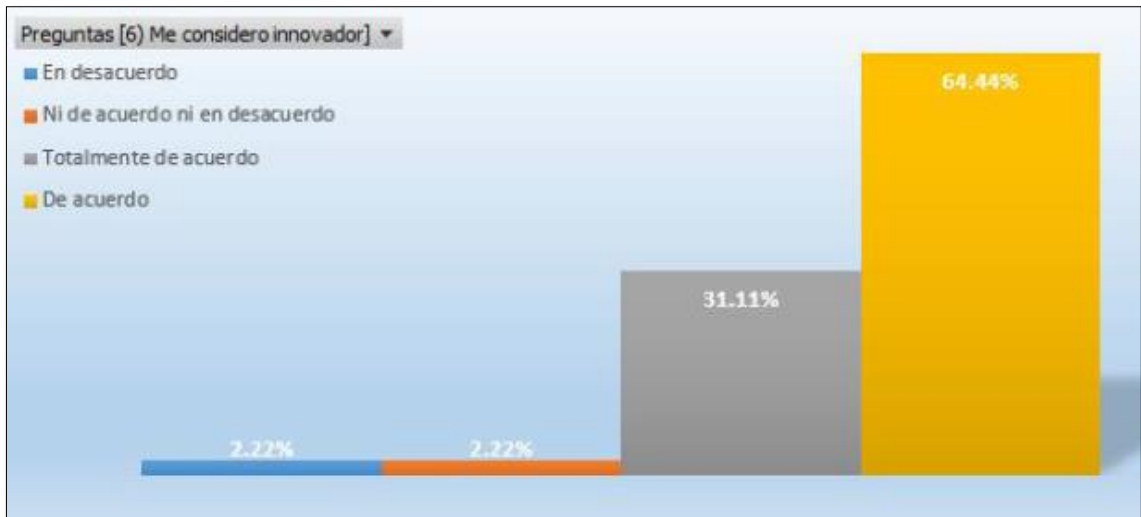
N°	ACTIVIDAD	INICIO	FINAL	AGOSTO				SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
				S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
30	Feedback tamaño de muestra + actualización de documento	14/10/2019	16/10/2019																				
31	Análisis estadístico de resultados	21/10/2019	23/10/2019																				
32	Contraste de hipótesis + redacción preliminar de resultados	28/10/2019	30/10/2019																				
33	Redacción de resultados	04/11/2019	06/11/2019																				
34	Redacción de discusión, conclusiones y recomendaciones	11/11/2019	13/11/2019																				
35	Redacción de Discusión, Conclusiones y Recomendaciones +	18/11/2019	20/11/2019																				
36	Exposición y Sustentación como Examen Final del curso	25/11/2019	27/11/2019																				

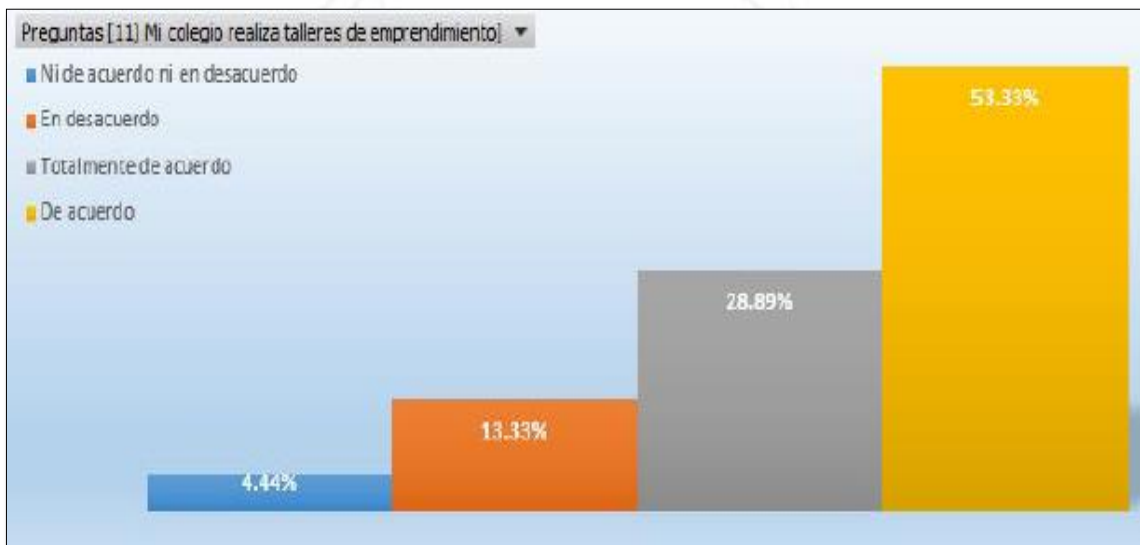
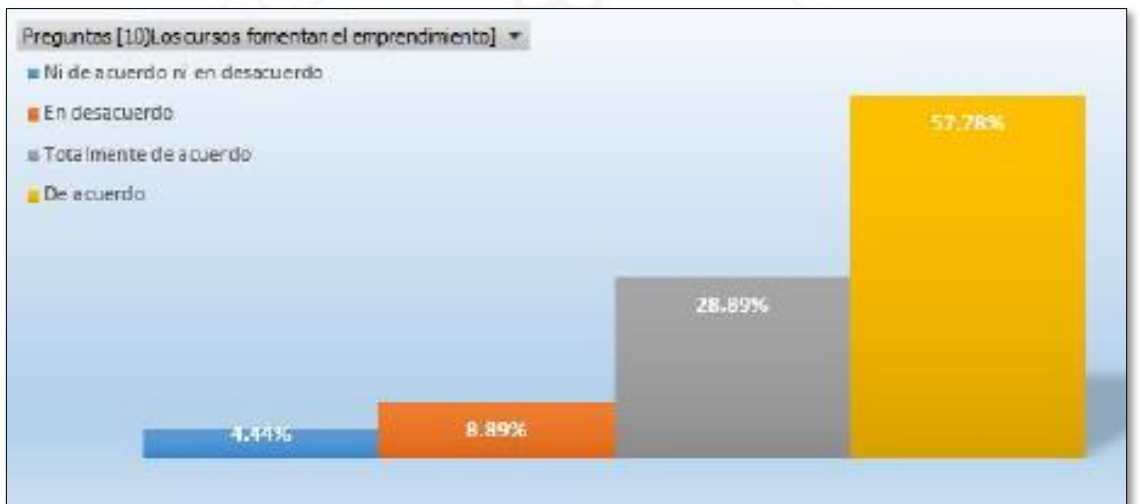
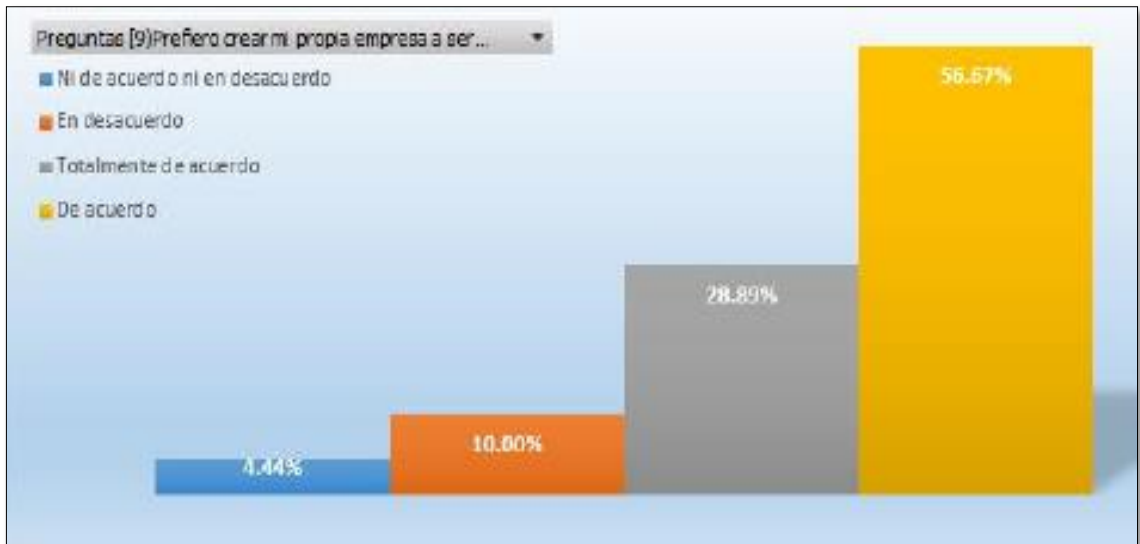
N°	ACTIVIDAD	INICIO	FINAL	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE							
				S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4				
37	Asignación del Asesor de tesis	01/10/2021	11/10/2021																
38	Revisión del plan de tesis	13/10/2021	13/10/2021																
39	Reunión por Zoom revisión hipótesis	17/10/2021	17/10/2021																
40	Reunión por Zoom revisión muestra	20/10/2021	20/10/2021																
41	Reunión por Zoom revisión estados de arte	27/10/2021	27/10/2021																
42	Reunión por Zoom revisión general	09/11/2021	30/11/2021																

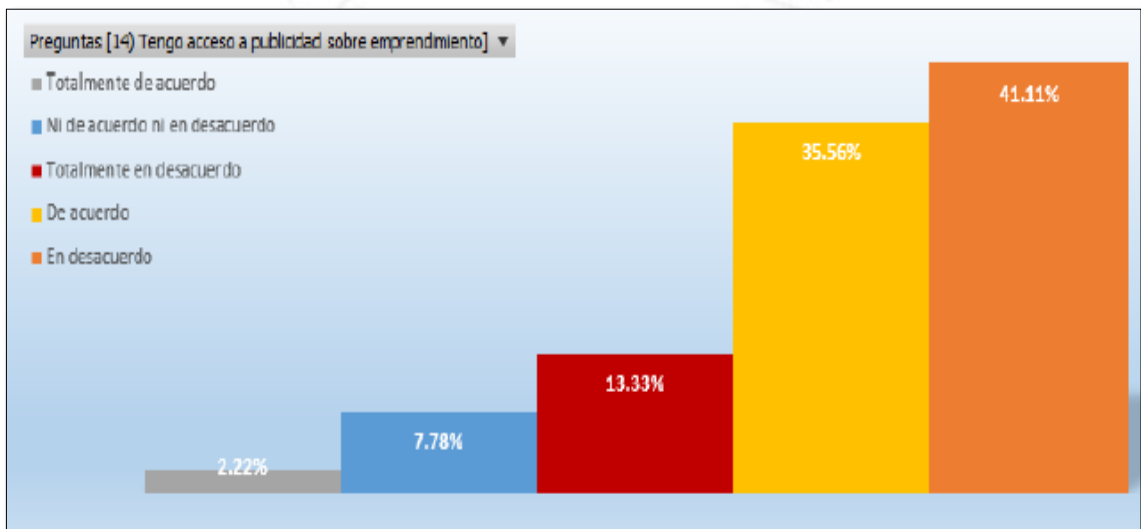
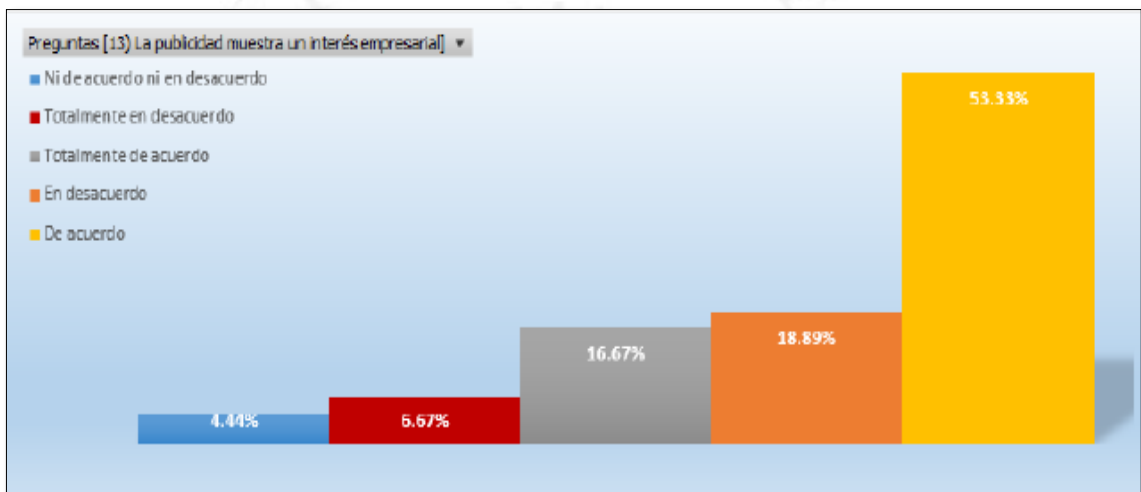
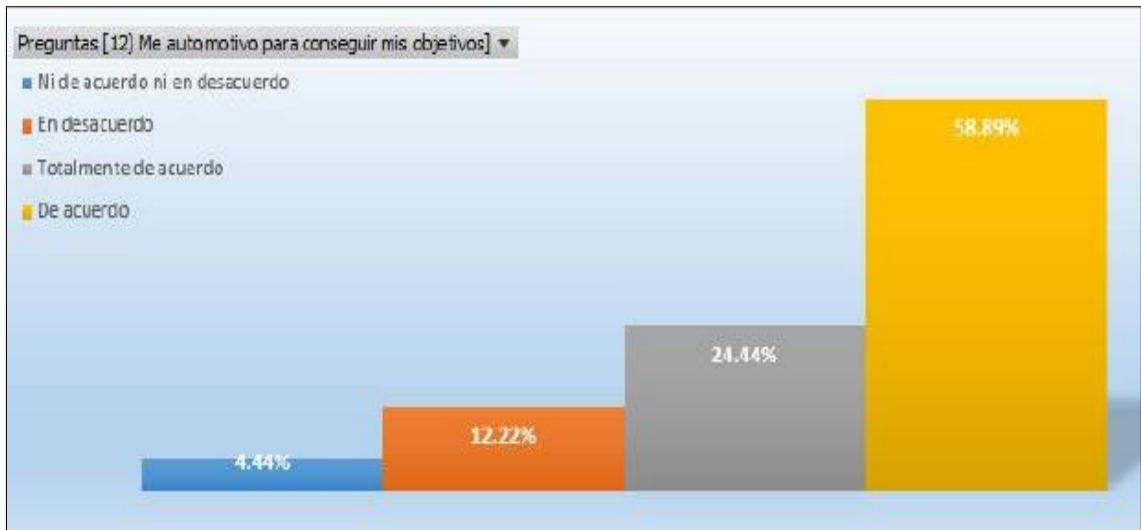
Anexo 6: Apéndices

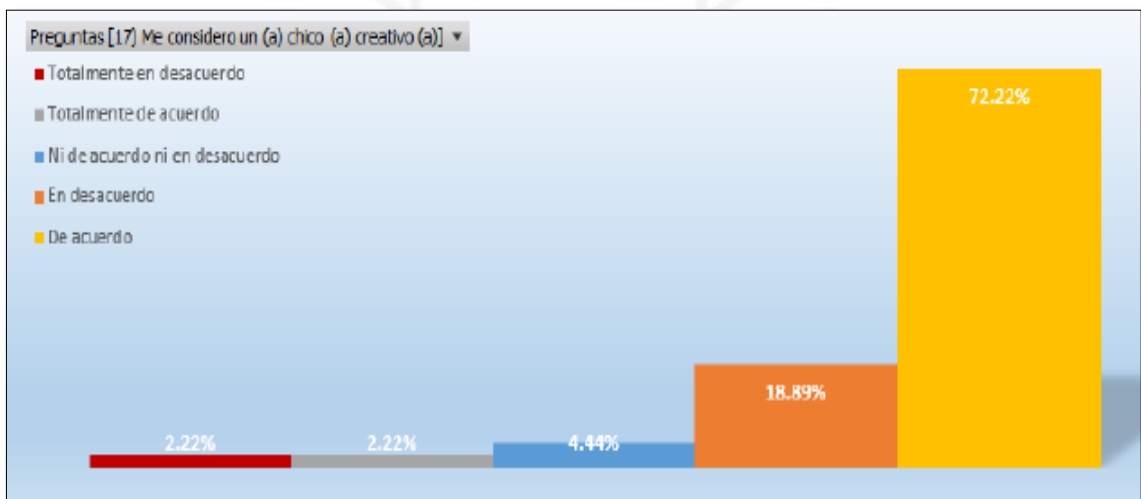
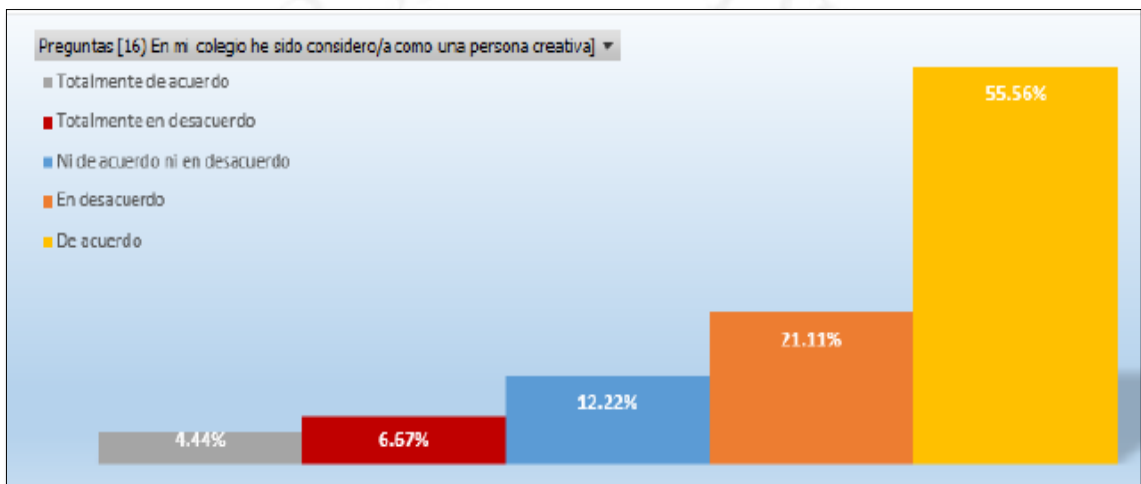
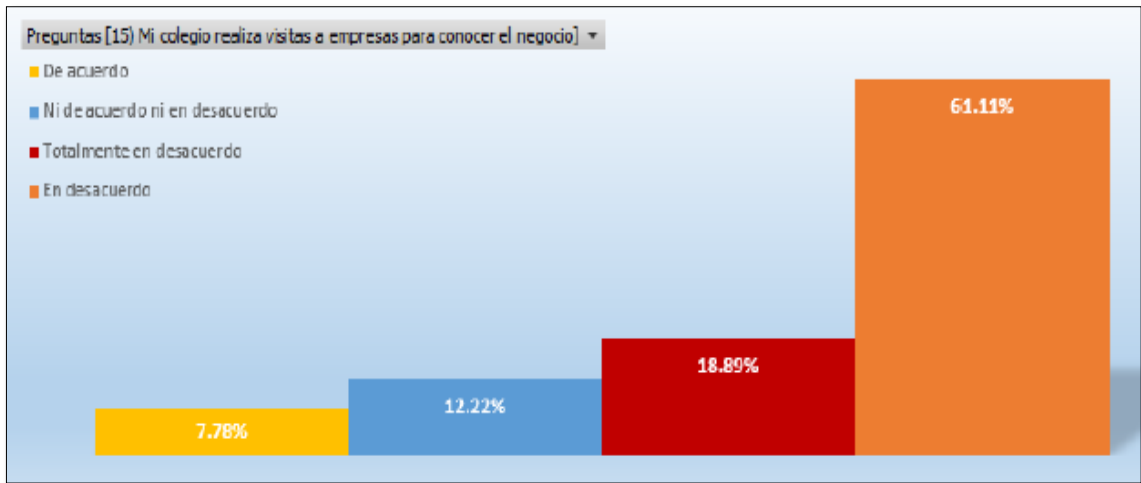


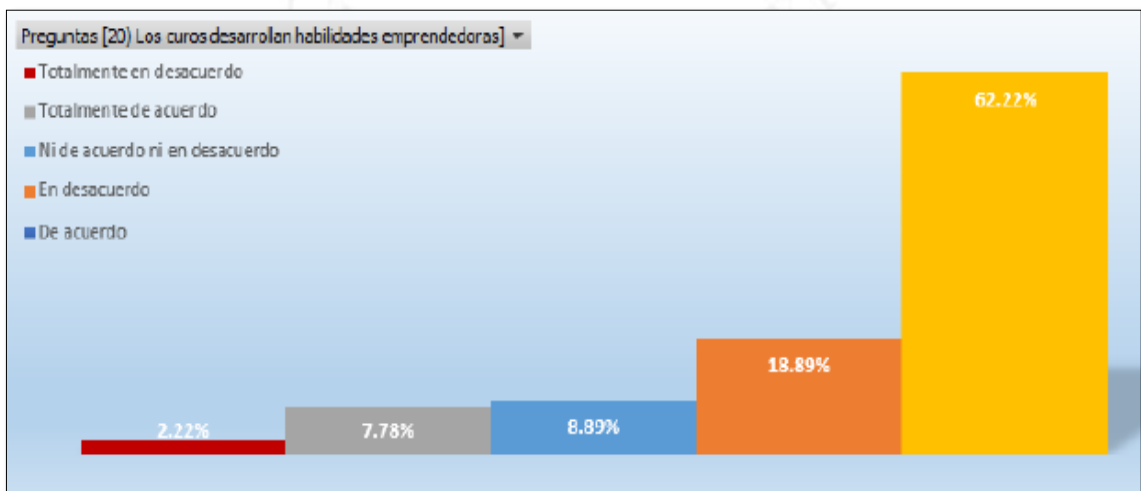
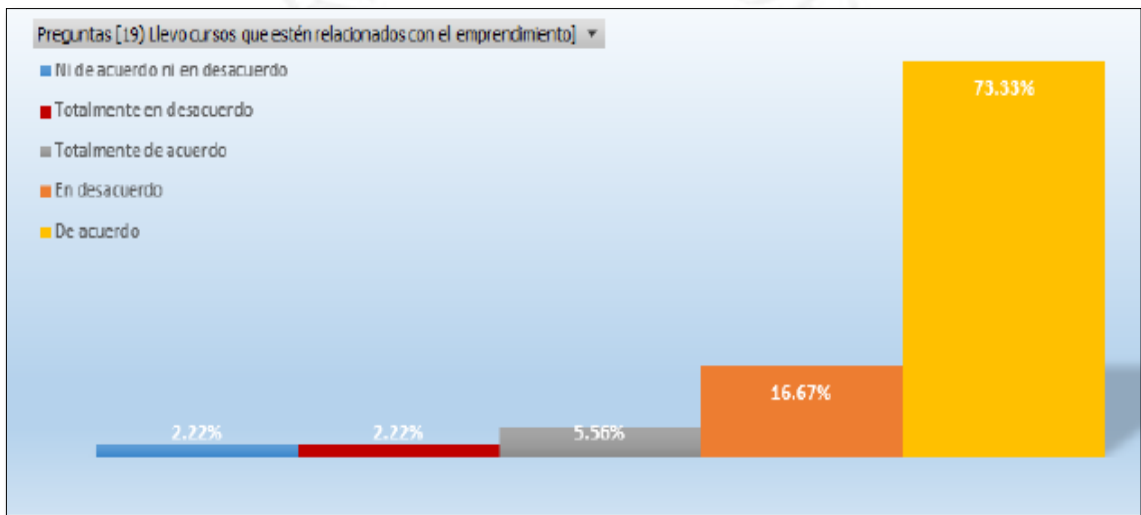
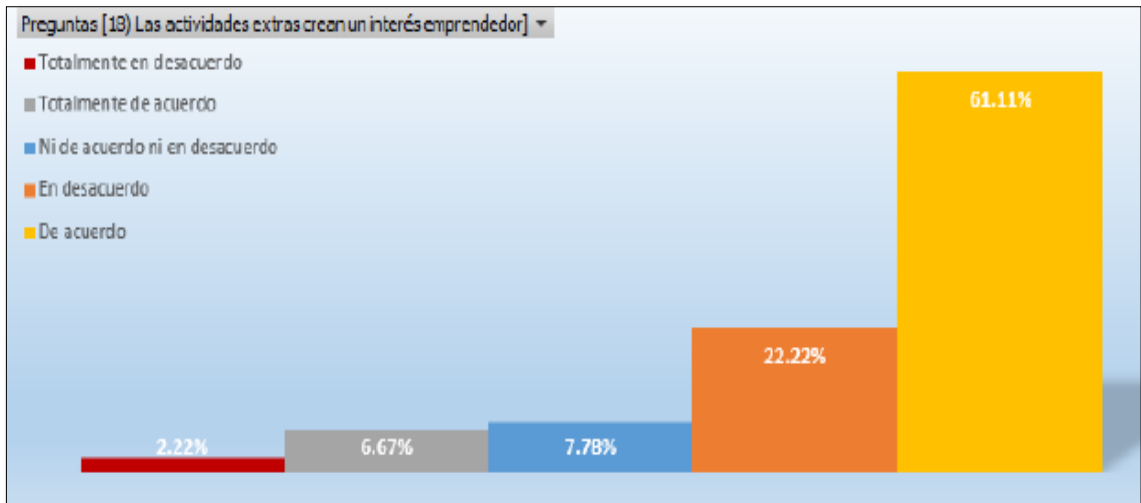


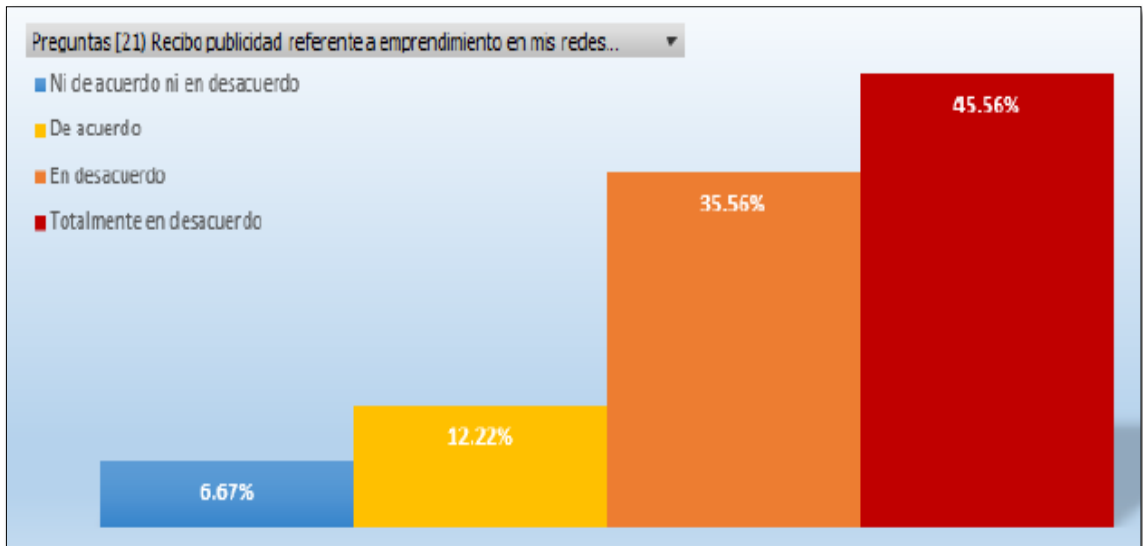












Anexo 7: Encuestas

“Caso de estudio [Colegio Peruano Chino Juan XXIII:] Influencia de los factores educativos y sociales en el perfil emprendedor de los estudiantes”.

Preguntas filtro

1) ¿Estudias en el colegio Juan XXIII?

- Sí
 No (FDE)

2) Edad

- 14
 15
 16
 17
 18
 Otro (FDE)

3) Año de estudio

- 4° de secundaria
 5° de secundaria
 Otro (FDE)

Ancon	Independencia	machacamac	San Juan de Lurigancho	villa el salvador
Ate	Jesús maria	Pucusana	San Juan de Miraflores	Villa María del triunfo
Barranco	La Molina	Pueblo libre	San Luis	Miraflores
Breña	La Victoria	Puente Piedra	San Martín de Porres	El Agustino
Carabaylo	Lurín	Punta Hermosa	San miguel	Magdalena del Mar
Chaclacayo	Lince	Punta Negra	Santa Anita	San Isidro
Chorrillos	Los Olivos	Rímac	Santa María del Mar	Surquillo
Cieneguilla	Comas	San Bartolo	Santiago de Surco	San Borja

5) ¿Qué te gustaría estudiar al terminar el colegio?

Administración	Economía	Ingeniería de Sistemas	Ingeniería Industrial	Ingeniería Mecánica
Ingeniería Ambiental	Derecho	Marketing	Hotelería y Turismo	Psicología
Arquitectura	Ciencias de la comunicaciones	Diseño Gráfico	Medicina	Ingeniería Electrónica
Ingeniería Civil	Ingeniería en Minas	Periodismo	Otros.	No he decidido aún

6) Lugar de Nacimiento

- Lima
 Provincia

7) Genero

- Masculino
 Femenino

Preguntas del cuestionario: Marca con una "X" las siguientes preguntas:

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1) Tengo confianza en mí mismo			X		
2) Veo oportunidades que nadie más ve			X		
3) Me gusta resolver problemas diferentes			X		
4) Me gusta tomar la iniciativa				X	
5) Me doy cuenta que soy más creativo/a que la gente que me rodea				X	
6) Me considero innovador				X	
7) Disfruto adquiriendo responsabilidades			X		
8) Tengo un fuerte deseo de independencia			X		
9) Prefiero crear mi propia empresa a ser empleado				X	
10) Los cursos fomentan el emprendimiento			X		
11) Mi colegio realiza talleres de emprendimiento			X		
12) Me auto motivo para conseguir mis objetivos			X		
13) La publicidad muestra un interés empresarial			X		
14) Tengo acceso a publicidad sobre emprendimiento			X		
15) Mi colegio realiza visitas a empresas para conocer el negocio		X			
16) En mi colegio he sido considerado/a como una persona creativa				X	
17) Me considero un (a) chico (a) creativo (a)			X		
18) Las actividades extras crean un interés emprendedor			X		
19) Llevo cursos que estén relacionados con el emprendimiento			X		
20) Los cursos desarrollan habilidades emprendedoras		X			
21) Recibo publicidad referente a emprendimiento en mis redes sociales		X			



“CASO DE ESTUDIO COLEGIO PERUANO CHINO JUAN XXIII: INFLUENCIA DE LOS FACTORES EDUCATIVOS Y SOCIALES EN EL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ALUMNOS”

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%

INDICE DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unsaac.edu.pe Fuente de Internet	1 %
2	revistaamasar.com Fuente de Internet	1 %
3	repositorio.upao.edu.pe Fuente de Internet	1 %
4	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	1 %
5	ie0098perujapon.blogspot.com Fuente de Internet	1 %
6	Submitted to Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo Trabajo del estudiante	<1 %
7	Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, UNAD Trabajo del estudiante	<1 %
8	alicia.concytec.gob.pe	

Fuente de Internet

<1 %

9

ugelpuno.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

10

revistas.ucm.es

Fuente de Internet

<1 %

11

repositorio.ujcm.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

12

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

13

repository.unilibre.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

14

www.ugelcanchis.gob.pe

Fuente de Internet

<1 %

15

repositorio.autonomadeica.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

16

www.elsevier.es

Fuente de Internet

<1 %

17

Submitted to Universidad Europea de Madrid

Trabajo del estudiante

<1 %

18

www.scribd.com

Fuente de Internet

<1 %

19

www.grafiati.com

Fuente de Internet

<1 %

20	www.scielo.sa.cr Fuente de Internet	<1 %
21	Submitted to Universidad del Valle Trabajo del estudiante	<1 %
22	www.scielo.org.co Fuente de Internet	<1 %
23	www.exmercedarios.net Fuente de Internet	<1 %
24	repositorio.ucsp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	asep.pe Fuente de Internet	<1 %
26	doi.org Fuente de Internet	<1 %
27	repositorio.unapiquitos.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
28	repositorio.utelesup.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
29	www.minedu.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
30	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
31	repositorio.uns.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

32	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
33	Submitted to Colegio Peruano Britanico Trabajo del estudiante	<1 %
34	repositorio.umsa.bo Fuente de Internet	<1 %
35	transparencia.info.jalisco.gob.mx Fuente de Internet	<1 %
36	docs.com Fuente de Internet	<1 %
37	webcache.icesi.edu.co Fuente de Internet	<1 %
38	Fernández Bustamante, Marta, Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Biologia Cel·lular, de Fisiologia i d'Immunologia et al. "Implicación de la vía del TLR4 y de la vía de los IFNs de tipo I y los monocitos en la respuesta clínica a interferón-beta en pacientes con esclerosis múltiple", [Barcelona] : Universitat Autònoma de Barcelona,, 2015 Fuente de Internet	<1 %
39	Submitted to Universidad Abierta para Adultos Trabajo del estudiante	<1 %

40

Fuente de Internet

<1 %

41

repositorio.unu.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

42

www.riti.es

Fuente de Internet

<1 %

43

Submitted to Universidad Alas Peruanas

Trabajo del estudiante

<1 %

44

repositorio.unasam.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

45

www.repositorioacademico.usmp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

46

repositorio.continental.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

47

riuma.uma.es

Fuente de Internet

<1 %

48

Submitted to University of Cambridge

Trabajo del estudiante

<1 %

49

[innovation-
entrepreneurship.springeropen.com](http://innovation-entrepreneurship.springeropen.com)

Fuente de Internet

<1 %

50

repositorio.unac.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

51

www.repositorio.unu.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

52

Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de
Administración de Negocios para Graduados

Trabajo del estudiante

<1 %

53

repositorio.cidecuador.org

Fuente de Internet

<1 %

54

Submitted to Escuela Politecnica Nacional

Trabajo del estudiante

<1 %

55

imsersomayores.csic.es

Fuente de Internet

<1 %

56

repositorio.unamba.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

57

www.sciencegate.app

Fuente de Internet

<1 %

58

www.ucab.edu.ve

Fuente de Internet

<1 %

59

Submitted to Universidad de Lima

Trabajo del estudiante

<1 %

60

archive.org

Fuente de Internet

<1 %

61

moam.info

Fuente de Internet

<1 %

62

renati.sunedu.gob.pe

Fuente de Internet

<1 %

63

www.redalyc.org

Fuente de Internet

<1 %

64

Repositorio.Unjfsc.Edu.Pe

Fuente de Internet

<1 %

65

revistas.udg.co.cu

Fuente de Internet

<1 %

66

rua.ua.es

Fuente de Internet

<1 %

67

www.piarc.org

Fuente de Internet

<1 %

68

Submitted to Universidad Técnica de Machala

Trabajo del estudiante

<1 %

69

dokumen.pub

Fuente de Internet

<1 %

70

fepale.org

Fuente de Internet

<1 %

71

kupdf.net

Fuente de Internet

<1 %

72

leonfoundation.blogspot.com

Fuente de Internet

<1 %

73

oa.upm.es

Fuente de Internet

<1 %

74	pesquisa.bvsalud.org Fuente de Internet	<1 %
75	portal.amelica.org Fuente de Internet	<1 %
76	repositorio.escuelsamilitar.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
77	ri.ues.edu.sv Fuente de Internet	<1 %
78	vsip.info Fuente de Internet	<1 %
79	www.laccei.org Fuente de Internet	<1 %
80	www.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
81	www.rebotalo.com Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Activo